



The journal was previously entitled as Istanbul University Faculty of Communication Journal
Derginin önceki ismi: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences is covered in;

Web of Science Core Collection, Emerging Sources Citation Index (ESCI)

TUBİTAK-ULAKBİM's TR Index

EBSCO

ProQuest

CrossRef

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences aşağıdaki indekslerde yer almaktadır;

Web of Science Core Collection, Emerging Sources Citation Index (ESCI)

TUBİTAK-ULAKBİM TR Dizin

EBSCO

ProQuest

CrossRef



EDITORIAL BOARD / EDİTÖRYAL KURUL

Prof. Dr. Ayşen AKKOR GÜL	Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Prof. Dr. Roland BURKART	University of Vienna, Vienna, Austria
Prof. Dr. Yıldız Dilek ERTÜRK	Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Prof. Dr. James GRUNIG	Professor Emeritus
Prof. Dr. Gary L. KREPS	George Mason University, College of Humanities and Social Sciences, Virginia, USA
Prof. Dr. Ralph TENCH	Leeds Beckett University, Leeds, United Kingdom
Prof. Dr. Ali Murat VURAL	Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Prof. Dr. Ergün YOLCU	Istanbul University, (The Dean of) Faculty of Communication, Istanbul, Turkey

EDITORIAL MANAGEMENT / DERGİ YAZI KURULU

Guest Editor / Konuk Editör

Assoc. Prof. Dr. Tom MORTON University of Technology Sydney, Journalism Program, Sydney, Australia

Editor in Chief / Baş Editör

Prof. Dr. Ayşen AKKOR GÜL Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey

Editors / Editörler

Prof. Dr. Ergün YOLCU Istanbul University, (The Dean of) Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Prof. Dr. Yıldız Dilek ERTÜRK Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Prof. Dr. Ali Murat VURAL Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey

Editorial Coordinator / Yayın Koordinatörü

Res. Asst. Dr. Mehmet SARI Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey

Production Editors / Yönetici Editörler

Asst. Prof. Dr. Özlem ARDA Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Res. Asst. Dr. Derya GÜL ÜNLÜ Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Res. Asst. Dr. Mehmet SARI Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Lect. Fatih ÖZKOYUNCU Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Res. Asst. Oğuz KUŞ Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey
Res. Asst. Rabia ZAMUR TUNCER Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Turkey

Language Editor / Dil Editörü

Dorian Gordon BATES Istanbul University, School of Foreign Languages, Istanbul, Turkey
Alan James NEWSON Istanbul University, School of Foreign Languages, Istanbul, Turkey

Papers and the opinions in the Journal are the responsibility of the authors.

Dergide yer alan yazılardan ve aktarılan görüşlerden yazarlar sorumludur.

This is an international, scholarly, peer-reviewed, open-access journal published biannually in June and December.

Haziran ve Aralık aylarında, yılda iki sayı olarak yayınlanan hakemli, açık erişimli ve uluslararası bilimsel bir dergidir.

Correspondence Address / Yazışma Adresi:

Istanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Besim Ömer Paşa Mh., Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sk.,
34116, Beyazıt, İstanbul - Türkiye
Phone / Telefon: +90 (212) 440 00 00 / 12710
Fax / Faks: +90 (212) 440 03 16
e-mail: connectist@istanbul.edu.tr
http://connectist.istanbul.edu.tr

Owner / Sahibi

The Journal is owned by Prof. Dr. Ergün Yolcu (Istanbul, Turkey) on behalf of Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences
Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences adına sahibi Prof. Dr. Ergün Yolcu (Istanbul, Türkiye)

Publishing Company / Yayıncı Kuruluş

Istanbul University Press / İstanbul Üniversitesi Yayınevi
İstanbul Üniversitesi Merkez Kampüsü,
34452 Beyazıt, Fatih / İstanbul - Türkiye
Phone / Telefon: +90 (212) 440 00 00

Prepared by / Yayına Hazırlayan

Yerküre Tanıtım ve Yayıncılık Hizmetleri A.Ş.
Cumhuriyet Caddesi 48/3B Harbiye 34367 İstanbul - Türkiye
Phone / Telefon: +90 (212) 240 28 20
Fax / Faks: +90 (212) 241 68 20
www.yerkure.com.tr



CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Articles / Makaleler

- Postmodern Status of New Social Movements: A Research on Yellow Vests
Yeni Toplumsal Hareketlerin Postmodern Durumu: Sarı Yelekliler Üzerine Bir Araştırma
NİL ÇOKLUK CÖMERT1-29
- Türkiye'de Ekoloji Hareketlerinin Sınırlı Sosyal Medya Kullanımı: Ekoloji Birliği
Twitter Ağı Analizi Örneği
Ecological Movements' Limited Use of Social Media in Turkey: A Social Network Analysis of Ecology
Union within Twitter
Özlem ERKMEN, Canan ARSLAN, Burcu GÜMÜŞ, İlknur DOĞU ÖZTÜRK31-66
- Data Activism: Reviving, Extending and Upgrading Critical Citizenship Education and
Consumer Rights Movements
Veri Eylemciliği: Eleştirel Yurttaşlık Eğitimi ve Tüketici Hakları Hareketlerini Canlandırmak,
Genişletmek ve Güncellemek
Ulaş Başar GEZGİN67-86
- Dijital Aktivizmde Ünlüler: Ahbap Platformu Üzerine Bir Değerlendirme
Celebrities in Digital Activism: An Evaluation on 'Ahbap Platformu'
Ebru GÖKALİLER, Ezgi SAATCIOĞLU..... 87-117
- Çevrimiçi Hariciler: Türkiye'de Dijital Engelli Aktivizmi Üzerine Bir Araştırma
Online Outsiders: A Research of Digital Disabled Activism in Turkey
Övünç MERİÇ FERMANOĞLU 119-152
- Rhetorical Activism in Politics: Stability Discourse and Pragmatic Practicality in
Times of Crisis
Politikada Hitabet Eylemciliği: Kriz Dönemlerinde İstikrar Söylemi ve Faydacı Gerçekçilik
Şermin TEKİNALP, Seyra KESTEL 153-178
- Yeni Medyada Aktivizm Hareketleri Üzerine Zengin Medya Kısır Aktivizm Tartışmaları
Rich (New) Media Poor Activism Debates on Activism Movements in New Media
Akan YANIK, Mikail BATU 179-208

Dergimizin 56. Sayısı Hakkında,

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi hakemli dergisi *Connectist*'in 56. sayısı ile, alana yönelik yeni akademik çalışmaları sizlere sunmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Temalı sayı olan Haziran sayımızda dergimiz için bir ilki gerçekleştirerek, konuk editor olarak Sidney Teknik Üniversitesi'nden Doç. Dr. Tom Morton ile birlikte çalıştık. Kendisi uzun yıllar ülkesinde ve uluslararası alanda gazeteci olarak birçok projeye imza atmış, ödüller almış, ayrıca yayıncı ve belgesel yapımcısı olarak Avustralya Televizyonu'nda çalışmış deneyimli bir uygulamacı ve aynı zamanda değerli bir akademisyendir. Şu anda Sidney Teknik Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde öğretim üyesi olarak akademik çalışmalarını sürdürmekte ve Avustralya Bağımsız Gazeteciler Merkezi'nin de direktörlüğünü yapmaktadır. Morton'ın özellikle 'çevre gazeteciliği' ve 'aktivizm' konusundaki çalışmaları Connectist ekibiyle yollunun kesişmesine ve elinizde tuttuğunuz 'Dijital Aktivizm' başlıklı sayımızın oluşmasına neden olmuştur. Sayın Morton'a bir buçuk yıldır bizimle sürdürdüğü özverili çalışmalar için teşekkürü bir borç biliriz.

56. sayımızda bulunan yedi akademik çalışmaya sırasıyla değinecek olursak; "Postmodern Status of New Social Movements: A Research on Yellow Vests" başlıklı İngilizce araştırmasında Nil Çokluk Cömert Fransa'da başlayan ve yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla çok kısa sürede küresel bir özellik kazanan Sarı Yelekliler Hareketi'nin postmodern yanlarını ve toplumsal hareketlerin geçirdiği dönüşümü gözler önüne sermek amacıyla medyada yer alan haberleri ve @_Gilets_Jaunes_ Twitter sayfasındaki tweetleri içerik analizi tekniğiyle bir süre incelemiş ve kaydadeğer sonuçlara ulaşmıştır.

Özlem Erkmen, Canan Arslan, Burcu Gümüş ve İlkur Doğu Öztürk ise, "Türkiye'de Ekoloji Hareketlerinin Sınırlı Sosyal Medya Kullanımı: Ekoloji Birliği Twitter Ağı Analizi Örneği" isimli araştırmalarında Türkiye'de ekolojik aktivist örgütlenmelerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin bir analiz gerçekleştirerek, 55 örgütün bir araya gelmesiyle kurulan Ekoloji Birliği'nin etkinliğinin genel anlamda sınırlı kaldığını ve Kuzey Ormanları Savunması'nın ise araştırmanın yapıldığı dönemde en baskın aktör olduğunu göstermektedir. "Data Activism: Reviving, Extending and Upgrading Critical Citizenship Education and Consumer Rights Movements" başlıklı İngilizce eleştirel değerlendirme çalışmasında ise Ulaş Başar Gezgini, yurttaşlık eğitimi ile tüketici hakları hareketlerinin veri eylemciliği bağlamında hangi yollardan bütünleştirilebileceği ve güncellebileceğini göstererek, kuramsal tartışmalara katkıda bulunmaktadır.

Ebru Gökali ve Ezgi Saatcioğlu ise, "Dijital Aktivizmde Ünlüler: Ahbap Platformu Üzerine Bir Değerlendirme" başlıklı araştırma çalışmalarında aktivist ünlülerin aktivist çalışmalarını, aktivist kimliklerini ve bu bağlamda oluşturulan özel platformları Haluk Levent örneği üzerinden

incelemektedir. Bir başka araştırma çalışması Övünç Meriç Fermanoğlu'nun "Çevrimiçi Hariciler: Türkiye'de Dijital Engelli Aktivizmi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı makaledir. Fermanoğlu Türkiye'deki engelli dijital aktivizm uygulamalarını, bu alandaki fırsat ve zorlukları inceleyerek alan için önemli sonuçlara ulaşmaktadır. "Rhetorical Activism in Politics: Stability Discourse and Pragmatic Practicality in Times of Crisis" başlıklı İngilizce araştırma çalışmasında Şermin Tekinalp ve Seyra Kestel 'hitabet eylemciliği' ile 'faydacı gerçekçilik' arasında olası bir bağdan bahsederek, iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi ve örneklem olarak seçilen diğer partilerin söylemlerini bu açıdan eleştirel bir perspektifle incelemektedir. Bu sayımızın son yazısı ise "Yeni Medyada Aktivizm Hareketleri Üzerine Zengin Medya Kısır Aktivizm Tartışmaları" başlıklı Akan Yanık ve Mikail Batu'nun makalesidir. Yazarlar yeni medyanın etkilerini aktivizm çerçevesinden inceleyerek, medya-aktivizm ilişkisi, yeni dijital aktivizm türleri ve bu türler arasındaki farklılıkları çalışmalarıyla tartışmaya açmıştır.

Dergimiz, sizlerin değerli katılımlarıyla, iletişim bilimleri alanındaki akademik çalışmaları yayınlamaya devam etmektedir. Bilimsel veri tabanına sağladığınız katkı ile, gelecek sayılarımızın oluşumunda da desteklerinizi beklediğimizi hatırlatmak isteriz. Bir sonraki sayımızda güncel akademik paylaşımlarınızla buluşmak üzere.

Dergi Editör Kurulu

Postmodern Status of New Social Movements: A Research on Yellow Vests

Nil ÇOKLUK CÖMERT¹



¹PhD, Istanbul University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, Istanbul, Turkey

ORCID: N.Ç.C. 0000-0002-2919-4000

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Nil Çokluk Cömert,
Mustafa Kemal Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Hatay, Türkiye

E-posta/E-mail: nilcokluk@gmail.com

Geliş tarihi/Received: 02.02.2019

Revizyon talebi/ Revision requested:
02.04.2019

**Son revizyon teslimi/ Last revision
received:** 07.05.2019

Kabul tarihi/Accepted: 30.05.2019

Atıf/Citation: Çokluk Comert, N. (2019).

Postmodern status of new social movements:

A research on yellow vests. *Connectist:*

*Istanbul University Journal of Communication
Sciences*, 56, 1-29.

<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0025>

ABSTRACT

Technological, cultural, political and economic developments with social change have transformed the form of social relations and brought new structures and conceptualizations. In this study, postmodern movements, which have been changed by technological innovations, are examined specific to Yellow Vests. Organizational forms, structures, agendas and horizontal communication of social movements that transform by the new communication technologies are studied. The study focused on the conversion of social movements by asserting the postmodern aspects of the Yellow Vests, which started in France and globalized in a short time via new technologies. In this context, to compose a general perspective on Yellow Vests, the news in the media is examined. Moreover, by the content analysis with Orange3, the tweets of "@_Gilets_Jaunes_" are assessed so as to understand the agenda and how Yellow Vests shapes the movement by the new communication technologies. Emotions and the general subjects of tweets are examined. This study aims to demonstrate how the movement emerged from traditional to postmodern with a descriptive approach by focusing on prominent themes and the organizational form of the Yellow Vests. According to the findings, it is possible to indicate that the Yellow Vests used new communication utilities to mobilize the movement as well as to convey their demands.

Keywords: New social movements, postmodernity, yellow vests, new communication technologies, social change

EXTENDED ABSTRACT

The social change experienced in the historical process has led to radical transformations in the structure of social movements. New communication technologies, an important consequence of this change, have turned social movements into a postmodern movement. These technologies having brought a new character to the social movements completely transformed the organization and mobilization of movements. These movements, different from traditional movements, have provided the opportunity to support the identity of the movement through new communication technologies that enable participation and interaction. This study including the social movement literature in general puts forward the themes, the content of discourse and the emotion analysis of the Yellow Vests movement that are highlighted in the new communication environments. In other words, how the Yellow Vests are organized through social networks, the issues they discuss and how they are mobilized are evaluated in terms of postmodern social movements.

This study discusses the social movements, the conditions in which they are formed and the transformations they undergo by focusing on social change and postmodern movements. It also elaborates on changing leader structure of the movements and how the new communication technologies and identity affect the participation in the movement. In general, social movement can be defined as people's opposition who join around a demand against any disorder that exists in the social life. These movements can lead to more awareness of the problems in the social life in the historical process. Movements can arise with broader demands when necessary and combine with other movements in the social sphere to find opportunities to expand to large areas. The development and rapid expansion of new communication technologies has enabled these movements to spread to a wider area.

The Yellow Vest Movement, which aims to gather people who are excluded from the system, has become a global movement thanks to new communication technologies. The petition of The Yellow Vest Movement to reduce taxes on the change.org was signed by more than 850,000 people (Tapiero, 2018). The movement that starts online and hosts many people from different groups has been transformed into street actions organized in online environments as a result of non-fulfilment of

their demands. The non-leader structure, the lack of belonging to a particular political ideology, the collective identity created by using the yellow vest symbol, the horizontal communication and its spreading to a global space make it possible to characterize The Yellow Vests Movement which is organized by new communication technologies as a postmodern movement.

This study aims to reveal the change in the structures of social movements, which is a shift from working class-based labour movements to postmodern social movements, through social changes and new communication technologies on the basis of the Yellow Vests example. The study is unique because it evaluates The Yellow Vests Movement as a postmodern social movement which is a current and new issue. It analyses the Gilets Jaunes (@_Gilets_Jaunes_) Twitter account that is page of Yellow Vest via data mining technique and reveals how the movement is organized and how people communicated through the new communication technologies.

The study which examined 95 tweets that were shared on Twitter page of the Yellow Vests Movement between 17 November 2018 and 31 December 2018 with the help of the Orange3 software reveals a descriptive analysis. In addition, the news about the movement were analysed in order to understand the background and structure of the Yellow Vests Movement better.

The study has found that Yellow Vests Movement's @_Gilets_Jaunes_ Twitter account has frequently used the words "continued", "17 November 2018", "support", "blockage", "movement" and their tweets contain negative emotions mostly. It is possible to state that the movement organizes street actions through new communication technologies and conveys its demands through this medium. The study concludes that new communication technologies have an impact on the way of organizing, the action and the discourse of social movements. Although traditional methods of participation in social movements continue in part, it can be concluded that movements have reached a global dimension through the use social networks. From this point of view, it can be concluded that the movements have become postmodern as a result of social change by reaching the global dimensions with technological development.

INTRODUCTION

Each period is shaped by social, political, economic, cultural, philosophical and technological dynamics. It can be said that these dynamics create a unique society and individual. The social movements, which are important structures of the political and social spheres, have come to a postmodern state with the effect of these dynamics that have been subject to change from past till present. Both the organization and self-expression style of postmodern social movements, which differ from traditional social movements in both agenda and structure under the influence of new communication technologies, have changed radically. Thanks to these developments, movements have been able to spread to a broad area in a very short time via social networks and started to be effective on a global scale.

Although the history of formation and character of these social movements are highly dependent on the changing nature of national policy, international connections have caused considerable differences in terms of movements. The expansion and internalization of social movements gained great momentum in the 20th century and the activities of the movements were transformed in parallel with the change of communication tools (Tilly, 2008). By the 20th century, the social movements gained a universal character with the tremendous change seen in communication tools and common mass actions were started on the same subject in various parts of the world.

Some thinkers emphasized the collective identity as an important facilitator of individuals' decisions to engage in collective action within the context of discussions inspired by the work of Mancur Olson called "The Massive Action of Logic". On the other hand, other thinkers evaluated the "social movement networks as the structure of links between the multiplicity of organizations" and individuality. In this respect, they considered movements as a result, rather than a prerequisite for collective behavior (Diani, 2015, p. 1).

With the social movements against the mediocre order emerging as a result of an unsatisfied sense of justice and insecurity against the power (Hira, 2016, p. 143), the large segments of the society have started to participate more in the political life and take an active role (Çetinkaya, 2015, p. 28). The ability to access all over the world that is provided by the social networks has given a global structure to social movements.

Thanks to the new communication technologies, a movement that broke out in one place has started to show itself in different parts of the world in a short span of time.

Since 1960s, the agenda of the social movements has consisted of the labour market as well as the patriarchal family and the roles and status it imposed on women, children and young people. However, the university and school systems that shaped the society considerably have been among the subjects that constitute the agenda of this structure. Social movements, which included institutions such as prisons and military that form the repressive parts of the welfare state in addition to the issues that are mentioned, have also taken the elements of the forgotten class, which was described by Offe (1985, pp. 68-69) as the wealthless, on the side of the middle class.

These movements, which may be called new social movements, emphasize the quality of life and lifestyle concerns rather than focusing on economic redistribution as an expression of a fundamental break from industrial era movements. Therefore, new social movements question the welfare-oriented materialist goals of industrial societies (Pichardo, 1997, p. 414). In other words, issues about “peace, nuclear energy, local autonomy, homosexuality and feminism”, which replaced the class-based political mobilization in Europe in the 1970s and 1980s, constitute the agenda of social movements (Polletta & Jasper, 2001, p. 286).

The postmodern social movements, which address different topics from traditional movements in their agenda, began to be organized and strengthened rapidly with the spread of new communication technologies. Looking at recent developments, with the Arab Spring that occurred in Tunisia and Egypt in 2011, researchers sought to understand how Internet and social media have affected political change in authoritarian regimes (Tüfekci & Wilson, 2012, p. 1). In 2013, Gezi Park protests emerged as actions demanding political freedom (Çetinkaya, 2015, p. 15) and spread to many cities of Turkey and rapidly turned into a mass movement through social networks.

In the light of these developments, the study questions the Yellow Vest Movement as a postmodern movement and tries to explain how the movement has developed today where new communication technologies are gaining importance day by day. Within this context, the study aims to shed light on the following questions: “What are the conditions

that form social movements?, What are the factors that enable individuals to identify themselves as members of a social movement?, Do new technologies transform social movements, and if yes, how do they show their effects? Is the Yellow Vest Movement a postmodern movement, so what makes the movement postmodern?"

Social Movements Expressing Joint Mass Actions

In the 19th century, societies entered a period of radical change. This situation began to change the economic, political, social and ideological structures of societies. Social movements, which were a part of this change and have been manifested since the 18th century, have evolved as interactive campaigns, not as singular initiatives. These movements have begun to show themselves frequently in the social and political spheres as the movements that have the power to realize political change programs (Tilly, 2008, p. 64).

In history, Lorenz Von Stein was the first to use social movement as a concept in terms of political struggle. At first, this concept consciously referred to a process in which the working class would obtain power. This process which showed continuity was also unifying. Marx and Engels also adopted the definition of social movement by Von Stein in the Communist Manifesto in the same period. However, from the end of the 19th century, social movements were transformed into movements that included not only organized workers but also farmers, women, and other segments who claimed rights (Yaylaci, 2014, p. 36). Thus, social movements have become tools operating in many areas of life. Social movements were no longer just movements that have political or economic demands, but they started to manifest themselves as interactive movements expressing identity-based social issues such as women's rights, gay rights or environmental issues.

The social movements arising from collective unity have a structure that tries to present new suggestions and offer solutions to the structural problems that were not previously considered a solution. American President Jameson described social movements not as a particular form of politics but as large-scale social transformations (Tilly, 2008, p. 58). This point of view developed by the American President for the social movements emphasizes the power of the movements that are created by the masses coming together and changing the social structure in the social sphere in line with their demands.

Politicization of daily life began in the 1960s, compared with postwar reconciliation. The modern age was shaped by the oscillation between politicization and the depoliticization of everyday life. At the beginning of the 19th century, social movements brought a new phenomenon to social events and politicized aspects of everyday life which had not previously been considered as political (Calhoun, 1993, p. 399). According to Kitschelt, who defines social movements as structures trying to balance the elements of democracy by allowing direct participation, social movements address political issues as well as separate or interrelated problems (Kitschelt, 1993, p. 24). Stating that social movements stem from the lack of democracy, Tilly creates a paradox by arguing that there is no need for democratization for the movements to become logical. According to him, social movements in principle have a structure that works for the benefit of inequality and exclusion rather than equality and participation (Tilly, 2008, p. 95). In this sense, Tilly presents a different point of view by defining social movements, which was defined by Kitschelt as structures maintaining a balance between the elements of democracy, as structures emerging in the absence of democracy.

The social movements that unite around a complaint of the groups are conceptually defined in different ways by different thinkers. Alain Touraine, defines social movements as follows: "Social movement is the confrontational movement of the social class which was defined by its dominance or dependence on forms of historicity, cultural investment, knowledge and morality models, directed at cultural models" (Touraine, 1988, p. 51). These views of Touraine who states that sociology is the subject of social behavior and relations are the evidence of how important the masses and their behaviors are in today's society. What should be the subject of research of social sciences is the relationships and behavior models they developed.

In the 21st century, George A. Lundberg, (as cited in Sanlı, 2005, p. 13), defined social movements as "voluntary units consisting of individuals engaged in harmonious activities to change attitudes, behaviors and social relations within a large society". Alberto Melluci defines social movements as a form of collective movement which carries conflict based on solidarity and pushes the boundaries of the system it belongs to. Melluci (1985, p. 85) states that the social movement is shaped by the possibilities and boundaries provided by social relations. Melluci's notion of social movement emphasizing collective movement points to the necessity

of a common culture and interests within the mass. Attitudes that affect the thinking and behavior of the mass must be based on collective elements in order for the social movement to occur.

Social movements that raise their voices for certain demands can be defined as the form of confrontational collective action of social groups united around a particular purpose, belief and idea, who have an impact on culture, social norms and values and who are in an effort to change the attitudes and social relations of certain issues in society. Social movements are aimed at producing solutions to the problems that political and social institutions cannot solve and to bring forward the problems of certain groups which are in the "other" position in the society.

Formation of Social Movements

After the emergence of social movements on the national plane in the 18th century, early theorists focused on the three dimensions of the movements: extremism, deprivation and violence. The sociologists of the 19th century, pioneered by Emile Durkheim, considered social movements as structures that emerged as a result of the anomie and social disintegration (Yaylaci, 2014, p. 47). According to Marx, the basis of the emergence of social movements lies in the competition between the bourgeoisie and the working class in the industrial society. The conflict created by this situation explains what kind of a ground the social movements take place on. It should be noted, however, that the class is not the locomotive of social movements as defined in Marx, but represents the economic possibilities of individuals in the social structure (Hira, 2016, p. 144). In this case, it is possible to say that the formation of social movements depends on many different variables.

The social movements that began to flourish in England at the end of the 18th century began to take root in North America and Europe in the 19th century. Many changes need be considered in order to understand the reason for these movements to be formed and spread. The most important change in terms of social movements in this period is that the people started to demand rights from the government. Political elites who take place in the administration on behalf of people, global trade relations and developments in transportation are the other developments affecting social movements. Another important development in this period is the new mass media that unites people and widespread literacy (Markoff

as cited in Tilly, 2008, p. 25). With the development of mass media, networks have become important tools that have an impact on people. Through social networks, individuals have found the opportunity to take action by communication and learning about social and political issues.

The first examples of social movement have emerged in the form of slavery, labour and women's movements. Labour movement aroused by the problems started with industrialization in the 17 th century in Britain and 19 th in United States. In this period of time, the issue of workers was brought up by trade union movements. For example, in the state of Maine as early as 1636, a group of fishermen started a protest against the low wage policy (Makhlouf, 2016, p. 22). Women's movements, which emerged from the demand of social and political freedom, began to make demands against the precariousness of women in the patriarchal society of the 1800s. In 1840, at World Anti-Slavery Convention which was held in London, American women were left out of the Convention by British male leaders. Elizabeth Cady Stanton, one of the founders of the women's suffrage movement in the United States, pointed out that this led to the women's political equality by directing many women in England and America to new ideas and actions (Midgley, 1993, p. 344). Among the first examples of social movements, it is possible to show the movements that emerged in England and America against slavery.

During the years when social change was felt rapidly, the source mobilization paradigm emerged which was in an effort to reveal the shortcomings of collective action approaches that dominated social movement studies in the USA (Buechler, 1995, p. 441; Özen, 2013). With the characteristic predecessor structure of rational actors that took instrumental action through official institutions to secure the resources and to promote mobilization, this paradigm showed significant theoretical and empirical success to understand social movements (Buechler, 1995, p. 441). The resource mobilization approach argued that the balance of resources among the group was important for the continuity of the group in the movements united with rituals and routines in daily life for participation. Maintaining this balance depends on the limits of social control power, the leadership and organizational structures of organizations, and the competition of movements on scarce resources within the framework of subjects and groups (Sanlı, 2005, pp. 54-55).

In response to the resource mobilization paradigm, new approaches have been

developed with various differences over time based on similar ontological and epistemological assumptions (Özen, 2013). Emergence of significant criticisms against resource mobilization approach “created an intellectual space for complementary or alternative perspectives to analyze social movements”. One of these different perspectives was the social constructionism that brought a symbolic interactionist approach to collective behavior study, emphasizing the role of framing activities and cultural processes of social activism (Buechler, 1995, p. 441).

Resource mobilization and political process theorists, who researched why movements emerged in the 1970s, questioned when and how they secured resources to fight against individuals’ exclusion from channels. They came to the conclusion that this was a case of accessing collective interests through political bargaining. The theorists assumed that a present collective actor could recognize the beginning of political opportunities and mobilize local resources for political purposes. However, the new social movement theorists opposed it. Because they defined movements as structures that demanded identity and new lifestyles rather than reducing them to social class, political and economic interests (Polletta & Jasper, 2001, p. 286).

The new social movement paradigm, which emphasizes issues such as identity and lifestyle, is based on the traditions of social theory and political philosophy. This approach has largely emerged as a “response to the inadequacies of classical Marxism to analyze collective action” (Buechler, 1995, p. 442). The new social movement paradigm is the addition of both historical and micro-historical elements of social movements to social theory. At the macro level, the new social movement paradigm focuses “on the relationship between the rise of social movements and the larger economic structure and the role of culture in such movements”. At the micro level, the paradigm looks at the relationship between identity and personal behavior in social movements (Pichardo, 1997, p. 411).

Regarding how different paradigms evaluate social movements, they consider conflicting and collective movement normal but base the formation conditions of the movements on different reasons. The paradigm of resource mobilization places economic policy on the base of the movements whereas the new social movements paradigms places cultural elements on the base.

Investigation of Social Movements in Terms of Collective Identity

Social movements that have gained importance as a result of constructive and destructive changes in society are the means of collective action that arise in order for individuals to come together and announce their demands. These movements are in an effort to gain rights and power in the society as the area in which politics takes place. The social movements, which are in an effort to establish themselves on the basis of conflict and solidarity in the modernizing society, fictionalize us and the others by forming a collective identity. The movements which can establish this opposition increase their participants and attain a strong position in the social life and transform the society in line with their demands.

It is important how the identities are generated, where they originated from, by whom and for what reason they are produced. Identity construction has a structure that uses “materials from history, geography, biology, productive and reproductive institutions, collective memory, personal fantasies, power devices and religious revelations” (Castells, 2008, p. 14). In its simplest form, identity, which is formed by various elements coming together, can be defined as “human’s source of meaning and experience” (Castells, 2008, p. 12) or human capacity based on knowing who we are and therefore what is what. Identity includes multi-dimensional elements such as knowing who we are, knowing who the others are, how we see them, and how they see us (Jenkins, 2008, p. 5). Calhoun (as cited in Castells, 2008, p. 12) states that there is no language and culture in which there is no discrimination between us and them. These distinctions are important elements that lie behind the collective identity among individuals.

New social movement theorists have claimed that attempts to identify, regulate and rectify identities were more important than the movements in the past. Sociologists who sympathized with political process approaches have begun to use collective identity to explain “how structural inequality has changed into subjective discontent” (Polletta & Jasper, 2001, p. 287). The subjective discontent experienced by individuals transforms into collective problems and enables the social movement to spread to large sections.

Social structures and tactical repertoires, which can be called mobility structures, point to mechanisms that organize collective actions and enable

individuals to participate in them. Social structures include social movement organizations, formal and informal networks. Tactical repertoires describe protest and collective forms of action that activists are familiar with and can use. Thus, if there is an existing organizational infrastructure and familiar networks, supporters are more likely to take action on a subject (Garrett, 2006, p. 204). Some researchers, who explain that identities are mobilisers, have turned to network analysis. They have emphasized that such identities consist of elements such as patronage networks, city dwelling or political awareness, not from categories such as class and sex (Polletta & Jasper, 2001, p. 288).

The focus on identity, which is the most distinctive feature of the new social movements, is considered unique in modern movements, since identity politics also expresses the belief that the elaboration, expression or affirmation of identity should be the main focus of political work (Pichardo, 1997, p. 414). According to Johnston et al. (1994, p. 139), social movements have risen with the defense of identity. The movements are developing within the framework of relationships that empower their members in defining themselves. What individuals collectively claim is their right to exercise their identity. Individuals look for the opportunity to realize their emotional worlds and biological existence.

According to Melluci (1985, p. 85), the integrity and continuity of social movements cannot be achieved without the integration of individuals and groups. In addition, the continuation of social movements also requires the interdependence of groups and individuals. Commitment to movement is an important force affecting the members of the group to stay together. This commitment enables to take action with the sense of us on the one hand, while on the other, it makes it difficult for individuals to leave the group.

In order to ensure the continuity of social movements, the movement actors must have a common understanding and belief, and participants must indirectly have an intergenerational network of relations in their minds. The continuity in the achievement of culture, ideology, and organizational form is possible by the influence of this structure, which is defined as a collective identity and connected to the relationship between generations. From this point of view, it is possible to say that all movements are based on cultural foundations based on collective identity and bear representative and symbolic functions.

New Communication Technologies and Social Movements

The global transformations in the historical process have also changed the institutions and structures in the social structure to a large extent. Especially with the realization of the technological revolution, new communication technologies such as mobile phones, social media networks have transformed the communication, collaboration and demonstration forms of social movement participants. This situation has led to serious changes in the organization of social movements and caused a problem emerging in any country to become a problem concerning the world. Thus, social movements have begun to show themselves on a global scale as formations that are independent from time and space.

New social movements that have emerged in order to overcome the crises caused by the modern society have started to develop with very different qualities in this age of transformation compared to the past. This process, defined as the transition from industrial society to post-industrial society, from modern society to postmodern society, has also been a period in which new conceptualizations and definitions have been made in terms of social movements (Yaylacı, 2014, p. 61). The social movements, which set new areas for themselves together with the change, have made attempts to either provide or prevent change. The movements take on the role of restoring the confusions and tensions that the modern age brings. Developing communication technologies have changed the structure and formation of these movements to a great extent and the movements have attained a postmodern character.

It can be said that technology is a part of society and that society creates, produces and reproduces technology (Fuchs, 2014, p. 106), that is, there is a mutual interaction between society and technological innovations (Castells, 2013, p. 6), and that technology influences participation in social movements and organization in the postmodern period. Fuchs (2014, p. 106) stated that interactions in all networks are the common aspects of technological networks thanks to the technology that people see as one of the many outcomes of their productive social interactions. The three mechanisms potentially related to technology and participation that allow interaction are defined as the "reduction of participation costs, promotion of collective identity", and the formation of the community (Garrett, 2006, p. 204). The possibility of participation offered to individuals by the technology has enabled the social movements to be organized through technology, to strengthen their identity and to mobilize.

Social movements at the beginning of the 21st century have started to use new technologies in their organization and in their activities where they announce their demands. These new technologies have been influential in the organization of many recent social movements and in going out to the streets. In his book "Rebellion and Hope Networks", Castells (as cited in Fuchs, 2014, p. 119). stated that the Arab Spring emerged through calls made from the Internet and wireless networks, which were self-mobilization processes. The rapid spread of the Internet, which is an important component of the new political communication system, enabled activists in Egypt to use new media tools during the Arab Spring and create a public space despite the government's pressure. For many people, the online space has been the only area where they encounter opposing content (Tüfekçi & Wilson, 2012, p. 4). Howard Rheingold said that the movement of the masses, who wanted the resignation of the President of the Philippines, Joseph Estrada and got organized via sms, was a harbinger of 'smart communities', which he defined as people who can move in harmony even though they do not know each other (as cited in Tilly, 2015, p. 25). From these examples, it is possible to say that the 21st century movements that we can define as the postmodern social movements with the spread of technology in a wide area have begun to replace the traditional movements of the 19th century.

Promoting collective identity in postmodern social movements, which unites technology and participation, the common complaints shared by individuals creates the perception that they are members of a wider community. 'Information and communication technologies enable the individuals who feel as they belong to the movement to mobilize in order to support the collective action later by promoting the collective identity throughout a dispersed population' (Garrett, 2006, p. 205). The fact that social networks that contribute to the formation of collective identity, create opportunities to obtain practical information about ongoing activities, existing organizations, contact persons and participation becomes a source of social pressure among potential participants, and allows for ideas such as "If you go, I will go too" to spread among the participants (Diana, 2015, p. 2).

Although technology was influential in the formation of social movements in the 21st century, the innovations in the movements were also caused by changes in social and political contexts. Despite the technological developments, inequality of communication has increased in this century (Tilly, 2008, p. 157). This situation will undoubtedly have a negative impact on the organization of social movements.

However, it should also be noted that despite the inequality of communication, social movements have become a structure that can be organized through technological tools in the 21st century and mobilized by technological tools when necessary.

The Position of the Leader in Social Movements

Since the emergence of social movements as class movements, they have been in an attempt to influence social and political initiatives. For this reason, it is possible to say that the social movements endeavor to have a voice in the political and social spheres. During this endeavor, the movements are sometimes mobilized under the guidance of a leader, sometimes accompanied by a few leaders. While the old-movements were organized around a single leader, in the new movements, although the leader is not always in the forefront, there are one or several actors organizing the movement. In other words, the new social movements are flexible and decentralized, despite the central organization of the old movements accompanied by great leaders (Çayır, 1999, p. 19).

The new social movements have a structure in which the public and private roles, community and organization are integrated, and especially the temporary and weak boundaries between the roles of members and official leaders are determined (Offe, 1985, p. 64). There may be a horizontal communication between the participants in the movements. Although there are certain members influencing the participants, it is possible to say that these personalities are people with leadership qualities who are smart and have strong communication skills rather than being authoritarian.

In their article called "Announcement", Hardt and Negri (as cited in Uzunoğlu, 2015, p. 90) emphasized that the new social movements were powerful because they were leaderless and underlined the radical democratic methods in the new social movements. Social movements organize themselves in a non-fluid manner that prevents the dangers of oligarchy. They tend to transform leadership, make joint voting on all issues, and have organizations planned. At the same time, the new social movements defending an anti-bureaucratic structure oppose the bureaucratization of the economy and politics in which individual citizens are drowned. Instead, "they call for a culturally libertarian transformation of social institutions" that benefit individual choice and collective self-organization more (Pichardo, 1997, p. 416).

Paolo Gerbaudo also states that modern social movements are leaderless networks, and define leaders who manage protests from social media and choreograph the coming together as “soft leaders”. Few people control most of the communication flow. The choreography of coming together means “the use of social media to direct people to specific protest actions, to send instructions to activists on how to act, and to establish an emotional narrative in order to keep coming together in public space” (as cited in Fuchs, 2014, p. 122). From this point of view, it is possible to say that in postmodern social movements there is a soft leader instead of a single leader and they organize their participants through new communication technologies.

AIM AND METHODOLOGY

Aim

In this study, it is aimed to examine whether the the Yellow Vests Movement has a postmodern nature as a movement that is organized and announces its demands via new communication technologies. By analyzing the formation conditions of the movement, the prominent issues of the movement are tried to be put forward. While doing this, the new social movements paradigm which has postmodern values has been taken into consideration. The data was collected from the newspaper and the Twitter page of the Yellow Vests Movement.

The study examines the structure, purpose, and stance of the Yellow Vests Movement against the government and the way it uses new communication technologies by analyzing the content of the their tweets and their positive and negative status. Thus, the increasing importance of social networks in terms of postmodern social movements and their effects on mobilization are tried to be analyzed. In this context, the study aims to draw attention to how social movements have transformed via social networks and how these networks affect the action and communication of the movements that are opposed to the existing order. The fact that Yellow Vests Movement, which emerged in France and showed a social movement characteristic, has gained a global dimension quickly by getting organizing via new communication technologies since it started became influential in choosing this movement as an example.

Thus, the study aims to answer questions such as;

- What are the reasons that led to the formation of the Yellow Vests Movement?
- What are the outstanding issues in the posts shared by the Yellow Vests Movement?
- What are the feelings found in the posts shared by the Yellow Vests Movement?
- How do Yellow Vests organize the movement with new technologies?

Method

In the study using descriptive analysis method, content analysis was used technically. In the content analysis, the Yellow Vests' Twitter account was examined and the predominant issues and feelings contained were studied with the data mining technique, and the data were analyzed through the Orange3 software. In this context, the tweets from Gilets Jaunes (@_Gilets_Jaunes_) Twitter account have been collected. 95 tweets between the dates of 17 November 2018, as the date on which Yellow Vests Movement started, and 31 December 2018 were included in the analysis. Therefore, the pre-New Year period was discussed. The new year holiday, coming to the table with the Government and aftermath was excluded from the analysis as they were defined as the second period of the Movement. With the data obtained from the period between the dates mentioned above, which we define as the first period, the study tried to explain the stance of the Yellow Vests Movement.

Information on the Orange Software

The data obtained from Twitter were analyzed and interpreted by Orange3 software. Sentiment, words and topics analysis are obtained and visualized from the data processed on this software.

Orange and Knime are the easiest data mining tools. It runs on OS X, Windows and Linux operating systems (Demsar & Zupan, 2013, p. 57). Written in Python, "Orange is an open source machine learning and data mining software. Orange is a component-based visual programming software for data mining, machine learning and data analysis" with a programming of data analysis and visualization. Components are called widgets, which allow simple data visualization, subset selection and pre-processing, experimental evaluation of learning algorithms, and predictive modeling (Demsar et al., 2004, p. 537; Naik & Samant, 2016, p. 664).

The development of Orange was initiated by Demsar and Zupan in 1997 (Demsar & Zupan, 2013, p. 56). Orange continues to be developed by the Bioinformatics Laboratory of the Faculty of Computer and Information Sciences at the University of Ljubljana (Naik & Samant, 2016, p. 664). Orange consists of a canvas placed by the so-called widget. Each widget provides some basic functions, such as reading data, showing a data table, manually selecting data properties. The user links the widgets with the communication channels. The basic strength and flexibility of Orange is in different ways in which tools can be combined in new schemes. The combination of widgets in a schema is highly flexible, so users can create any desired data stream only by linking widgets in the desired order (Demsar & Zupan, 2013, p. 57).

There are analyzes in the literature with Orange software. Naika and Samanth (2016) used WEKA, Rapidminer, Tangra, Orange and Knime software for classification. These classification are medical analyzes that classify patients with and without liver disease in India. Another study using Orange is Real Time Data Analysis in Clowd Flows by Kranj et al. (2013). In this study, multiple software (WEKA, Orange, Knime, Rapidminer) was used together. Orange widgets were applied to Clowdflows. In the study the tweets regarding Edward Snowden were analysed using sentiment analysis.

FINDINGS

Analysis of the Yellow Vests Movement as a Postmodern Movement

A General Evaluation on Yellow Vests

The revolts of 1789, which changed the history of the world in the political history of France, were realized against oppression, and the Declaration of Human and Citizen Rights was adopted. In addition to these revolts, French history witnessed many popular public movements. One of these popular movements, the Yellow Vests Movement which started on 17 November 2018 in France with gathering of a group of people who lost confidence on the establish order has spread to many European and Middle Eastern countries in a short period of time, just as the impact created by the 1789 Rebellion worldwide.

Yellow Vests began their demonstrations in the regions of France known as the province. The Yellow Vests organized big demonstrations by shouting (Telek, 2018) their demands in the masses they organized in Paris on Saturday November 24th and Saturday December 1st.

Considering the reasons for the start of the Yellow Vests Movement, it is understood that the taxes that President Emmanuel Macron decided to implement under the name of "Environmental Tax" since January 1 were what started the demonstrations. The demonstrations initiated with the additional tax imposed on the fuel continue as a spontaneous rebellion of the workers who are forced to pay against the austerity policies and whose demands are not taken into account (Evrensel, 2018). Protesters, who claimed that a disproportionate burden of the government's tax reforms were placed on the working class and the middle classes, called for the end of these changes and the resignation of French President Emmanuel Macron ("Yellow vests movement," n.d.).

It should be noted, however, that these actions do not only mean a government problem. On the basis of these social movements also lies the destructiveness of the political environment created by the neoliberal and capitalist system. Telek (2018) explains this situation with the globalization of the world as never before in the last forty years. With globalization, the problems experienced by people, frustration, stress, struggle to earn a living, and search for a responsible in the face of these and feelings like anger have become common. The situation of a family in France who cannot make ends meet has resembled the situation of a family in Turkey and India. In short; stress, anger, insecurity, indebtedness, unemployment, the cost of living have reached a global dimension by transcending national borders (Telek, 2018).

According to the sociologist Benoit Coquard, who has spent time with the activists since the demonstrations began, there are people from very different backgrounds behind the barricades. Yellow Vests do not only consist of white French men. According to him, especially women who are in a precarious condition and have financial difficulties take place behind the barricades (Telek, 2018). Liberation from the French press stated that there had been the most violent rallies since the 1968 Movement and emphasized the heterogeneity of activists from different groups, from nationalists, extremists, student groups to militants and anarchists ("Yellow vests...", 2018).

According to Coquard, people do not want to explain their political views in the barricades because the participants are aware that they have different political views. The main agenda of activists, who do not talk about politics and which party they vote for, consists of taxes, the cost of living and what they can do in the face of

these. Another important information given by Coquard about the Yellow Vests is that the movement is anti-rich and anti-wealth. The movement particularly rose against Macron's elimination of wealth tax for the rich people, implementation of heavy taxes on the middle class while making a tax deduction for the rich, stopping the housing allowance for the students and against precarization. In this sense, another issue that is on the agenda of the activists is the inequalities in France (Telek, 2018).

Activists are wearing a yellow vest which is the symbol of French drivers ("Hundreds arrested...", 2018). In France, the necessity for the yellow vest to be present in every vehicle has transformed its use into the symbol of the movement. This is because the yellow vest works as a reflector in cases of accident or failure. It is both a symbolic and easily accessible item since it is related with emergency. In this context, the Yellow Vests movement, in a way, means "caution, revolt" (Taştekin, 2018). The fact that the yellow vest is cheap, easily accessible, easily definable and above all that it is a necessity implemented by the government has proved the symbol selection to be inspirational and played a great role in the rapid spread of the movement (Henley, 2018). In this sense, the Yellow Vests have actually won the cultural representation war, and the working class and lower middle class people have become visible again (Henley, 2018).

The Yellow Vests Movement, which encompassed large sections and emerged as a popular uprising, began on November 17 and spread rapidly through social media ("Almost 100 injured...", 2018). The participants of the movement were organized by coming together via social media. Several weeks before the movement, different groups started to be formed and a few preparatory meetings were held before going out on the streets. Those who did this were named on Facebook as eight "national communicators" responsible for dialogue with the government (Dianara, 2018). After a participant from Brittany named Jacline Mouraud called out to Macron on October 18 saying "Tell us where we are heading? What are you doing with the money you take from us?" and criticized the rises, she published a video message ending with "It is enough". The video, which was viewed by 6.1 million people in a very short period of time, has been influential in organizing the French people in social media and exacerbating the events (Taştekin, 2018). One participant summarized the importance of social media for the Yellow Vests Movement by saying "Thanks to Internet, we no longer

need the representatives. We can directly vote every subject on our own" ("Fransa'da sarı yelekliler...", 2018). Social media has influenced the organization of the Yellow Vests Movement not only in France but also in many countries, from Belgium to Bulgaria, from Serbia to Sweden, and from Israel to Iraq (Henley, 2018). The anti-tax demonstrations in Paris was also adopted by the demonstrators in Iraq. Approximately one hundred activists wore yellow vests and marched to the office of the Governor of Basra, Asaad al-Eidani, to demand basic services such as water and electricity (Givetash, 2018). In Egypt, high-level authorities restricted the sale of yellow vests in 2011, with concern that activists in the Husni Mubarak uprising could take the example of the Yellow Jacket Movement in France. The yellow vest was being sold with the permission of the police in a limited way ("Egypt bans sale...", 2018).

Bart Cammaerts answered the question "who is leading the movement?" by saying "These movements do not have a strong and certain leadership or an organization that unite people" ("Fransa'da sarı yelekliler...", 2018). The Yellow Vests, who do not have a leader, are not connected with a specific political movement. The movement has no formal organization, a defined leader and no political affiliation. Instead, it is almost completely coordinated in social media (Willsher, 2018a). The movement, which does not have a central organization or leader, has extended its demands, including the resignation of Macron and the annulment of the French parliament. Benjamin Cauchy, one of the spokespersons of the movement, demanded that their demands be met saying that "The French people are not sparrows and they do not want the crumbs that the government gives them. They want the bagette" (Willsher, 2018b).

As a result the Yellow Vests Movement, which emerged in France, has spread to the social and political spheres on a global scale. People support this movement, which seeks solutions to collective inequalities in daily life by getting organized via social media.

Topic Analysis of Twitter Posts

Having analyzed the content of the tweets on Gilets Jaunes (@_Gilets_Jaunes_) account of Yellow Vests, it is possible to say that the predominant words on Word Cloud are as follows: movement, state, blockage, mobilization, continuation, yellow

vests and 17 December 2018. In addition, the tweets contains an emphasis on needs, gathering, participation, continuation, support and the Saturday on which the big movement took place.

Using Topic Modelling, abstract subjects were analyzed based on word clusters in each document and their frequency in latent semantic indexing-LSI. LSI provides both positive and negative weights per subject. While a positive weight means the word highly represents the subject, a negative weight means that the word does not highly represent the subject. Positive weights are represented by green color while the negative weights are represented by red color (Biolab, 2018, p. 30). Looking at the Topic Modelling results of Yellow Vests' Twitter account, it is possible to say that words such as yellow vests, our, movement, 17 December 2018, continuation, blockages, support, French are highly represented in the tweets with a positive weight.

Sentiment Analysis of Twitter Posts

Heat Map and Tweet Profiler were used for the sentiment analysis of tweets shared by the Yellow Vests. Whether the tweets were negative and positive was checked by choosing Vader (Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner), which is a lexical method, in the analysis conducted via Heat Map. The tweets shown on the Heat Map in blue color indicate a positive effects, while the ones in gray color represent neutral emotions. Looking at the figure, it is possible to say that the majority of tweets carry negative elements. Looking at the sentiments contained in the tweets by Tweet Profiler according to Ekman's list of sentiments, one of the tweets has anger, three have disgust, fourteen have fear, thirty have joy, three have sadness, and forty-four have astonishment feelings.

DISCUSSION AND CONCLUSION

In this study where the evolution of social movements was examined through Yellow Vests, the differences of postmodern social movements from traditional social movements were revealed. The structural changes also occurred in the movements along with the technological changes, by replacing the class-based, economic demands of the traditional movements with the issues like desire of a good life and the identity argument. With the rise of the network society, the movement

participants had the opportunity to communicate in digital environments. This makes it necessary to read the social movements which are organized through networks in the context of the information society.

The social movements have been reshaped according to social change and have taken many problems of modernization into their agenda. In addition to the goals and expectations of these movements evolving along with the change, their agenda and form of organization have also been transformed. These new movements, which can be described as postmodern social movements, have begun to be organized through new communication technologies around issues such as identity-oriented gender, environment, belief and freedom that go beyond obtaining economic and political rights, as opposed to class-based movements. Movements have started to be effective on a global scale with the spread of new communication technologies and new issues entering on the agenda of social movements.

The fact that new communication technologies conveyed its effect of bringing continuity on street protests to wider masses and making people interested in politics again in an apolitical era has been influential in rapid communication and organization of social movements such as Occupy Wall Street, Arab Spring, Indignados, Gezi Park (Şener & Öğün-Emre, 2015, p. 217) and has enabled movements to find support on a global scale. The Yellow Jackets Movements is organized by spreading messages on social media channels. It can be said that the movement was organized via social media since its inception was organized through Twitter in accordance with the data obtained from the analyzes and it tried to mobilize the masses with the contents emitted from it. Internet and social media had a great impact on the initiation of the Yellow Vests Movement, just like the above-mentioned social movements. This caused the Movement to gain a global feature, which has postmodernist values.

The Yellow Vests Movement with eight national communicators, who can be called soft leaders as Gerbaudo speaks of, differ from class-based traditional movements as a movement with horizontal communication, which is organized and strengthened by new communication technologies, is on a global scale, and emerges against the unequal applications of the authority. When the Twitter posts of the Yellow Vests, which can be described as a postmodern movement with heterogeneous participants, is examined, it is possible to say that the themes such as encouraging

for movement, support request, organizing and mobilizing are mostly included. It also called out for the organization and continuity of the Movement via Twitter because the movement participants expecting to be recognized and demanding an equal life thought that their demands were not adequately met by the French Government. It can be said that the movement, which uses the yellow vest as a symbol, creates a collective identity through a symbolic element, and fights a war of cultural representation. Based on the assumption that the success of the movement is the organization, mobilizing the participants and creating a collective identity, it is seen that the new communication technologies play a key role in the continuity and organization of the movement.

It can be stated that the sentiments used in the Twitter posts of the Yellow Vests Movement, which is the struggle of the excluded ones to participate in the system and which includes people from different ideologies, are predominantly negative. The movement has been aggressive towards injustices and inequalities in France and advocates those whose rights have been violated. At the same time, the fact that the movement opposing social injustice has found great support, and exists in both traditional and new communication environments have enabled it to spread into many countries in a short time and turn it into a movement at global scale. It can be expressed that the movement demanding social justice, equality and a good life has a transformative quality and that it strives to produce justice policy towards the overall society, not only the privileged segments. In this context, the Yellow Vests Movement is important to analyze the impact of new communication technologies on movements in order to understand the transformation of social movements without ignoring the theoretical framework and to understand how the social movements will change in the future.

ACKNOWLEDGEMENTS: In this study, we used the theoretical framework of the master thesis titled "2014 Local Elections in the Context of Mass Psychology and Management" which was supported by TUBITAK and presented at the Social Sciences Institute Public Relations and Publicity Department of Istanbul University.

Grant Support: The author received no financial support for this work.

REFERENCES

- Almost 100 injured during french fuel protests. (2018, December 1). *Irish Times*. Retrieved from <https://www.irishtimes.com/news/world/europe/almost-100-injured-during-french-fuel-protests-1.3717291>
- Altı soruda sarı yelekliler hareketi. (2018, December 25). *Evrensel*, Retrieved from <https://www.evrensel.net/haber/366788/6-soruda-sari-yelekliler-hareketi>
- Biolab. (2018, Aralık 11). *Orange3 text mining documentation*. Retrieved from <https://media.readthedocs.org/pdf/orange3-text/latest/orange3-text.pdf>
- Buechler, S. M. (1995). New social movement theories. *The Sociological Quarterly*, 36(3), 441-464. Retrieved from <http://docshare04.docshare.tips/files/29857/298572643.pdf>
- Calhoun, C. (1993). New social movements of the early nineteenth century. *Social Science History*, 17(3), 385-427. Retrieved from <http://publish.uwo.ca/~jnewman/Calhoun%20on%20NSM.pdf>
- Castells, M. (2008). *Kimliğin gücü* (E. Kılıç, Trans.) İstanbul, Turkey: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). *Ağ toplumunun yükselişi* (E. Kılıç, Trans.) İstanbul, Turkey: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çayır, K. (1999). *Yeni sosyal hareketler*. İstanbul, Turkey: Kaknüs Yayınları.
- Çetinkaya, D. (2015). 2008 sonrası isyanlar üzerine. In D. Çetinkaya (Ed.), *Toplumsal hareketler tarih, teori ve deneyim* (pp. 9-18). İstanbul, Turkey: İletişim Yayınları.
- Çetinkaya, D. (2015). Tarih ve kuram arasında toplumsal hareketler. In D. Çetinkaya (Ed.), *Toplumsal hareketler tarih, teori ve deneyim* (pp. 25-74). İstanbul, Turkey: İletişim Yayınları.
- Demšar, J., Zupan, B., Leban, G., & Curk, T. (2004, September). Orange: From experimental machine learning to interactive data mining. In *European conference on principles of data mining and knowledge discovery* (pp. 537-539). Berlin, Germany: Springer.
- Demšar, J., & Zupan, B. (2013). Orange: Data mining fruitful and fun-a historical perspective. *Informatica*, 37(1), 55-60.
- Dianara, A. (2018, December 30). *We're with the rebels*. Retrieved from <https://jacobinmag.com/2018/11/yellow-vests-france-gilets-jaunes-fuel-macron>
- Diani, M. (2015). Social movements, networks and. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. <http://dx.doi.org/10.1002/9781405165518.wbeoss162.pub2>
- Egypt bans sale of yellow vests in fear of gilets jaunes copycat protests. (2018, Aralık 11). *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/11/egypt-bans-sale-of-gilets-jaunes-yellow-vests-in-fear-copycat-protests>
- França'da sarı yelekliler anlatıyor: Neden sokaklara çıktılar? (2018, December 11). *BBC Türkçe*. Retrieved from <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46523578>
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal medya eleştirel bir giriş*. (D.Saraçoğlu & İ. Kalaycı, Trans.) Ankara, Turkey: Notabene Yayınları.
- Garrett, R. K. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movements and new icts. *Information, Communication & Society*, 9(2), 202-224. <http://dx.doi.org/10.1080/13691180600630773>

- Givetash, L. (2018, Aralık 5). *France's yellow jacket inspire protesters in Iraq*. Retrieved from <https://www.nbcnews.com/news/world/france-s-yellow-jackets-inspire-protesters-iraq-n943996>
- Henley, J. (2018, Aralık 21). *How hi-vis yellow vest became symbol of protest beyond france*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/21/how-hi-vis-yellow-vest-became-symbol-of-protest-beyond-france-gilets-jaunes>
- Hira, İ. (2016). Yeni toplumsal hareketler politik öncelikten kimlik vurgusuna. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, XI(1), 143-156. Retrieved from <http://www.beykon.org/dergi/2016/SPRING/2016XI.1.12.I.Hira.pdf>
- Hundreds arrested as police clash with yellow vest protesters in paris. (2018, Aralık 1). *France 24*. Retrieved from <https://www.france24.com/en/20181201-french-police-deployed-amid-new-round-protests-over-taxes>
- Jenkins, R. (2008). *Social identity*. Oxon, UK: Routledge.
- Johnston, H., Larana, E., & Gusfield, J. (1999). Kimlikler, şikayetler ve yeni sosyal hareketler. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (pp. 131-158). İstanbul, Turkey: Kaknüs Yayınları.
- Kitschelt, H. (1993). Social movements, political parties, and democratic theory. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528, 13-29. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/1047788>
- Kranjc, J., Podpečan, V., & Lavrač, N. (2013, October). Real-time data analysis in ClowdFlows. In *2013 IEEE International Conference on Big Data* (pp. 15-22). IEEE.
- Makhlouf, H. H. (2016). The Labor Movements In The United States And The United Kingdom. *Review of Social Sciences*, 1(4), 21-26.
- Melluci, A. (1999). Çağdaş hareketlerin sembolik meydan okuması. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (pp. 81-108). İstanbul, Turkey: Kaknüs Yayınları.
- Midgley, C. (1993). Anti-slavery and feminism in nineteenth-century Britain. *Gender & History*, 5(3), 343-362.
- Naik, A., & Samant, L. (2016). Correlation review of classification algorithm using data mining tool: WEKA, Rapidminer, Tanagra, Orange and Knime. *Procedia Computer Science*, 85, 662-668.
- Offe, C. (1999). Yeni sosyal hareketler: Kurumsal politikanın sınırlarının zorlanması. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (pp. 53-80). İstanbul, Turkey: Kaknüs Yayınları.
- Özen, H. (2013). Toplumsal hareketlerin siyasal rolü: Rasyonalist yaklaşımların eleştirel bir değerlendirmesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 68(3), 37-61. Retrieved from <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/1812/19139.pdf>
- Pichardo, N. A. (1997). New social movements: A critical review. *Annual Review of Sociology*, 23, 411-430. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2952558>
- Polletta, F., & Jasper, M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual Review of Sociology*, 27, 283-305. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.283>
- Sanlı, L. (2005). *Politik kültür ve toplumsal hareketler*. İstanbul, Turkey: Alan Yayıncılık.
- Şener, G., & Ögün Emre, P. (2015). Sokak ile sibermekan arasında direniş ağlarını örmek: Gezi parkı eylemleri. In Y. İnceoğlu, & B. Çoban (Eds.), *İnternet ve sokak* (pp. 208-223). İstanbul, Turkey: Ayrıntı Yayınları.

- Tapiero, E. (2018, December 19). *Protests over spiraling french fuel prices leave 1 dead, dozens injured*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/2018/11/17/europe/macron-france-fuel-protests-intl/>
- Taştekin, F. (2018, December 1). *Sarı yelekliler: Fransız baharı mı faşizmin ayak sesleri mi?*. Retrieved from <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46405041>
- Telek, A. (2018, December 6). *Öfkeliiler: Sarı yelekliler yeni bir sınıf hareketi mi?*. Retrieved from <https://www.gazeteduvar.com.tr/forum/2018/12/06/ofkelilersari-yelekliler-yeni-bir-sinif-hareketi-mi/>
- Tilly, C. (2008). *Toplumsal Hareketler* (O. Düz, Trans.). İstanbul, Turkey: Babil Yayınları.
- Tilly, C. (2015). Toplumsal hareketler 21. yüzyıla giriyor. In D. Çetinkaya (Ed.), *Toplumsal hareketler tarih, teori ve deneyim* (pp. 153-198). İstanbul, Turkey: İletişim Yayınları.
- Touraine, A. (1999). Toplumdan toplumsal harekete. In K. Çayır (Ed.), *Yeni sosyal hareketler* (pp. 35-52). İstanbul, Turkey: Kaknüs Yayınları.
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: Observations from tahrir square. *Journal of Communication*, 62(2), 363-379. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- Uzunoglu, S. (2015). Hegemonya içerisinde direniş: Anonimlerin yükselişi. In Y. İnceoğlu, & S. Çoban (Eds.), *İnternet ve sokak* (pp. 79-92). İstanbul, Turkey: Ayrıntı Yayınları.
- Willsher, K. (2018a, December 4). Gilets jaunes protesters threaten to bring france to a standstill. *The Guardian*. Retrieved from [theguardian.com/world/2018/nov/16/gilet-jaunes-yellow-jackets-protesters-france-standstill](https://www.theguardian.com/world/2018/nov/16/gilet-jaunes-yellow-jackets-protesters-france-standstill)
- Willsher, K. (2018b, December 16). Gilets jaunes protests in france to continue despite fuel tax u-turn. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/04/french-government-to-suspend-fuel-tax-increase-say-reports>
- Yaylacı, F. G. (2014). Toplumsal hareketler ve kuramsal yaklaşımlar. In B. Kartal & B. Kümbetoğlu (Eds.), *Yeni toplumsal hareketler* (pp. 32-59). Eskişehir, Turkey: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yaylacı, F. G. (2014). Yeni toplumsal hareketler. In B. Kartal, & B. Kümbetoğlu (Eds.), *Yeni toplumsal hareketler* (pp. 60-83). Eskişehir, Turkey: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yellow vests: Is the movement spreading across europe? (2018, December 14). *BBC News*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-46559203/yellow-vests-is-the-movement-spreading-across-europe>
- Yellow vests movement. (n.d.). *Wikipedia*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Yellow_vests_movement

Figure 3: Heat Map Results of @_Gilets_Jaunes Twitter Page

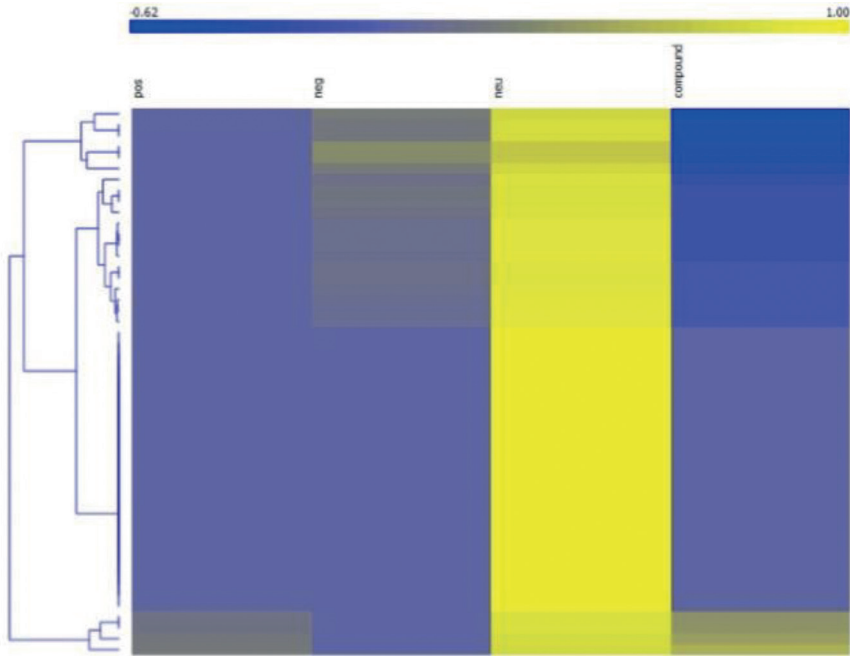
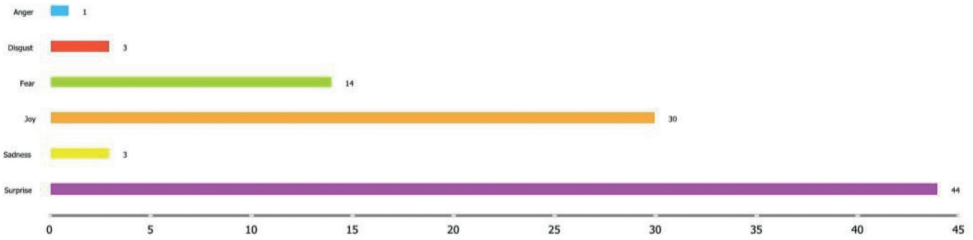


Figure 4: Tweet Profiler Results of @_Gilets_Jaunes Twitter Page



Türkiye’de Ekoloji Hareketlerinin Sınırlı Sosyal Medya Kullanımı: Ekoloji Birliği Twitter Ağı Analizi Örneği

Ecological Movements’ Limited Use of Social Media in Turkey: A Social Network Analysis of Ecology Union within Twitter

Özlem ERKMEN¹, Canan ARSLAN¹, Burcu GÜMÜŞ¹,
 İlknur DOĞU ÖZTÜRK²



¹Assoc. Prof. Dr., Doğu University, Faculty of Arts and Sciences, Department of Communication Sciences, Istanbul, Turkey

²Assoc. Prof. Dr., Doğu University, Vocational School, Public Relations and Publicity Programme, Istanbul, Turkey

ORCID: Ö.E. 0000-0001-8761-5099; C.A. 0000-0002-3853-0379; B.G. 0000-0003-2643-2744; İ.D.Ö. 0000-0001-6459-0845

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Özlem Erkmen,
 Doğu Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi,
 İletişim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye
E-posta/E-mail: oerkmen@dogus.edu.tr

Geliş tarihi/Received: 07.01.2019

Revizyon talebi/Revision Requested:
 01.04.2019

Son revizyon teslimi/Last revision received: 16.05.2019

Kabul tarihi/Accepted: 17.05.2019

Atıf/Citation: Erkmen, O., Arslan, C., Gumus, B., & Dogu Ozturk, I. (2019). Türkiye’de ekoloji hareketlerinin sınırlı sosyal medya kullanımı: Ekoloji birliği Twitter ağı analizi örneği.

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, 56, 31-66.

<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0001>

ÖZ

Sanayi devriminin yarattığı toplum yapısı ve sınıfsal çatışmalar ilk toplumsal hareketlerin doğuşuna kaynaklık etmiştir. 20. yüzyılda çatışma konuları üçüncü kuşak insan hakları eksenine kayarken, kültürel ve sosyal konular etrafında şekillenen yeni toplumsal hareketler içinde en yoğun katılım bulanlardan biri de ekoloji hareketi olmuştur. Başlangıçta izole girişimlerden öteye geçemeyen pek çok ekoloji hareketi zamanla teknolojik gelişmelerin de kolaylaştırdığı ağlaşma fırsatlarını değerlendirerek, mücadele alanlarını genişletmiştir. Sosyal medyanın gelişmesiyle bu hareketler, bilgi ve gelişmeleri aktarabildikleri ve farklı kullanıcılarla etkileşimli bir ilişki kurabildikleri bir mecraya kavuşmuştur. Araştırmada, Türkiye’de ekolojik aktivist örgütlenmelerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin bir analiz yapmak amacıyla; ekolojik örgütlerin Twitter’ı kullanım durumları, amaçları, kullanım sıklıkları, öne çıkan çevresel konular ve aktörler incelenmiştir. Twitter kullanım pratiklerindeki benzerlik ve farklılıklarla, paylaşımlarında öne çıkan konuların tespit edilmesi için nitel içerik analizi tekniğine başvurulurken; ekoloji ağında aktif olan aktörlerin ilişkileri de sosyal ağ analizi tekniğiyle incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Türkiye’de ekoloji alanında faaliyet gösteren 55 örgütün bir araya gelmesiyle kurulan Ekoloji Birliği çerçeve alınarak oluşturulmuştur. Sosyal ağ analizi Ekoloji Birliği ağında çatı örgütün etkinliğinin sınırlı kaldığını, Kuzey Ormanları Savunması’nın en baskın aktör olduğunu göstermektedir. İçerik analiziyse ekolojik örgütlerin ağı ağırlıkla ekolojik gündem ve platformun faaliyetleriyle ilgili gelişmeleri iletmek amacıyla kullandıklarını, özgün tweetlerinin sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Araştırmanın bir diğer sonucu ise, Türkiye ekoloji ağında Twitter’ın kitleleri harekete geçirici bir araç olarak kullanımının sınırlı kaldığıdır.

Anahtar Kelimeler: Ekoloji hareketi, sosyal ağ analizi, Twitter, sosyal medya, aktivizm

ABSTRACT

The social structure and class conflicts caused by the Industrial Revolution were the main sources of first social movements. In the 20th Century, as the conflict issues moved towards the third generation human rights axis, among new social movements which came up around cultural and social issues, ecological movements were the ones with an intense number of participants. Ecological movements which started as isolated attempts, extended their struggle arena considering the networking opportunities enabled by technological developments. This research aims to analyze the social network usage of ecological organizations which operate in Turkey. An in depth analysis of Twitter use of ecological groups has been made including their purposes, frequencies of Twitter usage, prominent environmental issues and actors. Content analysis has been used in order to determine the differences and similarities in Twitter using

practices and to find out the prominent issues. On the other hand, relationships among actors who are active on the ecological network has been determined by social network analysis. The sample of the study has been formed by taking Ecology Union, formed by the gathering of 55 local ecological organizations, as its framework. The social network analysis reveals that the Ecology Union has limited effect in the network and Northern Forests Defence (Kuzey Ormanları Savunması) is the most dominant actor. Through content analysis, it has been observed that ecological organizations use Twitter mostly to form ecological agenda and to inform their followers about the platform’s actions and related developments. However, genuine tweets posted are limited. Another outcome of the research is that in Turkey’s ecological network, Twitter is used only to a limited extend to activate masses.

Keywords: Ecological movements, social network analysis, Twitter, social media, activism

EXTENDED ABSTRACT

In the information society, which has been in existence since the 60’s, the issues under discussion have evolved into cultural and social ones including women’s rights, gender equality, culture and identity conflicts based on ethnicity and environmental problems. This alteration of discussion issues has led to the rise of new social movements. Within the scope of new social movements, ecological movements are becoming the focus of attention with their effective organizations. Their primary goal is to attract public’s attention on environmental issues caused by the effects of modern life on the eco- system and to build public susceptibility towards these issues.

In the 2000’s, several construction projects have been realized in different parts of Turkey and these projects have acted as a propellant force for ecological social movements. Focusing on the negative effects of these projects on natural life, ecological organizations have started to struggle against the dominant forces. With the advancements in social media, these platforms are able to reach wider audiences, thus improving the interactivity level of ecological social movements.

In the scope of this research, social media usage of these platforms have been examined. The sample of the study has been formed by taking Ecology Union, formed

by the gathering of 55 local ecological organizations, as its framework. Along with Ecology Union's, the accounts of 10 union member organizations which use Twitter most frequently and on a regular basis. Since the research aims to obtain data about social web usage practices of ecological organizations at a random time interval and a routine period, the study has been limited considering time and unit criteria. The study comprises the 92-day period between October 31- August 1, 2018 and the 3610 tweets which were tweeted during this time interval. Tweets which formed the source for content and social web analysis, and the information about the followers of these accounts have been obtained using Tweepy API.

This study searched to find answers to the following questions: For what purposes do the ecological organizations use Twitter? What are the prominent ecological problems and issues on Twitter? How often do the organizations have a dialogue with their followers and other formations? What are the sources of the contents shared? What are the accounts which are retweeted frequently? How do the ecological organizations constitute relationship with each other? Do these groups have activist actions organized in virtual settings and carried on to physical settings? Who are the prominent actors on the ecological network constructed?

The methodological approach to this subject is two-fold: Firstly, a content analysis is used in order to identify the topics and issues in ecology movement's Twitter agenda. Secondly the social network analysis technique is used in order to determine and define the most prominent actors in the ecology movement and their interrelations.

Results of the content analysis reveal that the number of genuine tweets posted by ecological organizations are limited. The general tendency observed on the web is retweeting, however the results show that retweets are also shared directly, without having any extra explanation or comments on the issue. It was found out that the main purpose of Twitter usage is to produce informative content about the scope of ecological organizations (%56). The social network analysis reveals that the Ecology Union has limited effect in the network and Northern Forests Defence (Kuzey Ormanları Savunması) is the most dominant actor. Through content analysis, it has been observed that ecological organizations use Twitter mostly to form ecological agenda and to inform their followers about the platform's actions and related developments. However, genuine tweets posted are limited. Another outcome of the

research is that in Turkey’s ecological network, Twitter is used only to a limited extend to activate masses.

Despite the fact that several studies have been realized on ecological movements, this study is the first on the subject with its content and sample. Thus, it will offer quantitatively and qualitatively informed insights and form a base for future researches with its findings about the social media usage of ecological movements in Turkey.

GİRİŞ

Aydınlanma, bilim ve sağduyu aracılığıyla insanların kendi kendilerini yönetmelerini ve yönetimde aktif katılımcı olmalarını sağlamıştır. Dönemin iletişim kanalları aracılığıyla yayılan bu fikirler, farklı kamusal alanlarda tartışılarak 18. ve 19. yüzyıllarda çeşitli toplumsal hareketlerin doğuşuna kaynaklık etmiştir. Toplumsal hareketler genellikle, belirli bir konu üzerindeki uzlaşmazlıktan kaynaklanan ve içinde buldukları sistemin sınırlarını esnetme eğiliminde olan, kolektif kimlikler temelinde ve dayanışma olgusu etrafında şekillenen resmi olmayan etkileşim ağlarıdır (Diani, 1992, p. 13; Melucci, 1985, p. 795). Baskın değerlere, kurumlara ve yapılar muhalefet, hegemonya karşı koyma, sosyal ve kültürel değişime duyulan arzu, yeni kimlikler ve kolektif değerler arayışı, sosyal sorunlara ve ihtilaflara çözüm arama, etkileşim ağları kurma gibi amaçları sivil toplumu harekete geçirerek gerçekleştirme güdüsüyle ortaya çıkarlar.

İşçi sınıfının bilinç ve güç kazandığı 19. yüzyılda sınıf çatışmalarından doğan toplumsal hareketler, 20. yüzyılda kültür, kimlik ve sivil haklar, öğrenci, kadın ve LGBT (lezbiyen, gey, biseksüel, transseksüel) hakları gibi konularda sorunlara çözüm üretme ve değişim yaratma hedefleri doğrultusunda çeşitlenmiş, bu dönüşüm yeni toplumsal hareketler olarak tanımlanan yeni bir yaklaşıma kaynaklık etmiştir. Yeni Toplumsal Hareketler kuramcılarına göre, toplumsal hareketlerin ortaya çıkışı yalnızca ekonomik değişimler ve aktörlerin üretim sürecindeki pozisyonuyla açıklanamaz (Fuchs, 2006, p. 103). Bu hareketlerin yeni olarak tanımlanmasının nedeni kronolojik olmaktan ziyade, sınıf ve çıkar temelli hareketlerden ayrıldıklarını, belirli bir sosyal grubun çıkarlarının ötesinde evrensel talepleri ifade ettiklerini vurgulamak içindir. Keza Touraine de (1985, p. 781), yeni toplumsal hareketlerin endüstri toplumundan post-endüstriyel topluma geçişin bir sonucu olduğunu öne sürer ve mücadelenin daha çok çevre, cinsiyet, gençlik gibi biyolojik ve doğal olgulardan kaynaklandığını savunur. Habermas'a göreyse (1990, p. 32), yeni toplumsal hareketler, "yaşam dünyası"nı kurmakla ilgilenir ve yaşam biçimlerini yeniden yaratmayı hedefleyen tepkilerdir. Yaşam dünyası, yaşamın araçsal, ekonomik endişelerle yönetilmediği, sistemin herhangi bir müdahalesi ve denetiminin olmadığı, insanların özgürce iletişim kurabildikleri ve iletişimsel rasyonellikle yapılanmış alandır. Yeni toplumsal hareketler kültürel üretim, sosyal entegrasyon ve toplumsallaştırma alanlarında hak savunuculuğundan ortaya çıkarlar.

Toplumsal hareketlerin en önemli özelliklerinden biri, sosyal ağlar kurarak aktörleri mobilize etmeleridir. Toplumda değişimi talep ederken, bu değişime paralel olarak kullandıkları araçları da geliştirmek zorundadırlar. Bu bağlamda “ağ toplumu” kavramının yeni toplumsal hareketlerin örgütlenme biçimleri üzerindeki etkisinden bahsetmek gerekir. İnsanların tahakküme ancak birbirleriyle bağlantı kurarak, öfkelerini paylaşarak, sosyal birlikteliği hissederek ve kendileri ve toplumun bütünü için alternatif projeler üreterek meydan okuyabileceğini savunan Manuel Castells (2015, p. 257), bu bağlantının da internet ve kablosuz iletişim dolayısıyla kurulan geniş çaplı, yatay ve etkileşimli iletişim ağları sayesinde mümkün olduğunu belirtir. “Ağ Toplumunun Yükselişi” adlı eserinde ağları, “sınırsız biçimde genişleyebilen, ağ çerçevesinde iletişim kurabilmeleri, yeni iletişim kurallarını paylaşımları halinde yeni düğümlerle bütünleşen açık yapılar” olarak tanımlar (2008, p. 623). Castells ayrıca, ağın açık yapısının kamunun yaygın erişimini desteklediğini, hükümetin kısıtlamalarına veya ticari sınırlamalara ciddi bir biçimde ket vurduğunu dile getirir (2008, p. 473). Başka bir deyişle, internetin sağladığı ağlaşma özgür bir iletişim biçimine sebep olmakta ve aynı amaç doğrultusunda hareket eden bireyleri bir araya getirerek, fikirlerini paylaşma, örgütlenme ve eylemde bulunma olanağını sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri, özellikle de etkileşimli ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin paylaşılmasına yönelik yapısıyla sosyal medya, aktivistler ve toplumsal hareketler için etkili bir araç haline gelmiştir (Carty, 2014, p. 54; Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61; Lu & Hsiao, 2010, p. 154). Nitekim son yirmi yıldır toplumsal hareketlerin kullanıcıları harekete geçirmek, yeni kullanıcılara ulaşmak, önemli toplumsal aktörlerle ilişki kurmak gibi çeşitli konularda giderek artan biçimde sosyal medyaya yöneldiği gözlemlenmektedir (İsa & Himelboim, 2018, p. 3). İran’da Yeşil Devrim (2009), Arap Baharı (2011), İspanya İndignados-Öfkeliiler hareketi (2011), Occupy Wall Street (2011) ve Gezi Direnişi (2013) gibi toplumsal hareketler; sosyal medyada da yüksek katılımı gerçekleştiren hareketlere örnektir (Çoban, 2014, p. 9).

Sosyal medya toplumsal hareketleri sanal bir boyuta taşımasının yanı sıra daha teklifsiz veya gayriresmi hale dönüştürerek (Gerbaudo, 2012); sıradan bireylerin geleneksel toplumsal hareketlere nazaran daha önemli roller üstlenebilmesine olanak vermiştir. Literatür sosyal medya üzerinden ortaya çıkan, örgütlenen toplumsal hareketlerde sıradan bireylerin bilgi yayma, takipçileri harekete geçirme, hareketi büyütme ve hareketi aktif tutma konusunda önemli roller üstlendiklerini ortaya koymaktadır (Ansari, 2012; Brym et al., 2014; Hodges & Stocking, 2016). Diğer bir ifadeyle sosyal medya, toplumsal hareket içerisindeki önemli aktörlerin yanı sıra

sıradan bireylerin de birbirleriyle ve bu aktörlerle daha sık ve düzenli olarak iletişim kurması açısından (Yates, 2015) ve herhangi bir devlet düzenlemesi ya da kısıtlaması olmaksızın harekete serbestçe katkıda bulunmalarını sağlamak açısından faydalı olmuştur (Bruns, Highfield & Burgess, 2013; Carty, 2014).

Sosyal medyanın toplumsal hareketler açısından bir başka işlevi de, diğer hareketlerle bağlantı kurmayı kolaylaştırmış olmasıdır. Örneğin, Twitter'da bireylerin bir gönderide iki farklı konu etiketini birlikte kullanması bu iki etiketle temsil edilen iki ayrı konu arasında bağlantı kurulmasını sağlamaktadır (Wang, Liu & Gao, 2016, s.853). Bu sayede içerik daha kolay aranabilir hale geldiği gibi diğer kullanıcılar açısından da görünür kılınmaktadır. Bunun dışında, tweetlerde kullanılan kişi etiketleri de siyasi liderler, bürokratlar, yaşam savunucuları, gazeteciler gibi önemli aktörlere doğrudan ulaşmaya imkan tanımaktadır (Hodges & Stocking, 2016). Bu tarz önemli aktörlerin Twitter'daki takipçi sayıları fazla olduğu için tweet atma ya da retweetleme yoluyla hareketlere katılmaları, bilgi ve tepkilerin hızlıca yayılmasını sağlamaktadır (Tremayne, 2014).

Kullanıcıların metin, bağlantı (link), resim ve(ya) video paylaşımlarına olanak tanıyan, takipleşme uygulamasıyla katılımcıların sosyal ağlar oluşturması ve bunlar üzerinden etkileşimde bulunmaları temelinde işleyen Twitter gibi mikroblogging uygulamaları bireylerin, toplumsal normları dönüştüren veya tümüyle ortadan kaldıran değişimin unsurlarından olmasını kolaylaştırmıştır. Katılım ve tartışma zeminleri olarak kullanılmaya başlanmaları, bu teknolojileri demokrasi açısından da önemli kılmaktadır (Kasap, 2014, p. 131). Hem bir kolektif eylem platformu hem de aktivistler arasında şeffaflık, mahremiyet, güvenlik ve kişilerarası güven yaratabilen bir ağ olarak Twitter, toplumsal hareketlerde gittikçe daha etkili olmaktadır (İsa & Himelboim, 2018, p. 5)¹.

Twitter'ın toplumsal hareketler açısından etkisi kimi araştırmacılar tarafından sorgulansa da (Bennett & Segerberg, 2012; Gerbaudo, 2012; Morozov, 2011; Segerberg & Bennett, 2011); bilginin yayılması için son derece etkili ve hızlı bir araç olması (Ogan & Varol, 2017), aktivistlerin hızlı bilgi paylaşımını dolayısıyla hızlı bir hareketin ortaya çıkmasını sağlaması, toplumsal hareket içerisindeki önemli aktörlerin yanı sıra sıradan bireylerin de birbirleriyle ve bu aktörlerle daha sık ve düzenli olarak iletişim kurmasını mümkün kılmasıyla herhangi bir devlet düzenlemesi veya kısıtlaması olmaksızın harekete serbestçe katkıda bulunmalarını

sağlaması, hızla yayılan bilgiler neticesinde aktivist bireyler tarafından hızlı bir seferberliğin dolayısıyla hızlı bir hareketin ortaya çıkmasını sağlaması açısından kolaylaştırıcı bir işlevi olduğu düşünülmektedir (Hermida, Lewis, & Zamith, 2014; Isa & Himelboim, 2018, p. 7).

1960’larda öğrenci hareketleriyle başlayan yeni toplumsal hareketler arasında en kalıcı etkileri olan ve kurumsallaşma derecesi en yüksek olan ekoloji hareketleridir (Rootes, 1995, p. 5). Bireylerin çevre sorunlarıyla kendi gelecekleri arasında yakın bir ilişki olduğunu fark etmeleri, çevreyi katlederek aslında geleceklerini katlettiklerinin bilincine varmaları, bireysel kaygılarının toplumsal kaygılara dönüşmesine neden olmuş ve bu kaygılar da günümüz ekoloji hareketlerinin dinamosunu oluşturmuştur. Çevre hareketleri ilk olarak Amerika ve İngiltere’de, nüfus artışı, ekolojik dengenin bozulması, bitki ve hayvan türlerinin azalması, doğal kaynakların tüketimi gibi konular çerçevesinde ortaya çıkmış ve küresel ölçekte tartışılmaya başlamıştır (Bozkurt & Bayansar, 2016, p. 285). Sadece yaşanan çevrenin, ulusal, kültürel ve doğal mirasın korunmasıyla ilgilenen çere hareketlerine göre ekoloji hareketi tanımlamasının farkı, hem insan-doğa ilişkisinde hem de toplumsal ve siyasal hayat biçiminde köklü değişiklikler arayışından kaynaklanmaktadır. Örneğin ekolojik yaklaşım devletin ve hükümetin etkinliğini azaltırken iktidarın yerel düzeyde ve yurttaş denetiminde olması gerektiğini savunmaktadır (Thoreau, 2016, pp. 7-12). Çevrecilik teriminin araççı bir duyarlılığı yansıttığı için ekolojik problemlerle başa çıkma noktasında bireyleri yanılttığı kabul edilmektedir (Bookchin, 2013). Nitekim Türkiye’de de 1970’lerde devlet eliyle yapılan sanayi yatırımları sonucunda, yöresel çevre sorunlarına karşı tepkiler halinde ortaya çıkan çevre hareketi uzun yıllar tabandan ziyade; bürokratlar, akademisyenler, ormancılar gibi konunun uzmanları veya elit gruplar öncülüğünde örgütlenmiş, ancak doğa korumacılık/ çevrecilik yaklaşımıyla sınırlı kalmıştır. Çevreci hareketin çevre sorunlarına yönelik yerel politikalar üretmediği dönemde boşluk resmi ve yarı-resmi örgütler vasıtasıyla doldurulmuş; medyanın da yardımıyla çevreciliğin sınırları çizilmiştir (Atauz, 1994; Şahin, 2010).

Özellikle 1996 İstanbul-Habitat Zirvesi ve 1999 depremini izleyen fon akışı, çevreci sivil toplumun profesyonelleşip tekelleşmesine yol açmıştır. Fon alabilmek için profesyonelleşen örgütler gönüllüleri karar alma süreçlerinden dışlayıp etkisizleştirirken, aynı fonlara talip olan diğer örgütlerle dayanışmak yerine, rekabete girmişlerdir. Bunlar çevre hareketinin tabana yayılma yolunu kapatırken,

yeşil düşüncenin marjinalize olmasına da yol açmıştır (Şahin, 2007). Çevresel mücadelenin politik yanını vurgulamak ve sisteme muhalif bir ekoloji mücadelesi geleneği yaratmak ise özellikle yerel çevre ve ekoloji hareketlerine kalmıştır (Şahin, 2010). 1990'ların ikinci yarısından itibaren Türkiye'nin farklı bölgelerinde yapımına ağırlık verilen enerji ve alt yapı projeleri, özellikle yatırımların gerçekleştiği bölgelerde, projelerin olumsuz çevresel etkileri üzerinden mücadeleye giren oluşumları filizlendirerek çevre hareketini içerik ve taban açısından dönüştürmüştür. Horuş'un (2009) "halklaşma" olarak nitelediği bu dönüşüm, sermaye ve devletin desteklediği sistem-içi çevreciliğin yanında gelişen, sadece sanayi toplumu eleştirisiyle yetinmeyen, antikapitalist ve politik bir içeriği olan, emekçi karakterli hareketlere gönderme yapmaktadır. Genellikle yoksul ve köylü tabanlı olsa da, tartışmaları yönlendirme konusunda önemli bir potansiyele sahip pek çok küçük grup kendileri için tanımlanan alanı genişletme ve/ veya yeni bir alan tanımlama çabası içindedirler. Bu küçük hareketlerin ortak noktası "yaşadıkları toprağın veya soludukları havanın zehirlenmesinden, derelerinin kurutulmasından veya topraklarının sular altında bırakılmasından, geçim kaynaklarının ve kültürlerinin yok olma tehdidi altına sokulmasından endişelenen gerçek insanlardan" (Şahin, 2010) oluşmalarıdır. Verilen mücadele geleneksel çevreci mücadeleden ziyade, yaşam alanını koruma mücadelesidir. Bu doğrultuda kendilerine "yaşam hakkı savunucusu" diyen grupların daha önceki yerel hareketlerden en büyük farkları ise, yaşadıkları yerler ve kendi gelecekleri özelinde gelişen tehditleri, doğaya yönelik toplu bir saldırının parçası olarak kabul ettiklerinden, artık politik bir mücadeleyi kaçınılmaz görmeleridir. Bu topluluklar sadece meslek örgütleri, uzmanlar veya büyük kentlerdeki çevre örgütlerinden değil birbirlerinden de yararlanmak için ağlar oluşturmaktadır.

Farklı bölgelerde taban hareketleri veya dernek benzeri oluşumlarda bir araya gelen yerel ekoloji hareketleri, artık kalıcı ve kurumsal formlar edinme çabasıdadırlar. Birbirlerinden güç alarak büyümek, bir ağ oluşturarak ortak hareket edebilmek, kalıcı ve kurumsal bir yapı ortaya koymak amacıyla ilk olarak 11-12 Kasım 2017'de Bergama'da ve daha sonra 24-25 Mart 2018'de Eskişehir'de bir araya gelmişlerdir. Sorunların kaynağına ilişkin yaptıkları tespitler doğrultusunda ortak hareket etme kararı alaran 54 ekoloji hareketi, Nisan 2018'de Ekoloji Birliği'ni oluşturmuşlardır. Birlik dâhilindeki oluşumlar toprak, yer altı ve yer üstü su kaynakları, deniz, tarımsal alanlar, hayvan hakları, nükleer enerji, kentlerde betonlaşma ve ormanlar gibi çok çeşitli alanlarda faaliyet yürütmektedir.

Türkiye ekoloji hareketinin sosyal medya kullanımıyla ilgili literatür tarandığında, konunun özellikle Artvin Cerattepe olayları (Doğu, 2019; Korkmaz, Ustakara & Aydın, 2018), HES mücadelesi (Şengül, Kocatürk & Bilgili, 2017) gibi önemli protestoların olduğu dönemler ile belli örgütlerin sosyal medya ve online çevreci katılım faaliyetlerinin incelenmesi (Algül, 2014; Geçkin Onat, 2017) veya dijital aktivizm (Çakır, 2017; Gençer, 2015; Şen & Şen, 2015; Turhan, 2017) kavramı üzerinden tartışıldığı görülmektedir. Çalışmalarda aktivist hareketler açısından yurttaş gazetecilerin katkısını da mümkün kılan bir çevresel haber ortamı olarak Twitter’ın öne çıktığı (Korkmaz et al., 2018); bu nedenle özellikle sanal ortamı daha aktif kullanan hareketlerin Twitter üzerinden de örgütlendikleri (Şengül et al., 2017) dikkat çekmektedir. Türkiye’de Twitter’ın özellikle Gezi Parkı eylemleri sırasındaki yoğun kullanımı, mecranın aktivist gruplar arasındaki bilinirliğini ve siyasi bir ortam olarak algılanmasını arttırmıştır (Doğu, 2019, p. 4). Mevcut literatürden farklı olarak bu çalışmada, rutin dönemlerde Türkiye ekoloji hareketinin sosyal medya üzerinden ağlaşma ve etkileşim faaliyetleri incelenmiştir.

AMAÇ VE YÖNTEM

Amaç

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de ekoloji alanında faaliyet gösteren aktivist hareketlerin sosyal medya kullanımlarına yönelik bir inceleme gerçekleştirmektir, örnek olarak Twitter seçilmiştir. Ekolojik örgütlerin Twitter’ı kullanım amaçları ve yoğunluklarıyla birlikte, siber kamusal alanda ön plana çıkan çevresel konuların ve aktörlerin neler/ kimler olduğuna ilişkin bulgulara ulaşmak hedeflenmektedir. İçinde bulunduğumuz ağ toplumunda toplumsal hareketlerin de evrilerek çevrimiçinde ağlaştığına ve sosyal medyanın birleştirici gücünden faydalandıklarına vurgu yaparak, yine ağlaşma hedefiyle ve farklı ekoloji hareketlerine daha örgütlü ve organize bir nitelik kazandırma amacıyla kurulan çatı bir örgüt olan Ekoloji Birliği hesabıyla birlikte, Birlik üyeleri arasından Twitter’daki faaliyetlerinin düzenliliği ve yoğunluğu kriterlerine göre belirlenen on örgütün Twitter hesapları incelenerek, ekoloji hareketi ağındaki aktörler, bunlar arasındaki ilişkiler ve bunlar tarafından oluşturulan içerik ortaya konmaya çalışılmıştır. Seçilen hesapların 1 Ağustos-31 Ekim 2018 tarihleri arasındaki üç aylık Twitter paylaşımları içerik analizi tekniğiyle mesaj türü, içeriği ve kullanım amaçları açısından incelenmiştir. Ayrıca ekoloji örgütlerinin takipleşme ve retweet² gibi etkileşimli kullanım pratiklerine dayanılarak ekoloji hareketinin ağ

haritası çıkartılmış, örneklem dışında olup Türkiye ekoloji gündeminde öne çıkan konu ve aktörler de tespit edilmiştir.

Ekoloji Birliği'ne dâhil , incelenen örgütlerin genel sosyal medya etkinliklerine bakıldığında Twitter dışında, Facebook ve Instagram'ı da kullandıkları görülmektedir. Ancak farklı sosyal medya araçlarını kullanımları kıyaslandığında, aktivist grupların en çok tercih ettikleri sosyal medyanın Twitter olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin Kuzey Ormanları Savunması incelenen tarih aralığında Twitter'daki 673 paylaşımına karşılık, Facebook'tan 161, Instagram'dan 17 paylaşım yapmıştır. Örgütün Instagram'da 7245 takipçisi varken, Facebook'ta 55.535, Twitter'da 59.200 takipçisi bulunmaktadır. Bu nedenle araştırma Twitter verileri üzerinden yürütülmüştür.

Yöntem

Araştırmada ekolojik örgütlerin sosyal medya kullanımlarına dair veriler betimsel ve sistematik bir yaklaşımla sunulmaktadır. Ekoloji Birliği Twitter ağındaki etkinlikler örnek olay olarak incelenirken, içerik analizi ile sosyal ağ analizi teknikleri bir arada kullanılmıştır. Ekolojik örgütlerin Twitter kullanım pratiklerindeki benzerlik ve farklılıklarla paylaşımlarında öne çıkan konuların tespit edilmesi için nitel içerik analizi tekniğinem başvurulmuştur. Bu doğrultuda paylaşımların özelliklerini ortaya koyabilmek amacıyla, tek farklı kodlama cetveli yardımıyla nicel ve nitel değişkenler incelenmiştir. Buna göre mesajlar türleri, barındırdıkları içerik unsurları ve aldıkları tepkilerin sıklıklarına göre frekans analizine tabi tutulmuştur. Bunun yanında çalışmanın nitel kısmını oluşturan, ekolojik örgütlerin paylaşımlarında vermeyi amaçladıkları mesajları ortaya koymak üzere de, mesaj içeriği değişkeni dikkate alınmıştır. Nitel bir araştırma tasarımı seçilmesindeki temel amaç, örgütlerin paylaşımlarındaki mesaj özelliklerini tanımlamak, toplanan veriyi açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Buna göre toplanan veriler önce kavramsallaştırılmış, sonra bu kavramlara göre tasnif edilmiş ve tematik okuması yapılmıştır³. İçerik analiziyle birlikte, ekolojik mücadele alanında aktif olan aktörlerin birbirleriyle olan ilişkileri de sosyal ağ analizi tekniğiyle incelenmiştir.

Nicel araştırmalarda bulgular evrene genellenmek istendiğinden genellikle seçkisiz örnekleme yöntemleri tercih edilirken, nitel araştırmada tipik olarak karşılaşılan olguları ve bunların değişkenlik gösteren özelliklerini ortaya koyabilmek üzere amaçlı örnekleme daha sık başvurulmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2013: p.

305). Çalışmanın örnekleme de bu doğrultuda, Türkiye’de ekoloji alanında faaliyet gösteren dernek veya taban hareketlerinin bir araya gelmesiyle Nisan 2018’de kurulan Ekoloji Birliği çerçeve alınarak oluşturulmuştur. Ekoloji Birliği manifestosunu imzalamış bulunan 55 örgütten 19’u Twitter’da hesapları bulunmadığı için kapsam dışı kalmıştır. Twitter’da hesabı bulunan birlik üyelerinin karşılıklı takipleşme durumları üzerinden, her bir hesaba yönelen ve ondan çıkan ilişkiler (takip etme ve takip edilme sayıları) üzerinden ağırlıklandırılarak bir ağ haritası çıkarılmış (Şekil 1), bu ilişkiler açısından en baskın olan hesaplar haritada büyüklükleriyle oranlı olarak gösterilmiştir. Örnekleme alınacak hesapların seçiminde bu durumun haricinde birlik üyesi hesapların Twitter’daki aktiflik durumları da göz önünde bulundurulmuştur. Buna göre Twitter’da hesabı bulunan 36 oluşumdan öncelikle 2018 yılı içinde hiçbir paylaşımda bulunmayanlar (19 hesap); daha sonra da düzenli paylaşım aktivitesi bulunmayanlar (7 hesap) elenerek örnekleme alınacak 10 aktif hesap belirlenmiştir. Düzenli paylaşım aktivitesinden kastedilen hesabın paylaşımlarına bir haftadan uzun süre ara vermemiş olması, günlük olmasa da haftada en az bir kez paylaşım yapmış olmasıdır. Sadece retweet yapan hesaplar da değerlendirmeye dâhil edilmemiştir. Her üç kritere göre de özellikle hidroelektrik santrallere karşı bir taban hareketi olarak ortaya çıkan yerel halkın büyükşehirliere sesini duyurmasını amaçlayan Karadeniz İsyandadır Platformu; İzmir, Bergama ve çevresindeki doğal ve kültürel varlıkların korunmasını hedefleyen Ege Çevre ve Kültür Platformu; Ekoloji alanında faaliyet gösteren hareketlerin katılımıyla oluşturulan çatı örgüt Ekoloji Birliği; Artvin ve Cerattepe’yi maden işletmelerinden ve çevresel tehditlerden korumayı hedefleyen Yeşil Artvin Derneği ve kapitalist sistemin doğaya olan tahribatına ve doğayı talan etmesine karşı durduğunu beyan eden Doğanın Çocukları ilk beş sırada olmak üzere; Kazdağı ve çevresinde sanayileşme, madencilik, şehirleşme ve benzeri nedenlerle oluşacak her türlü doğa kirliliğinin engellenmesine ve ekolojik dengenin korunmasına yönelik mücadele eden Kaz Dağı Doğal ve Kültürel Varlıkları Koruma Derneği; çevre hakkını savunarak bisikletli yaşamı gündeme getiren Donkişot Bisiklet Kolektifi; İstanbul’un kuzeyini ve Kuzey Ormanlarının tahrip eden projelere karşı mücadele eden Kuzey Ormanları Savunması; Kuşadası ve çevresindeki doğal kaynakların tahribatı, jeotermal enerji santralleri ve taş ocaklarıyla mücadele eden Kuşadası Çevre Platformu; Munzur ve Dersim çevresinde kapitalist sömürüyle topraklara, derelere, sulara, vadilere, yaşam alanlarına el konulmasına karşı mücadele ettiğini belirten Munzur Koruma Kurulu ve Muğla ve çevresindeki ekolojik tahribatı ve rant odaklı yapılaşmayı engel olmayı amaçlayan Muğla Çevre Platformları’nın ağda öne çıktığı tespit edilmiş ve bu hesaplar örnekleme dâhil edilmiştir.

Araştırmayla ekolojik örgütlerin rutin bir dönemde ve tesadüfi bir zaman aralığındaki sosyal medya kullanımlarına ilişkin veri elde edilmek istendiğinden çalışma, 1 Ağustos 2018 ile çalışmanın başlatıldığı 31 Ekim 2018 arasındaki 92 günlük süreyle sınırlandırılmıştır. İncelenen 11 ekolojik örgütün Twitter hesabından paylaşılan her bir tweet örnekleme birimi olarak değerlendirilmiş, toplamda 3610 tweet analiz edilmiştir.

Çalışmanın ağ analizi bölümüyle ilgili olarak, insan müdahalesi olmadan içerik üretmek için tasarlanan bot hesapların toplam takipçiler arasındaki oranının tespit edilmesi güçlüğünü aşmak için, takip kriteri üzerinden ağ haritası sadece Ekoloji Birliği üyeleriyle sınırlı tutulmuştur. Ancak retweet edilen mesajlar üzerinden yapılan haritalamada hesaplar; birlik üyeleri, diğer çevreci oluşumlar, politik aktörler ve kurumlar, medya, uzmanlar ve ünlüler ile STK ve diğer örgütlenmeler kümeleri dâhil inde değerlendirilmiştir. Bu kümelere hiçbirine dâhil edilemeyen, daha çok kişisel hesaplardan oluşan grup ise diğer kategorisinde kodlanmış ancak ağ haritasına dâhil edilmemiştir.

İçerik ve sosyal ağ analizine kaynak teşkil eden tweetler ve sözkonusu hesapların takipçi bilgileri Tweepy API⁴ kullanılarak elde edilmiştir. İçerik analizine ilişkin kodlama ve veri analizi çalışmaları Excel'de yapılırken haritalama için de Graphcommons'dan⁵ faydalanılmıştır.

Tweetlerin kodlanması için, literatürde yer alan benzer çalışmalar taranmış; farklı araştırmalardan uygun olan kodlama kategorileri göz önüne alınarak, bunların bir araya getirilmesi ve araştırmacıların metinlere yaklaşımını da yansıtan yeni kategorilerin eklenmesiyle daha kapsamlı ve özgün bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Nitel içerik analizine temel teşkil eden söz konusu kodlama cetveli şu kategorilerden oluşmaktadır:

- Mesaj türü ve içerik unsurları (özgün tweet, retweet, yorum eklenerek yapılan retweet) (Edman, 2007),
- Mesajın aldığı tepkiler (retweet, beğeni ve yorum sayısı) (Edman, 2007; Kavada, 2005),
- Mesajın içeriği (Edman, 2007)
 - Bilgilendirme (Faaliyet alanıyla ilgili bilgilendirici içerik üretimi, istatistik ve rapor paylaşımı, protesto etkinliklerinin bilgisi)

- Tanıtma (Ekolojik örgütlenmenin organizasyon, toplantı, etkinlik vb. protesto içermeyen çalışmalarının tanıtımı)
- Duyurma (Hedef kitleye harekete geçirme amaçlı destek ve yardım çağrısı, özel mesajlar, kutlama ve teşekkür mesajları) (Morozov, 2007)
- Tweet içeriğinde öne çıkan konular
- Diğer (Hiçbir kategoriye dâhil edilemeyen ekolojiyle ilgili içerik).
- Ağlaşma (Kavada, 2005)
 - Ağda yer alan aktörler: Ekoloji Birliği üyeleri, diğer çevreci oluşumlar, politik aktörler, yerel yönetimler, medya, avukatlar, uzmanlar ve ünlüler ile STK/aktivist gruplar, diğer

Kodlama işlemi makalenin yazarları tarafından elle gerçekleştirilmiştir. Bu dört kodlayıcı arası tutarlılığın ve kodlama güvenilirliğinin sağlanabilmesi için, Merten’in formülü doğrultusunda (Akkor Gül, 2005, p. 32) ilk olarak her bir araştırmacı tarafından veri setinin belirli bir kısmına ayrı ayrı ön kodlama çalışmaları yapılmıştır. Aynı veri setine yönelik yapılmış bu ön çalışmalar tüm araştırmacılar tarafından değerlendirilerek, kodlamada ortaya çıkan benzerlikler ve farklılıklar tespit edilmiştir. Bu karşılaştırma sonrasında ortak bir kodlama sistemi oluşturulmuş ve kodlama işlemi bu sistem dâhilinde gerçekleştirilmiştir. Kodlamanın geçerliliği sağlamak ve hataları en aza indirmek için ise, kategorilerin kesin sınırlarla belirlenmesine çalışılmış ve herhangi bir kategoriye dâhil edilemeyecek içeriklerin tespit edildiği durumları kodlamak üzere, kategoriler kapsamına “diğer” değişkeni de dâhil edilmiştir (Alver, 2011, p. 300). Buna göre çalışma genelinde kodlayıcılar arasında %90 düzeyinde bir tutarlılık sağlanabildiği görülmüştür. Bu uygulamalara rağmen kategorilendirilmesinde kararsızlık yaşanan içeriklerde ise, araştırmacılar arasındaki kodlama farklarını en az düzeye indirebilmek ve ortak bir anlayışa ulaşmak için araştırmacılar kodlar üzerinde birlikte çalışmışlardır. Araştırmacılar arasında oluşturulan bu uzlaşılar, aynı zamanda çalışma bulgularının başkaları açısından da kabul edilmesini sağlayacak ve iç güvenilirliğini arttıracak tedbirler olarak kabul edilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013, pp. 265, 297).

Araştırma kapsamında, Türkiye’deki ekolojik örgütlerin Twitter etkinlikleri incelenerek şu sorulara yanıt aranmıştır: a) Ekolojik örgütler Twitter’ı hangi amaçlarla kullanmaktadır? b) Öne çıkan ekolojik sorun ve konular nelerdir? c) Paylaşılan içeriklerin kaynakları ve sıklıkla retweet edilen hesaplar kimlerdir? d) Ekoloji ağında öne çıkan aktörler kimlerdir?

Hesaplardan atılan özgün Tweetler üzerinden yürütülen içerik analizi, Twitter'da ekoloji tartışmalarında aktif olan aktörleri, Twitter'ı kullanım amaçlarını ve öne çıkan konuları tespit etmeye kullanılmıştır. Karşılıklı takipleşme, ve retweet edilen tweetler üzerinden yürütülen sosyal ağ analizinden ise, ekoloji ağında bulunan aktörler ve bunlar arasındaki ilişkileri ortaya koymak üzere yararlanılmıştır. Sosyal ağ analizi, hem ağda bulunan aktörlerin sayısı, birbirleriyle bağlantılı alt grupların sayısı ve ağdaki yoğunlaşmalar gibi ağ düzeyindeki ölçümlerini; hem de kimlerle iletişim kurdukları ve bağlantısız ögeler arasında köprü olma durumu gibi aktörler düzeyindeki ölçümlerini içermektedir (Calvet-Mir, Maestre-Andrés, Molina & van den Bergh, 2015). Ağ analizi ayrıca, ağda merkezde ve çevrede bulunan aktörlere dair de bir çıkarım yapmamızı sağlamaktadır (Borgatti & Everett, 2000). Bunun için incelenen hesapların kendi aralarındaki takipleşme ve genel retweet etkinlikleri incelenerek hem ekoloji ağındaki alt gruplar/ kümeler hem de bu ağdaki farklı aktörlerle ilgili merkezilik (Sun, DeLuca, & Seegert, 2017) ölçümleri yapılmıştır. Retweet yapılan mesajların ayrıntılı incelenmesi yoluyla, bu ölçümler Ekoloji Birliği'nin dışında olup, ekoloji gündemine katılım gösteren diğer aktörlere de genişletilerek Türkiye'de ekolojik problemler çevresinde oluşan ağın genel yapısı da ortaya konmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Mesaj Türü ve İçerik Unsurları

Ekolojik örgütler arasında en yoğun içerik paylaşan 1657 tweetle Kuzey Ormanları Savunması'dır. @kuzeyormanlari hesabının paylaşımlarının 673'ü özgün tweetlerden oluşmaktadır. 972 paylaşım retweet, 12 paylaşım ise açıklama eklenmiş retweettir. Hesabın retweet mesajlarının büyük oranda kendisinin önceki tarihlerdeki özgün paylaşımları olması dikkat çekicidir.

@kuzeyormanlari hesabını, 568 tweetle Eskişehir Ekoloji Birliği Girişimi'nin hesabı @ekolojibirligi, 424 paylaşım ile Kaz Dağı Doğal ve Kültürel Varlıkları Koruma Derneği'nin hesabı @kazdagikoruma takip etmektedir. @kuzeyormanlari'ndan sonra en çok tweet atan @ekolojibirligi'nin 568 paylaşımının 538'i; @kazdagikoruma'nın 424 paylaşımının da 266'sı retweetlerden oluşmaktadır. @kazdagikoruma 158'i özgün tweet paylaşmışken, sadece 30 tweetle @ekolojibirligi'nin özgün içerik üretimi oldukça sınırlıdır.

Benzer bir durum incelenen diğer hesaplar için de geçerlidir. Karadeniz İsyandır Platformu’nun (@karadenizisyan), Don Kışot Bisiklet Kolektifi’nin (@donkisotcycling), Munzur Koruma Kurulu’nun (@MunzurKoruma), Yeşil Artvin Derneği’nin (@yesilartvinder), Ege Çevre ve Kültür Platformu’nun (@_EGECEP_) hesaplarında da ağırlık retweet türüdeyken, retweetlenen mesajların da genellikle herhangi bir açıklama veya yorum eklenmeden doğrudan paylaşıldığı görülmektedir.

İncelenen diğer hesaplara göre düşük bir Twitter aktivitesi olduğu görülen Kuşadası Çevre Platformu (@dtr352518887213⁶) ise toplam 70 paylaşımının 55’inin özgün olması nedeniyle diğer hesaplardan ayrılmaktadır. @kusadasicevre ile birlikte Doğanın Çocukları @DogannCocuklari ve Muğla Çevre Platformu (@muglacep) de en az ileti paylaşan hesaplardır. @DogannCocuklari 28 özgüne karşı 25 retweet; @muglacep ise sadece 5 özgün tweet paylaşmıştır.

Mesajlarda yer verilen içerik unsurları; kişi etiketleme, konu etiketi ve bağlantılar dikkate alınarak yapılan değerlendirmede, hesapların bunlardan faydalanma oranlarının Twitter’daki etkinliklerinin yoğunluğuyla doğrudan bir bağlantısı olmadığı tespit edilmiştir. Örneğin incelenen dönemde sadece 5 paylaşım ile en az aktif hesap olduğu görülen @muglacep mesajlarının hepsinde bağlantı, %20’sinde de kişi etiketleme ve konu etiketi kullanarak üst sıralarda yer almıştır. Tam tersi bir örnek olarak, toplam mesaj sayısında ikinci sırada yer alan @ekolojibirligi’nin ise kişi etiketleme oranı %3,2’de, konu etiketi oranı ise ancak binde 4’te kalmıştır. Ancak paylaşımlarında en fazla sayıda konu etiketi kullanan hesaplar da yine mesaj yoğunluğu olarak ilk beş sırada yer alan @kazdagikoruma (%30), karadenizisyan (%19) ve @kuzeyormanlari olmuştur. Benzer şekilde kişi etiketlemeye de en çok başvuran hesaplar -%20’lik @muglacep’ten sonra- %13’le @kuzeyormanlari ve %10’la @kazdagikoruma olarak öne çıkmıştır. Ancak bağlantılar söz konusu olduğunda sıralamanın farklılaştığı görülmektedir. @kusadasicevre’nin kişi etiketleme ve konu etiketi kullanımı diğer hesaplardan daha düşük düzeyde gerçekleşmişse de @muglacep’ten sonra en çok bağlantı paylaşan ikinci hesap olmuştur. Bunları @DogannCocuklari (%21) izlemektedir.

@kazdagikoruma hesabından yapılan paylaşımlarda #kazdağihepimizin ve #kazdağlarındaRESehayır etiketlerinden en az birinin yer aldığı görülmektedir. Zaten hesap 24 Ekim tarihinde bu etiketlerin aktif kullanıldığı bir çevrimiçi kampanya da yürütmüştür. @karadenizisyan’ın en sık #Artvin, #Carettepe, #Cerattepebuluşması ve

#YeşilYol; @kuzeyormanlari'nin ise #kuzeyormanları ve #hambachormanları etiketleriyle paylaşım yaptığı görülmektedir.

@kusadasicevre bağlantı paylaştığı 22 mesajın büyük kısmında medyadan, özellikle yerel mecralardan faydalanmıştır. Benzer şekilde @DogannCocuklari da 10 bağlantı paylaşımının 9'unda medyaya özellikle gazetekarınca sitesine yönlendirmiştir. Twitter'ı destek çağrısı için daha yoğun kullanan @muglacep ise mesajlarının çoğunluğunda change.org'a yönlendirme yapmıştır. Paylaşılan bağlantılar açısından sayısal olarak olmasa da davranış biçimi olarak dikkat çeken bir diğer bulgu da @kuzeyormanlari ile birlikte @_EGECEP_ ve @karadenizisyan hesaplarının bağlantı içeren tweelerinin büyük bölümünün haber kaynağının yine kendi web siteleri olmasıdır.

Mesajın İçeriği

İncelenen hesaplar tarafından paylaşılan özgün tweetlerin içeriğine ilişkin bir değerlendirme yapıldığında (Tablo 1), toplam paylaşımların %56'sının örgütlerin faaliyet alanlarıyla ilgili bilgilendirici içerik üretimine yönelik olduğu; faaliyet, toplantı ve organizasyon tanıtım paylaşımlarının toplam tweetlerin %14'ünü; destek, yardım ve katılım sağlamak için yapılan duyuru paylaşımlarının ise toplamın %12'sini oluşturduğu görülmektedir. Yapılmış veya yapılmakta olan eylem, bildiri ve protestolara ilişkin paylaşımların payı %8, kutlama veya teşekkür gibi özel mesajların payı ise %4'tür. Paylaşımlarda en az yer verilen içerik ise %1'lik oranla gerçekleştirilen istatistik paylaşımlarına aittir. Belirlenen başlıklar dışında yapılan paylaşımlar ise "Diğer" başlığı altında toplanmış olup bu kategoride yapılan paylaşımların oranının %5 olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle ekoloji alanında mesajların sırasıyla bilgilendirme (%56), tanıtım (%23) ve duyurma (%21) işlevlerini yerine getirdiği görülmektedir.

Hesapların mesaj içerikleri tek tek incelendiğinde @kuzeyormanlari'nin 673 özgün tweetinin 442'sinin bilgilendirici içerik sunduğu, 87'sinin çağrı içerdiği, 51'inin faaliyet tanıtımına, 43'ünün de protesto eylemlerine ilişkin olduğu görülmektedir. @kuzeyormanlari hesabının paylaşımlarında öne çıkan konular incelendiğinde, sadece Kuzey Ormanlarına yönelik paylaşımların yapılmadığı tespit edilmiştir. Paylaşımlar ağırlıklı ormanların yok olması, hafriyat kamyonu problemi, mimari restorasyon, 3. Havalimanı inşaatı, enerji yatırımları (termik,

nükleer, hes ve kömür), taşocağı, siyanürle altın arama, Çorlu tren kazası, Osmangazi Köprüsü, Rusya Türk Akımı projesi gibi hem çevre hem de gündemle ilişkili ulusal konulara dair haber niteliğinde paylaşımlardır. Bununla birlikte Almanya Hambach Ormanları mücadelesi gibi küresel çevre sorunlarıyla ilgili de bilgilendirici ve tepkili paylaşımlar yapılmıştır.

@kazdagikoruma’nın paylaşımlarının da ağırlıklı faaliyet alanıyla ilgili bilgilendirici içerik üretimine (98 tweet) yönelik olduğu görülmektedir. Bu işlevi sırasıyla faaliyet tanıtım (11 tweet), protesto eylemleri (8 tweet) ve destek çağrısı (7 tweet) içeren mesajlar izlemektedir.

Diğer hesaplardan farklı olarak @donkisotcycling ve @karadenizisyan hesaplarının paylaşımlarında öncelikle faaliyet tanıtımına (sırasıyla 25 ve 26 tweet), ikinci olarak faaliyet alanıyla ilgili bilgilendirici içerik üretimine (sırasıyla 18 ve 16 tweet) yöneldiği görülmektedir. @donkisotcycling, çoğunlukla bisiklet yolu, bisiklet kazası, bisikleti tercih etmenin avantajları hakkında içerik paylaşmıştır. Bunun dışında kendi etkinliklerini, bisikletle yapacakları gezileri ve Ekoloji Birliği toplantılarını da duyuran paylaşımlar yapmıştır.

Son iki hesaba benzer şekilde en çok faaliyet tanıtma mesajlarına (14 tweet) yer veren @yesilartvinder, ikinci sırada katılım çağrısı (9 tweet) ve üçüncü sırada bilgilendirme (8 tweet) amaçlı paylaşımlar yapmıştır.

@ekolojibirligi hesabının paylaşımlarında çoğunlukla bilgilendirme ve tanıtım amaçlarını taşıdığı görülmektedir. Mesajlarda paylaşılan konular arasında Kazdağları’ndaki termik ve Burhanlı’daki biyokütle santralleri, bu yatırımlara yönelik tepkiler ile Birlik’in toplantı ve ziyaretleri yer almaktadır. @DogannCocuklari hesabından yapılan paylaşımlar çoğunlukla Dersim’de gerçekleşen yangın, Kazdağları’na yapılacak termik santral projesi, Kültürpark, faytonlar kullanılmasın kampanyası, Ekoloji Birliği toplantılarının duyurumu gibi bir çeşitlilik göstermektedir. @_EGECEP_ paylaşımlarında ise piknik organizasyonu, enerji çalıştay, protesto eylemleri, Kültürpark’a sahip çıkma (destek, yardım, katılım, ikna) ön plana çıkan konular arasındadır. @MunzurKoruma hesabının paylaşımlarında öne çıkan konu Tunceli Örtü Altı yangınlarıyken; hesabın tweetlerinde siyasi gündeme ve aktivistler hakkındaki gözaltı/ tutuklama kararları gibi hukuki süreçlere de değindiği görülmektedir.

@muglacep hesabı incelenen dönemde retweet özelliğinden yararlanmazken, sadece beş özgün paylaşım yaptığı görülmektedir. Bunlardan biri toplantı/ panel daveti, diğer dördü ise Kıyı Kanunu'yla ilgili imza kampanyasına katılım çağrısı içermektedir. Çok sınırlı sayıda paylaşım yapmış olsa da @muglacep'in Twitter'dan takipçilerini harekete geçirmek ve katılım sağlamak üzere faydalanma eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır.

Kullanım etkinliği açısından diğer hesaplardan farklılaşan, incelenen sürede tek çevrimiçi eylemi hayata geçiren @kazdagikoruma hesabı olmuştur. 24 Ekim'de #kazdağlarındaRESehayır veya #kazdağıhepimizin konu etiketleriyle 235 tweet atan hesap (toplam tweetlerinin yaklaşık yarısı) bunların çoğunda da sadece slogan içeren görseller paylaşmıştır.

Mesajın Aldığı Tepkiler/Etkileşim Durumu

Kiousis (2001) tarafından iletişim teknolojisi yoluyla katılımcıların birebir ve zamansız iletişim kurabileceği ortamı yaratmak olarak açıklanan etkileşim kavramına karşılık gelen eylemler Twitter'da, başka kullanıcıları etiketleyerek mesaj göndermek, kendilerine yönelik paylaşımları veya soruları yanıtlamak, başka hesapların paylaşımlarını kendi takipçileriyle paylaşmak ile örneklendirilebilir (Littau & Jahng, 2016). Bu doğrultuda seçilen 11 hesabın paylaşımları araştırmanın bu bölümünde; etkileşimli olmayan (kişi etiketleme, bağlantı, konu etiketi içermeyen), bağlantısız ve etkileşimsiz (konu etiketi ve bağlantı içeren ancak başka kullanıcı adı içermeyen) ve retweet, kişi etiketleme ve yanıt (reply) içeren etkileşimli tweetler olarak gruplandırılmıştır. Bu gruplamadan hareketle hesaplar etkileşim kuranlar ve kurmayanlar şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu doğrultuda, takipçileriyle ve diğer Twitter kullanıcılarıyla etkileşim kurabilen hesapların @ekolojibirliği, @donkisotcycling, @kuzeyormanlari ve @karadenizisyan olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Seçilen hesapların Twitter aracılığıyla etkileşimli iletişim kurma durumlarını değerlendirmek için, her bir hesaptan yapılan paylaşımların retweet edilme ve yorum alma sayıları incelenmiştir. Paylaşım sayısı yüksek olan hesapların, daha aktif kullanıcılar olmasına paralel olarak, paylaşımlarının da takipçileri tarafından daha yoğun bir biçimde retweet edildiği tespit edilmiştir. Buna göre paylaşımları toplamda en çok retweet edilen hesaplar @kuzeyormanlari (279.539 kez) ve @ekolojibirliği (254.856 kez) olmuştur. Bunun yanında yaklaşık 1000 takipçisi olan @

MunzurKoruma’nın incelenen dönemde yalnızca 160 tweet atmasına rağmen 38.543 kez retweet edilmesi bu hesabın kendi takipçi grubu dışıyla da yoğun biçimde etkileşim şansı bulduğu şeklinde yorumlanabilir. Retweet durumuyla benzer şekilde paylaşımların yorum alma sayısına bakıldığında da öne çıkan hesapların @ekolojibirliği, @donkisotcycling ve @kuzeyormanlari olduğu görülmüştür. Örgütlerin diğer sosyal medya platformlarındaki varlıkları incelendiğinde, her üçünün de Facebook da kullanıyor olmalarına rağmen, en yüksek takipçi sayılarının Twitter’da olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca @ekolojibirliği hariç diğer ikisi en fazla sayıda paylaşımı da zaten bu mecradan yapmışlardır. Mesajlarını daha ziyade Facebook üzerinden paylaşıyor olduğu görülse de paylaşımları en çok yorum alan hesap olarak @ekolojibirliği hesabı öne çıkmıştır. @ekolojibirliği tarafından atılan toplam 568 tweet, 9.060 yorum almıştır. Yorum alma durumuna göre ikinci sırada ise paylaştığı 216 tweetle 1.565 yorum alan @donkisotcycling gelmektedir. 657 tweetle en çok paylaşımda bulunan ve 59 bin kişiyle en çok takipçisi olan @kuzeyormanlari’nin attığı tweetlerin sadece 1.511 yorum alması dikkat çekmektedir. Ayrıca aktif hesaplar arasında yer alan @karadenizisyan’ın da 212 paylaşımına toplam 1034 yorum yapılmıştır. 30 binin üzerinde takipçisi olan hesabın etkileşim oranı da @kuzeyormanlari gibi oldukça düşüktür. Paylaşımları ağdaki diğer üyeler tarafından sık retweet edilen bir diğer hesap ise @_EGECEP_’tir, Facebook hesabında daha fazla takipçisi bulunan hesabın buna rağmen paylaşımlarını Twitter’dan yapıyor olması ve ağda merkezi bir konumda bulunması dikkat çekmektedir.

Hesapların etkileşimli olanaklardan faydalanma eğilimleri değerlendirilirken kişi etiketleme kullanımı da özellikle dikkate alınmıştır. @kuzeyormanlari hesabından yapılan paylaşımlarda 214 kez kişi etiketlemiştir. Başka kullanıcılardan bahsedilmesi olarak ifade edebileceğimiz kişi etiketleme özelliğine ağırlıklı olarak haber kaynağını etiketlemek amacıyla başvurulduğu anlaşılmıştır. Sınırlı sayıda tweette ise belediye, hükümet vb. resmi yetkililere faaliyetleriyle ilgili tepkide bulunmak, bunları eleştirmek veya şikâyet etmek amaçlarıyla; ayrıca haber paylaşımı işlevine başvuru tweetlerde haber kaynağını etiketlemek için kullanılmıştır. Ancak yukarıda bahsedilen yorum ve retweet istatistikleriyle birlikte değerlendirildiğinde, sayılan hesapların etkileşimli iletişim girişiminin geri dönüşünün düşük olduğu söylenebilecektir.

@kusadasicevre’nin kişi etiketleme kullanımı diğer hesaplardan daha düşük düzeyde gerçekleşmişse de bağlantı paylaşımının en fazla yapıldığı hesaplar içerisinde yer almaktadır. @DogannCocuklari ve @MunzurKoruma hesaplarının incelenen dönemde hiç

kişi etiketlemedikleri ancak konu etiketi kullanarak belirli konularda oluşan tartışmalara katılma eğilimi gösterdikleri görülmüştür. Bu nedenle bu hesapların, takipçileriyle ve Twitter kullanıcılarıyla bağlantısız ve etkileşimsiz iletişim kurduğu anlaşılmıştır.

Ağda Öne Çıkan Aktörler

Birlik içi ağda öne çıkan aktörleri tespit etmek için öncelikle Birlik üyelerinin karşılıklı takipleşme durumları üzerinden bir harita yapılmıştır (Şekil 1). Bu haritada her bir hesaba yönelen ve ondan çıkan ilişkiler (takip etme ve takip edilme sayıları) üzerinden ağırlıklandırılmış, bu ilişkiler açısından en baskın olan hesaplar haritada büyüklükleriyle oranlı olarak gösterilmiştir. Şekilde ayrıca her bir hesabın birbirleriyle bağlantısı olmayan diğer hesaplar arasında köprü olma dereceleri de görülmektedir. Buna göre @karadenizisyan, @_EGECEP_, @ekolojibirliğı, @yesilartvinder ve @DogannCocuklari takipleşme açısından ağda en çok öne çıkan üyelerdir. @karadenizisyan ayrıca en yüksek köprü olma derecesine de sahiptir.

Ekoloji hareketi ağının genel haritası çıkarılırken ise incelenen hesapların retweet ettikleri diğer kişiler veya kurumsal yapılar da dikkate alınmıştır. Ekoloji gündemine yön veren aktörlerin tespit edilmesini amaçlayan ağ haritası çalışmasında Ekoloji Birliği üyeleri, diğer çevreci oluşumlar, politik aktörler, yerel yönetimler, medya, avukatlar, uzmanlar ve ünlüler ile STK/ aktivist gruplar incelemeye alınmıştır. Görsel karmaşanın önüne geçebilmek üzere, haritalama çalışması ağda anlamlı bir varlık gösteren aktörlerle sınırlandırılmış, her bir grup için ortalama retweet edilme sayıları hesaplanarak yalnızca birden fazla hesap tarafından en az kategori ortalaması kadar retweet edilmiş hesaplar ağ haritasına dâhil edilmiştir (Şekil 2).

Ekoloji Birliği üyeleri arasında @kuzeyormanlari 641 kez retweet edilerek belirgin biçimde öne çıkmaktadır. Ancak bu retweetlerin 379'u da hesabın kendi kendini retweetleridir. @kuzeyormanlari'ni @karadenizisyan ve @ekolojibirliğı izlemektedir.

Diğer çevreci oluşumlar hesaplarının retweet edilme ortalaması 6 keredir, ağ haritasına sadece en az altı kere retweet edilmiş hesaplar katılmıştır. Buna göre tweetleri en çok paylaşılan çevreci örgütler Alakırın Sesi (56 retweet), Adalar Savunması (41 retweet) ve 350 Ankara (29 retweet) isimli hesaplar olmuştur. Diğer çevreci örgütlerden en çok retweet yapan hesaplar @kuzeyormanlari, @kazdagikoruma iken, @kusadasicevre ve @MunzurKoruma ise hiç retweet yapmamıştır.

Medya başlığında web siteleri, gazeteler, haber portalları, TV kanalları vb. kurumsal hesapların yanı sıra, gazetecilerin kişisel hesapları da sınıflandırılmıştır. Bu şekilde 113 hesabın incelenen hesaplar tarafından retweet edildiği saptanmıştır. Medya hesaplarının retweet edilme ortalaması 5 keredir, ağ haritasına en az beş kere retweet edilmiş hesaplar katılmıştır. Buna göre tweetleri en çok paylaşılan medya hesaplarının Çepeçevre Yaşam Programı Yapımcısı/ gazeteci Özer Akdemir (238 retweet), Atlas Dergisi eski Genel Yayın Yönetmeni Özcan Yüksek (38 retweet), Ekonomi ve Ekoloji haberleri yapan gazeteci Pelin Cengiz (27 retweet), yeryuzupostasi.org (20 retweet) ve yesilgazete.org (18 retweet) internet haber portalları, Açık Radyo’da Utku Zırığ’ın sunduğu Yeşil Bülten programı (17 retweet), Birgün Gazetesi (15 retweet) ile Artı Gerçek yazarı Rifat Doğan (15 retweet)’a ait oldukları görülmektedir. Özer Akdemir ile Pelin Cengiz ayrıca en fazla sayıda hesap tarafından da RT edilen kişilerdir. Medyadan en çeşitli kaynağı retweet eden hesaplar @kuzeyormanlari, @kazdagikoruma ve @karadenizisyan olurken; @DogannCocuklari, @_EGEÇEP_ ve @kusadasicevre’nin medyadan alıntı yapma oranları ise çok sınırlıdır.

Politik aktörler kategorisine siyasetçiler, devlet kurumları ve yerel yönetimlerin hesapları dâhil edilmiştir. Bunların retweet edilme ortalaması 2 keredir, ağ haritasına sadece en az iki kere retweet edilmiş hesaplar katılmıştır. Buna göre sadece Özgürlük ve Dayanışma Partisi Başkanlar Kurulu üyesi Alper Taş, @karadenizisyan ve @MunzurKoruma tarafından, Bergama Belediyesi’nin kurumsal hesabı da @_EGEÇEP_, @kusadasicevre ve @kuzeyormanlari tarafından retweet edilerek haritada yer almıştır. Ağ haritasına dâhil edilmemiş olsalar da politik aktörlerin dağılımına bakıldığında muhalefet partilerinden Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve Halkların Depokratik Partisi (HDP) milletvekili ve yöneticilerinin görüşlerinin sıklıkla paylaşıldığı, hükümete yakın aktörlerin ise görünmez olduğu söylenebilir.

Uzmanlar kategorisinde; Enerji analisti Özgür Gürbüz (@ozzgurbuz), İklim ve Enerji Uzmanı Önder Algedik (@onderalg) ve Avukat Ali Arif Cangı (@ARIFCANGI); çevreci oluşumlar dışındaki sivil toplum örgütlenmelerinden ise Halkın Mühendisleri Mimarları Şehir Plancıları - Politeknik (@PoliteknikBilgi) ile hayvan, mekân, adalet konularındaki aktivist örgütlenme @dortayaklisehir öne çıkmaktadır.

Ağdaki tüm aktörlerin kategorilere ayrılmaksızın merkezilik durumlarına bakıldığında ise, birbirleriyle bağlantısı olmayan diğer hesaplar arasında köprü olma derecesi belirgin biçimde en yüksek olan @kuzeyormanlari’nin ağdaki başat aktör olduğu

söylenebilecektir. Çatı örgüt olarak ağda baskın olması beklenebilecek @ekolojibirligi ise @kuzeyormanlari'nin yaklaşık ¼'ü oranındaki köprü olma derecesiyle ağda ancak ikinci sırada ve @kazdagikoruma ile çok benzer bir merkeziliğe sahip görünmektedir.

Etkinliklerin Zaman İçindeki Değişimi

Seçilen hesaplar tarafından, belirlenen tarih aralığında gönderilen özgün tweet ve retweet dağılımı zaman serisi şeklinde incelendiği zaman (Şekil 3) özellikle 27-28 Eylül ve 24 Ekim 2018 tarihlerinde paylaşımlarda yüksek bir artış olduğu görülmektedir.

27-28 Eylül 2018 tarihlerinde sadece altı hesaptan atılan toplam tweet sayısı 175'tir. @kuzeyormanlari (61 tweet), @ekolojibirligi (12 tweet), @kazdagikoruma (86 tweet), @karadenizisyan (7 tweet), @yesilartvinder (6 tweet), @_EGECEP_ (2 tweet) ve @DoganCocuklari (1 tweet) paylaşımında bulunmuştur. @karadenizisyan'ın tweetlerinin 5'i, @yesilartvinder hesabından paylaşılan 6 tweetin tamamı, @kuzeyormanlari'nin tweetlerinin 3'ü Cerattepe'de işletme izin alanının 22 hektardan 240 hektara çıkarılması kararının iptali için açılan davanın duruşmasına ilişkin gönderilmiş tweetlerden oluşmaktadır. Ancak kalan tweetlerin konuları çeşitlilik göstermektedir, dolayısıyla 27-28 Eylül 2018 tarihlerindeki artışı belirgin bir olayın tetiklemediği anlaşılmıştır.

Tweet paylaşımlarının en yüksek seviyeye ulaştığı tarih ise 24 Ekim 2018'dir (277 tweet). Bu tarihte yalnızca @kazdagikoruma çevrimiçi kampanyası dâhilinde 226 tweet paylaşmıştır. Dolayısıyla artışın sebebinin bu dijital eylem olduğu görülmektedir. Paylaşım içeriklerine bakıldığında kampanya kapsamında slogan olarak da kullanılan "Önce Enerji Verimliliği; Güneş Bize Yeter; Yarasalar Zeytin Sineği Yer, Yarasa Yok Olursa Sinekler Zeytini Yer. O Zaman İnsan Ne Yer?; Havama, Suyuma, Dağıma Dokunmal; Canımı Veririm Dağımı Vermem!; #Kazdağıhepimizin; #Kazdağlarındaresehayır" gibi içerikler dikkat çekmektedir. Ancak tweet paylaşımlarına ilişkin oluşturulan zaman serisinde öne çıkan bu tarih için tweet paylaşımının artmasına neden olan özel bir olay veya gündem konusu olmadığı gözlemlenmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Teknolojinin geliştiği ve insanın doğa karşısında egemen bir konuma yükseldiği modern toplumda, bireylerin çevre sorunlarıyla kendi gelecekleri arasında yakın bir ilişki olduğunu fark etmeleri, yapılaşma ve yatırım faaliyetleriyle çevreyi katlederek

aslında geleceklerini katlettiklerinin bilincine varmaları, bireysel kaygılarının toplumsal kaygılara dönüşmesine neden olmuş ve bu kaygılar da ekoloji hareketlerinin ortaya çıkmasını tetiklemiştir. Ağ toplumunda dünyanın çok farklı bölgelerindeki ekoloji hareketleri de, teknolojinin kendilerine sunduğu olanaklardan faydalanarak ağlaşma ve dayanışarak etki alanlarını genişletme arayışına girmiştir. Bu bağlamda ekoloji hareketlerinin yeni iletişim teknolojilerinden ve özellikle sosyal medyadan nasıl faydalanabilecekleri sorusu uluslararası düzeyde pek çok çalışmaya kaynak teşkil etmiştir.

Bu çalışmada da, herhangi özel bir olayın gerçekleşmediği dönemlerde Türkiye ekoloji hareketinin sosyal medya üzerinden ağlaşma ve etkileşim faaliyetlerinin nasıl gerçekleştiği sorusuna cevap aranmıştır. Bu doğrultuda 2018 yılında kurularak, farklı ekoloji hareketlerinin daha örgütlü ve organize bir nitelik kazanmasını sağlayan Ekoloji Birliği hesabı ile birlikte, birlik üyesi olup Twitter’da aktif faaliyet gösteren 10 ekolojik örgütün hesaplarının, 1 Ağustos-31 Ekim 2018 tarihleri arasındaki faaliyetleri içerik analizi tekniğiyle mesaj türü, içeriği ve kullanım amaçları açısından incelenmiştir. Ayrıca ekolojik örgütlerin takipçileme ve retweet gibi etkileşimli kullanım pratiklerine dayanılarak Türkiye ekoloji hareketinin ağ haritası çıkartılmış, örneklem dışında olup Türkiye ekoloji gündeminde öne çıkan konu ve aktörler de tespit edilmiştir.

Paylaşılan mesaj türüne yönelik içerik analizi sonucunda, ekoloji örgütlerinin sosyal ağ kullanımında özgün tweetlerin yani özellikle bu mecraya yönelik üretilen içeriklerin çok sınırlı kaldığı anlaşılmıştır. Ağda gözlemlenen genel eğilim retweet yapmak iken, retweetler de genellikle herhangi bir açıklama veya yorum eklenmeksizin doğrudan paylaşılmıştır. Özellikle Kuzey Ormanları Savunması hesabı başta olmak üzere bazı hesaplar, kendi web siteleri gibi bazı başka mecralar için ürettikleri içerikleri retweet vasıtasıyla Twitter gündemine de taşımaktadır. Bu bulgu, Algül’ün (2014, p. 148) Kuzey Ormanları Savunması’nın web sitesinde paylaştığı, bir kısmı kendi üretimi, bir kısmı da internetten toplanan içerikler olan kent ve ekoloji haberlerinin tümünü Twitter hesabında da paylaşıyor olduğu bulgusuyla da örtüşmektedir. Bu doğrultuda örgütlerin Twitter yoluyla alternatif bir gündem yaratmaktan çok, egemen gündemi takip ettikleri söylenebilir.

Adem (2016), Türkiye’deki ekolojik hareketlerin 1980’lerin ikinci yarısından sonra çalışma yöntemi olarak konu bazlı aktivizme yöneldiklerini belirtir. Mesajların içeriğinden hareketle yapılan analiz bu savı olumlu niteliktedir. İncelenen hesapların

Twitter'ın temel kullanım işlevinin kendi konularına odaklı faaliyet alanlarıyla ilgili bilgilendirici içerik üretmek (%56) olduğu tespit edilmiştir. Bunu etkinliklerle ilgili tanıtıcı paylaşımlar, eylem ve faaliyetlere destek çağrısı yapılan paylaşımlar ve eylemlerle ilgili paylaşımlar izlemektedir. İncelenen örgütlerin sosyal ağı kullanma sıklıklarındaki farklılıklara rağmen, Twitter'ı kullanım stratejilerinin özellikle ekolojik meselelere duyarlı takipçileri hem ekolojik gündem hem de örgütün etkinlikleri ile faaliyet alanındaki gelişmelerden haberdar etmek yönünde benzerlik gösterdiği anlaşılmıştır. Bununla birlikte Türkiye ekoloji ağında Twitter'ın kitleleri harekete geçirici bir araç olarak ve etkileşimli biçimde kullanımının sınırlı kaldığını söylemek mümkün gözükmemektedir. Ana akımda fazlaca yer bulamadığı için, alternatif bir kamusal alan olarak Twitter'a yöneleceği varsayılan ekoloji hareketinin bu sınırlı etkinliği dikkat çekicidir. Ancak bu durumu Türkiye'nin genel hukuki ve siyasi ortamından ayrı değerlendirmemek gerekir. 15 Temmuz darbe girişimi sonrası yürürlüğe konan ve 2018 yazında kaldırılan olağanüstü hal uygulaması, zaten ekoloji hareketinin bir durgunluk dönemi yaşamasına neden olduğunu, bizzat mücadelenin içindekiler ifade etmektedir ("OHAL ekolojik mücadeleyi..."; 2017). Buna ilaveten İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkındaki 5651 sayılı kanunun, ifade özgürlüğü üzerinde baskılayıcı bir tedbir olarak işletilmesi ve bu mecradan yapılmış paylaşımların suç unsuru olarak değerlendirilmesi eğilimi, bu alternatif kamusal alanın önündeki en büyük engellerden biridir ve bu durumu takipçilerin etkileşimden kaçınmasında bir etken olarak değerlendirilmek mümkün gözükmemektedir. Aynı örneklemin diğer mecralardaki kullanımlarını da inceleyen karşılaştırmalı bir çalışma, bu değerlendirmenin sağlamasını yapmayı olanaklı kılacaktır.

Ağdaki genel eğilimin aksine Don Kışot Bisiklet Kolektifi ve Karadeniz İsyandır hesaplarının paylaşımlarında öncelikle faaliyet tanıtımına, ikinci olarak faaliyet alanıyla ilgili bilgilendirici içerik üretimine yöneldiğini de belirtmek gerekir. Bu iki hesaba benzer şekilde en fazla tanıtma mesajlarına yer veren Yeşil Artvin Derneği ise, ikinci sırada katılım çağrısı ve üçüncü sırada bilgilendirme yaparak kullanım stratejileri açısından ağın geri kalanından belirgin biçimde ayrılmaktadır. Kullanımında farklılık gözlenen bir diğer hesap da ağırlıklı olarak takipçilerini harekete geçirmek ve katılım sağlamak üzere paylaşım yapan Muğla Çevre Platformu'dur

Kullanım etkinliği açısından diğer hesaplardan farklılaşan Kazdağı Koruma hesabı da, 24 Ekim 2018'de slogan, konu etiketi ve görsellerden oluşan 253 tweetiyle

incelenen dönemdeki tek dijital aktivizm eylemini gerçekleştirmiştir. Ne var ki, kampanya dâhil inde, hem aynı konu etiketleriyle farklı kullanıcıların yaptığı ve hesap tarafından retweet edilen paylaşımların, hem de hesabın kendi paylaşımlarının etkileşim düzeyi oldukça düşük kalmıştır. Retweet ve beğeni sayıları sınırlıyken, mesajlar yok denecek kadar az cevap/ yorum almıştır. Bu bağlamda, önemli bir etkileşimden bahsetmek mümkün gözükmemektedir. Zaman çizelgesi içinde en çok tweetin paylaşıldığı tarih de 24 Ekim olmuş, bunu 27-28 Eylül tarihleri izlemiştir. Paylaşım sayısının çok yükseldiği iki dönemde de sayısal artışı tetikleyen ekoloji gündemine dair özel bir olay bulunmadığı tespit edilmiştir.

Ağdaki takipleşme ve retweet etkinlikleri üzerinden yapılan ağ haritalama çalışmasında ise, Türkiye ekoloji hareketindeki baskın aktörler tespit edilmiştir. Buna göre Birlik üyelerinden Kuzey Ormanları Savunması, Karadeniz İsyandadır Platformu ve Ekoloji Birliği’nin kendi hesabı ağda merkezi konumda gözükmemektedir. Kuzey Ormanları Savunması 641 retweet edilmesinin 379’unu kendi kendine yapmışsa da, yine de belirgin biçimde önde olması önemlidir. Retweetlerle benzer şekilde hesabın paylaştığı bağlantılarda da referans verdiği temel kaynak kendi web sitesidir.

Ağda öne çıkan diğer aktörlere kategorilerine göre bakıldığında çevreci oluşumlardan Alakırın Sesi, Adalar Savunması ve 350 Ankara; medyadan Özer Akdemir, Özcan Yüksek, Pelin Cengiz ve Rifat Doğan ile yeryuzupostasi.org ve yesilgazete.org haber portalları, Yeşil Bülten radyo programı, Birgün Gazetesi; siyasetçilerden ÖDP Başkanlar Kurulu üyesi Alper Taş, Araştırmacı/ Uzmanlardan Enerji analisti Özgür Gürbüz, İklim ve Enerji Uzmanı Önder Algedik ve Avukat Arif Cangı öne çıkmaktadır. Ayrıca ağ haritasına dâhil edilmemiş olsalar da politik aktörlerin dağılımına bakıldığında muhalefet partilerinden CHP ve HDP’li milletvekili ve parti yöneticilerinin görüşlerinin sıklıkla paylaşıldığı, hükümete yakın aktörlerin ise görünmez olduğu söylenebilir. Ekonomik kriz ortamında istikrarlı ve güçlü ekonomi söylemiyle, sürekli büyüme ve buna bağlı olarak da hayat şartlarında iyileşme mitini halen sürdüren hükümetle, toplumsal değerleri ve yaşam dünyasına dair tahayyülü taban tabana zıt olan bir hareket için bu şaşırtıcı değildir. Mevcut ekonomik sorunlara çözüm üretmeye odaklanmış yönetim, ekoloji hareketin taleplerini görmezden gelirken, hareket de onların sesini kendi çevrelerinde yaymamaktadır. İktidar partisi ve milletvekilleri yalnızca az sayıda tweette, kimi icraatların eleştirilmesi için zikredilmişlerdir. Bu anlamda Munzur Koruma Kurulu ve Kuzey Ormanları Savunması’nın paylaşımları dikkat çekmektedir.

Paylaşım sayısı yüksek olan hesapların, daha aktif kullanıcılar olmalarına paralel olarak, paylaşımlarının da takipçileri tarafından daha yoğun bir biçimde retweet edildiği görülmektedir. Ancak Munzur Koruma Kurulu'nun incelenen dönemde görece düşük sayıda tweet paylaşımına rağmen yüksek sayılabilecek seviyede retweet edilmesi dikkat çekmektedir.

En yoğun içerik paylaşan; kişi etiketleme, konu etiketi ve bağlantı kullanımına en yoğun biçimde başvuran ve en çok retweet edilen hesabın Kuzey Ormanları Savunması olduğu tespitleri ışığında Ekoloji Birliği ağı değerlendirildiğinde, Kuzey Ormanları Savunması'nın ağdaki başat aktör olduğu söylenebilir. Ağlaşma ve dayanışma amacıyla kurulan bir çatı örgüt olarak ağda baskın olması beklenebilecek Ekoloji Birliği'ninse, beklendiği kadar aktif olmadığı ve ağ oluşturmada ön plana çıkmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Konusu ve örnekleme açısından ilk kez yapılan bir çalışma olması nedeniyle literatüre katkı sağlayacak olan bu çalışma, zaman ve tweet sayısı sınırlandırıldığından tespit edilen önemli bulguların tüm ekolojik ağa genellenmesi konusunda sınırlılık yaratmaktadır. Daha uzun zaman dilimlerinde paylaşılan tweetlerin değerlendirilmesi durumunda, hem ağdaki ilişkiler hem de incelenen hesaplar arasındaki farklılıklar ve benzerlikler daha net olarak gösterilebilecektir. Ağda öne çıkan aktörlerin tespitinin sadece takip ve retweetlere dayandırılması da çalışmanın bir diğer sınırlılığı olarak görülmektedir. Her ne kadar incelenen hesapların paylaşımları ağırlıklı olarak retweetlere dayansa da, özgün tweetlerde etiketlenmek veya bağlantıları paylaşılacak yoluyla öne çıkan kişi ve kurumların da belirlenerek ağa dâhil edilmesiyle daha kapsamlı bir haritalama yapılması mümkün olacaktır. Yine de araştırmanın Ekoloji Birliği ve birlik üyesi aktif Twitter kullanıcılarından hareketle Türkiye ekoloji hareketinin sosyal ağına yönelik bulguları, daha sonra yapılacak çalışmalara temel teşkil edecek niteliktedir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almamışlardır.

SON NOTLAR

1. Sosyal medya platformlarının genel kullanımına bakıldığında Instagram’ın daha çok günlük hayat, pazarlama ve tüketim alanlarında görsel odaklı paylaşımlar için tercih edildiği görülmektedir. Facebook ilk kurulan sosyal medya platformu olması dolayısıyla geniş kitlelere ulaşsa da, zamanla genç kullanıcıların ağa olan ilgisi azalmış ve paylaşım ve görüntülenme sayıları düşmüştür (<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/facebook-mu-yoksa-twitter-mi/>). Ayrıca Facebook’un Türkiye’deki kullanıcı sayısı düşme eğilimindeyken, Twitter’inki yükselmektedir (<https://www.socialbakers.com/resources/reports/turkey/2019/february/>) Twitter özellikle haber alma özelliği ve etkileşim oranının yüksekliğiyle daha çok politik bir alan yaratmaktadır. İnsanlar medyanın tarafsızlığına dair oluşan şüphelerden, ana akımın tek sesli yapısından ötürü alternatif kaynaklara yönelmekte, medyadan edinemedikleri bilgilere Twitter üzerinden ulaşmaya çalışmaktadırlar. Ana akımda genellikle yer bulamayan aktivistler ve aktivist örgütler de bu doğrultuda paylaşımlarını kitleleştrirmek amacıyla platforma yönelmektedir.
2. Başkasına veya kendinize ait bir tweetin yeniden gönderilmesine denir.
3. Nicel teknikten farklı olarak nitel içerik analizi, araştırmacının araştırdığı konuyu, olduğu gibi ve olabildiğince yansız olarak gözlemesini amaçlamaktadır. Sosyal olayların içinde bulunulan bağlama göre değiştiği ön kabulünden hareketle, benzer grup veya ortamlara dair doğrudan genellemeler yapmak yerine deneyimler ve örneklerden yola çıkarak dolaylı ve analitik genelleme olarak nitelenebilecek aktarımlar (Yıldırım & Şimşek, 2013, p. 303) yapmaktadır. Bu nedenlerle araştırmacının geçerlilik ve güvenilirliğine dair dikkate alınan unsurlar da, nicel araştırmadaki gibi güvenilirliği test etmeye yönelik tekniklere dayanmamaktadır. Bu doğrultuda mevcut çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için araştırmacının tüm aşamaları, yöntemi ve araştırmacıların yaklaşımları metinde açık biçimde ortaya konmaya çalışılmıştır. Diğer yandan, verileri en iyi biçimde kapsayacak kategorilerin tespit edilmesi (Graneheim & Lundman, 2004), nitel verilerin sayısallaştırılması yoluyla yapılan yorumların yansızlığının sağlanması, kullanılan görseller (Elo & Kyngas, 2007) yardımıyla ham verinin anlaşılmasının kolaylaştırılması ve ağ haritası ile de elde edilen bulguların karşılıklı teyit edilmesi yollarıyla sonuçların geçerlilik ve güvenilirliğinin artırılması amaçlanmıştır.
4. Şirketler veya kullanıcıların geliştirdiği çeşitli API’ler (uygulama programlama arayüzleri) Twitter’a programa dayalı erişim olanağı suarak, Twitter verilerinin geniş çapta paylaşılması ve işlenebilmesini sağlamaktadır. Tweepy Python programlama dili için geliştirilmiş Twitter API’yi kullanmaya yarayan bir kütüphanedir.
5. Kişiler, kurumlar veya kavramlar arasındaki ilişkilere dair verileri anlamlandırma, analiz etme ve haritalama için kullanılan kolektif bir platformdur.
6. Okuma kolaylığı sağlanması açısından metnin geri kalan kısmında bu hesap @kusadasicevre olarak gösterilmiştir.

KAYNAKLAR

- Adem, Ç. (2016). Non-state actors and environmentalism. In F. Adaman & M. Arsel (Eds.), *Environmentalism in Turkey: Between democracy and development?* (pp. 71–86). New York, USA: Routledge.
- Akkor Gül, A. (2005). A Media Agenda Setting Research: The Mardin Kızıltepe Event. In *3rd International Symposium Communication in the Millennium*, May 11-13, 2005 (No. 1663, p. 29). Andolu Üniversitesi.
- Algül, F. (2014). Yeni Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya: Kuzey Ormanları Savunması Hareketine Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Marmara İletişim Dergisi*, 22, 139-152.
- Alver, F. (2011). Basında Siyasal Liderlerin ve Köşe Yazarlarının Sosyal Haklara İlişkin İletilerinin Analizi. In *Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu III* (pp. 289-339). Kocaeli, Turkey: Petrol-İş Yayını.
- Ansari, A. (2012). The role of social media in Iran's Green Movement (2009-2012). *Global Media Journal-Australian Edition*, 6, 1–6.
- Atauz, A. (1994, January/February). Çevreci hareketlerin Türkiye'yi sarsmayan on yılı. *Birikim*. Retrieved from <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/4939/cevreci-hareketlerin-turkiye-yi-sarsmayan-on-yili#.XDHPclwzZPY>
- 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. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bookchin, M. (2013). *Ekolojik Bir Topluma Doğru*. İstanbul, Turkey: Sümer Yayıncılık.
- Borgatti, S. P., & Everett, M. G. (2000). Models of core/periphery structures. *Social Networks*, 21, 375-395. [http://dx.doi.org/10.1016/S0378-8733\(99\)00019-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0378-8733(99)00019-2)
- Bozkurt, Y., & Bayansar, R. (2016). Yeni toplumsal hareketler çerçevesinde çevreci hareket ve gezi parkı olayları. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 276-293. <http://dx.doi.org/10.11611/JMER178655>
- Bruns, A., Highfield, T., & Burgess, J. (2013). The Arab spring and social media audiences English and Arabic twitter users and their networks. *American Behavioral Scientist*, 57, 871–898. <http://dx.doi.org/10.1177/0002764213479374>
- Brym, R., Godbout, M., Hoffbauer, A., Menard, G., & Zhang, T. H. (2014). Social media in the 2011 Egyptian uprising. *The British Journal of Sociology*, 65, 266–292.
- Çakır, S. Y. (2017). Sosyal medyada dijital aktivist hareketler üzerine kuramsal bir inceleme. *E-GİFDER*, 5(2), 753-783. <http://dx.doi.org/10.19145/e-gifder.303261>
- Calvet-Mir, L., Maestre-Andrés, S., Molina J. L., & van den Bergh. J. (2015). Participation in protected areas: A social network case study in Catalonia, Spain. *Ecology and Society*, 20(4), 45. <http://dx.doi.org/10.5751/ES-07989-200445>
- Carty, V. (2014). Arab spring in Tunisia and Egypt: The impact of new media on contemporary social movements and challenges for social movement Theory. *International Journal of Contemporary Sociology*, 51, 51-80.

- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselisi: Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. (E. Kılıç, Trans.). İstanbul, Turkey: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*. Malden, USA: Polity Press.
- Ceritli, İ. (2001). Çevreci hareketin siyasallaşma süreci. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2), 213-226.
- Çımrın, F. K. (2015). Bergama köylü hareketinin dünü ve bugünü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53). Retrieved from: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/70638>
- Çoban, B. (2014). Sosyal medya d/ evrimi. In B. Çoban (Ed.) *Sosyal medya d/ evrimi* (pp. 9- 21). İstanbul, Turkey: Su Yayınları.
- Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer- Mediated Communication*, 20, 363-380. <http://dx.doi.org/10.1111/jcc4.12124>
- Diani, M. (1992). The concept of social movements. *The Sociological Review*, 40(1). <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-954X.1992.tb02943.x>
- Diani, M. (1997). Social movements and social capital: A network perspective on movement outcomes. *Mobilization: An International Quarterly*, 2(2), 129-147.
- Doğu, B. (2019). Environment as Politics: Framing the Cerattepe Protest in Twitter. *Environmental Communication*, 13(5), 617-632. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2017.1406384>
- Edman, H. (2007). *Twittering to the top: A content analysis of corporate tweets to measure organization-public relations*. (Doctoral dissertation, Louisiana State University, Baton Rouge, LA, USA) Retrieved from: https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/1726
- Elo, S., & Kyngas, H. (2007). The qualitative content analysis process. *JAN Research Methodology*, 107-115.
- Fuchs, C. (2006). The self-organization of social movements. *Systemic Practice and Action Research*, 19(1), 101-137. <http://dx.doi.org/10.1007/s11213-005-9006-0>
- Furuncu, D. (2014). *Yeni Toplumsal Hareketler, Küreselleşme ve Dijital Aktivizm: Gezi Parkı Örneği*. (Master's thesis, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı, İstanbul, Turkey) Available from YÖK Ulusal Tez Merkezi (No. 370345)
- Geçkin Onat, S. (2017). Yakınsama kültürü ve online çevreci katılım: Greenpeace, TEMA Vakfı, Karadeniz İsyandır Platformu Üzerinde Bir Araştırma. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 8(15), 276-304. Retrieved from: http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/14_semra_geckin_onat.pdf
- Gençer, Y. (2016). Sosyal medya ağlarında örgütlenme: Dijital aktivizmin toplumsal dönüşüme yansımaları. *Intermedia International e-Journal*, 2(3), 505-522. Retrieved from: <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/intermedia/article/view/5000171193/5000154510>
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*, London, UK: Pluto Press.
- Göktolga, O. (2013). Yeni siyaset ve ekolojik hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 127-136.
- Graneheim U.H., & Lundman B. (2004) Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24, 105-112.

- Gül, S. S., Sezer, M., & Nizam, Ö. K. (2015). Eylemcilerin gözünden bir sosyal hareket ve kent hakkı talebi olarak Taksim Gezi Parkı eylemleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 1-28.
- Habermas, J. (1981). New Social Movements. *Telos*, 49, 33-37. <http://dx.doi.org/10.3817/0981049033>
- Heaney, M.T., & Rojas, F. (2009). Hybrid Politics: Social Movement Mobilization in a Multi-Movement Environment. *Journal of Sociology*, 119(4), 1047-1103. <http://dx.doi.org/10.1086/674897>
- Hermida, A., Lewis, S. C. & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A case study of andy carvin's sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 479-499. <http://dx.doi.org/10.1111/jcc4.12074>
- Herring, S. C., Scheidt, L.A., Kouper, I. & Wright, E. (2007). Longitudinal content analysis of blogs: 2003-2004. In M. Tremayne (Ed.), *Blogging, Citizenship, And The Future Of Media*, 3-20.
- Hodges, H. E., & Stocking, G. (2016). A pipeline of tweets: Environmental movements' use of Twitter in response to the Keystone XL pipeline. *Environmental Politics*, 25, 223-247.
- Horuş, M. (2009, April). Türkiye Çevre Hareketi Halklaşırken, *Metalürji Mühendisleri Odası Metalürji Dergisi*. Retrieved from: <http://politeknik.org.tr/site/index.php/polsecmenu/4-cevre/937-tuerkiye-cevre-hareketi-halklarken-mehmet-horu.html>
- Hougaard, S.A. (2017). *Tweeting for a Cause: A Content Analysis of Successful Charitable Nonprofits' Publishing Strategies on Twitter*. (Master's thesis, Brigham Young University College of Fine Arts and Communications, Utah, USA) Retrieved from: <https://scholarsarchive.byu.edu/etd/6274/>
- Isa, D., & Himelboim I. (2018). A social networks approach to online social movement: social mediators and mediated content in #freeajstaff Twitter network. *Social Media + Society*, January-March, 1-14. <http://dx.doi.org/10.1177/2056305118760807>
- Işık, G. (2013). Yeni toplumsal hareketler ve sanal gerçeklik boyutunda gezi parkı eylemleri. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(1), 19-33.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kasap, D. G. (2014). Türkiye Kamu Yönetiminde sosyal Medya Uygulamaları: Demokrasi ve Yurttaş Katılımı Üzerine Bir İnceleme. In B. Çoban (Ed.), *Sosyal Medya D/evrimi* (pp. 139-153). İstanbul, Turkey: Su Yayınları.
- Kavada, A. (2005). Exploring the role of the internet in the "movement for alternative globalization": The case of the paris 2003 European social forum. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 2(1), 72-95. <http://dx.doi.org/10.16997/wpcc.9>
- Kaya, R. (2011). Bir Ekoloji Hareketi Olarak Yeşiller ve Türkiye'de Yeşiller Partisi. Retrieved from: https://modernwish.files.wordpress.com/2012/01/yesil_dusunce_brosur_dizisi_2ramazan_kaya11.pdf
- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication & Society*, 4(4), 381-403. http://dx.doi.org/10.1207/S15327825MCS0404_4
- Korkmaz, A., Ustakara, F., & Aydın, U. (2018). Dijital aktivizm bağlamında artvin cerattepe olayları üzerine bir içerik analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29, 57-76. <http://dx.doi.org/10.31123/akil.459321>

- Kuyucu, M. (2014). Çevresel Haber Ortamı Olarak Twitter ve Twitter Gazeteciliği. *UHIVE*, 2(3), 159-189.
- Lamert, K. (2014). Environmental law ngos and social media use: An Analysis of Strategies and Organizational Impacts (Doctoral dissertation, Michigan University, USA) Retrieved from: <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/107752/katelamb.pdf?sequence=1>
- Lipsky, M. (1968). Protest as a political resource. *American Political Science Review*, 62, 1144-1158. <http://dx.doi.org/10.2307/1953909>
- Littau, J., & Jahng, M. R. (2016). Interactivity, social presence, and journalistic use of Twitter. *Faculty Publications. Paper 9*. Retrieved from: <http://preserve.lehigh.edu/cas-journalism-faculty-publications/9>
- Lu, H., & Hsiao, K. (2010). The influence of extro/introversion on the intention to pay for social networking sites. *Information & Management*, 47, 150-157. <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2010.01.003>
- Melucci, A. (1985) The Symbolic Challenge of Contemporary Movements. *Social Research: An International Quarterly*, 52(4), 789-816.
- Mermer, A. (2016). Yeni Sosyal Hareketler Bağlamında Bergama Mücadelesi (Master’s thesis, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Aydın, Turkey) Retrieved from: <http://adudspace.adu.edu.tr:8080/xmlui/handle/11607/2813>
- Morozov, E. (2007). *Activism and New Media*. Presentation delivered at “New Media Essentials” summer school of Transitions Online. Retrieved from: <https://www.slideshare.net/evgeny.morozov/activism-and-new-media-introduction>
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York, USA: PublicAffairs.
- Ogan, C., & Varol, O. (2017). What is gained and what is left to be done when content analysis is added to network analysis in the study of a social movement: Twitter use during Gezi Park. *Information, Communication & Society*, 20, 1220–1238. <http://dx.doi.org/1369118X.2016.1229006>
- OHAL ekolojik mücadeleyi olumsuz etkiledi. (2017, December 30). *Dokuz8 Haber*. Retrieved from: <https://dokuz8haber.net/ekoloji-cevre/ohal-ekolojik-mucadeleyi-olumsuz-etkiledi/>
- Parmelee, J. H. (2013). Political journalists and Twitter: Influences on norms and practices. *Journal of Media Practice*, 14, 291-305. http://dx.doi.org/10.1386/jmpr.14.4.291_1
- Rootes, C. (1995). *The Green Challenge: The Development of Green Parties in Europe*. London, UK: Routledge.
- Segeberg, A., & Bennett, W. L. (2011). Social media and the organization of collective action: Using twitter to explore the ecologies of two climate change protests. *The Communication Review*, 14, 197-215. <http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2011.597250>
- Sun, Y., DeLuca, K.M. & Seegert, N. (2017). Exploring environmentalism amidst the clamor of networks: A social network analysis of utah environmental organizations. *Environmental Communication A Journal of Nature and Culture*, 11(3), 332-352. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2015.1094101>
- Şahin, Ü. (2007). Bir Sivil Toplum Teması Olarak Çevrecilik: Ekoloji Hareketlerinin Siyaset Dışına İtilmesi. *Sivil Toplum: Düşünce & Araştırma Dergisi*, 5(20), 77-89.

- Şahin, Ü. (2010, April 28). Çevre direnişlerinin buluşması. *Radikal Gazetesi*. Retrieved from: <http://www.radikal.com.tr/radikal2/cevre-direnislerinin-bulusmasi-1006210/>
- Şen, A. F., & Şen, Y. F. (2016). Online environmental activism in Turkey: The case study of “the right to water”, *Global Bioethics*, 27(1), 1-21. <http://dx.doi.org/10.1080/11287462.2015.1137184>
- Şengül, M. (2013). Türkiye'nin su politikası ve köylülerin öfkesi. *Su kaynaklarının yönetimi: Politikalar ve sorunlar - küreselden yerele panel bildirileri, Nevşehir Üniversitesi İİBF*, 29-41, Retrieved from: https://dosyalar.nevsehir.edu.tr/14238761182a7ce8e6e338332dc26e85/su_paneli_bildiri_kitabi.pdf
- Şengül, M., Kocatürk, G.A., & Bilgili, F. (2017). Sanal mekanda yerel çevre hareketleri: Türkiye’de HES karşıtı mücadeleler üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22, 2183-2207.
- Thoreau, D. H. (2016) *Sivil İtaatsizlik*. (C. Turan, Trans.) Ankara, Turkey: Say Yayınları.
- Touraine, A. (1985). An introduction to the study of social movements. *Social Research: An International Quarterly*, 52(4), 749-787.
- Tremayne, M. (2014). Anatomy of protest in the digital era: A network analysis of Twitter and occupy wall street. *Social Movement Studies*, 13, 110–126.
- Turhan, D. G. (2017). Dijital aktivizm. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 26(1), 26-44.
- Wang, R., Liu, W., & Gao, S. (2016). Hashtags and information virality in networked social movement: Examining hashtag cooccurrence patterns. *Online Information Review*, 40(7), 850-866. <http://dx.doi.org/10.1108/OIR-12-2015-0378>
- Yates, L. (2015). Everyday politics, social practices and movement networks: Daily life in Barcelona’s social centres. *The British Journal of Sociology*, 66, 236–258. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-4446.12101>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara, Turkey: Seçkin Yayıncılık.

TABLOLAR VE ŞEKİLLER

Tablo 1: Hesaplar Tarafından Paylaşılan Özgün Tweetlerin İçeriği

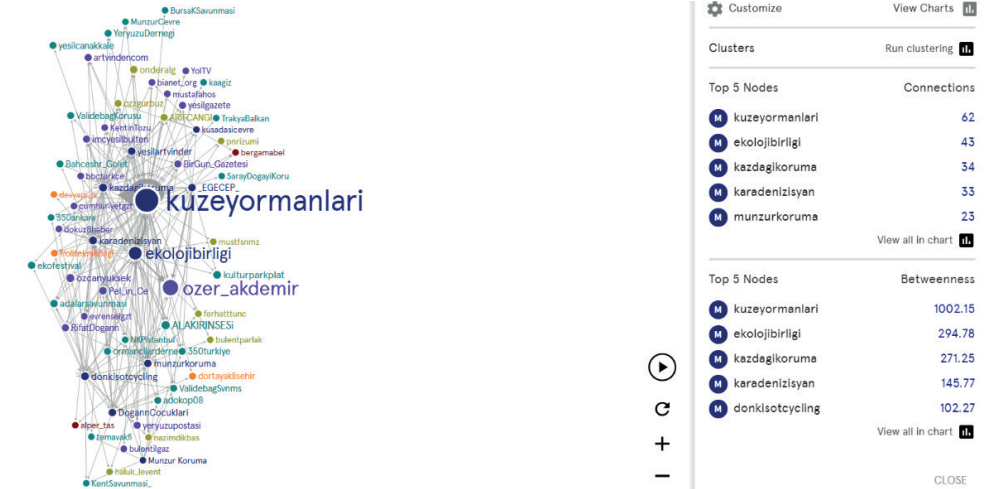
	Hesap tarafından paylaşılan toplam tweet sayısı	Toplam tweetler içindeki yüzdesi (paylaşım sayısına göre)	BİLGİLENDİRME	TANITIM			DUYURMA		
			Faaliyet alanıyla ilgili bilgilendirici içerik üretimi	İstatistik paylaşımı	Eylem, Bildiri, Protesto (Geçmiş veya olmakta olan)	Faaliyet, Toplantı, Organizasyon	Destek, Yardım, Katılım Çağrısı	Kutlama, Teşekkür, Özel Mesaj	Diğer
Dogann-Cocuklari	28	%2	13	1	9	5			
donkisot-cycling	68	%6	18		5	25	7	6	7
EGECEP	28	%2	7		2	11	5	3	
ekolojibirliigi	30	%3	4		5	12	4		5
karadenizisyan	54	%5	16		4	26	7	1	
kazdagikorumu	159	%13	98		8	11	7	2	33
kusadasicevre	55	%5	26	1	13	7	2	1	5
kuzeyormanlari	673	%57	442	12	43	51	87	27	11
muglacep	5	%0,43				1	4		
MunzurKorumu	33	%2	23		2		5	3	
yesilartvin-der	42	%3	8		3	14	9	7	1
İçeriğe göre toplam tweet sayısı	1175		655	14	94	163	137	50	62
Toplam tweetler içindeki yüzdesi (içeriğe göre)			%56	%1	%8	%14	%12	%4	%5

Şekil 1: Ekoloji Birliği Üyeleri Karşılıklı Takipleşme Haritası



Haritadaki yeşil oklar her bir hesabın takip ettiği hesapları, mavi oklar ise kendilerini takip eden hesapları işaret etmektedir. Harita her bir hesaba yönelik ve ondan çıkan ilişkiler (takip etme ve takip edilme sayıları) üzerinden ağırlıklandırılarak çıkarılmıştır, bu ilişkiler açısından (Connections/ Degree centrality) en baskın olan hesaplar haritada büyüklükleriyle oranlı olarak gösterilmiştir. Şekilde ayrıca her bir hesabın birbirleriyle bağlantısı olmayan diğer hesaplar arasında köprü olma dereceleri de (betweenness) listelenmektedir.

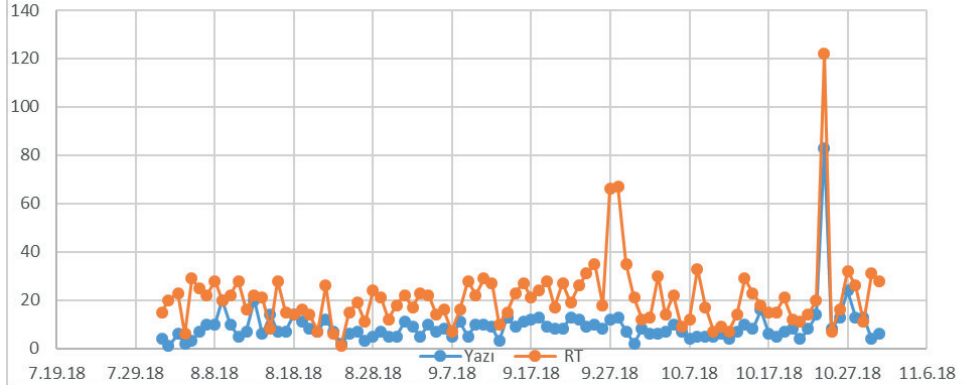
Şekil 2: Türkiye Ekoloji Hareketi Ağ Haritası



Haritada Türkiye'de ekolojik gündeme dâhil olan ve sıkça retweet edilerek Twitter'deki kamusal tartışmalara yön veren Ekoloji Birliği üyeleri, diğer çevreci oluşumlar, politik aktörler, yerel yönetimler, medya, avukatlar, uzmanlar ve ünlüler ile STK/aktivist gruplar yer almaktadır. Harita her

bir hesabın birbirleriyle bağlantısı olmayan diğer hesaplar arasında köprü olma işlevleri üzerinden değerlendirilerek çıkarılmıştır. Bu işlevi en güçlü olan hesaplar haritada büyüklükleriyle oranlı olarak gösterilmiştir.

Şekil 3: Paylaşılan Toplam Tweetlere İlişkin Zaman Serisi Çizelgesi



Data Activism: Reviving, Extending and Upgrading Critical Citizenship Education and Consumer Rights Movements

Ulaş Başar GEZGİN¹



¹Prof. Dr., Duy Tan University, Danang, Vietnam

ORCID: U.B.G. 0000-0002-6075-3501

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Ulaş Başar Gezgin,
Duy Tan University, Danang, Vietnam
E-posta/E-mail: ulasbasar@gmail.com

Geliş tarihi/Received: 24.01.2019

Revizyon talebi/ Revision requested:
07.03.2019

**Son revizyon teslimi/ Last revision
received:** 23.04.2019

Kabul tarihi/Accepted: 25.04.2019

Atıf/Citation: Gezgin, U. B. (2019). Data activism: Reviving, extending and upgrading critical citizenship education and consumer rights movements. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 56, 67-86.
<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2018-0042>

ABSTRACT

Considering the omnipresence, omniscience and omnipotence of big data as the upgraded big brother, any resistance appears to be in vain. However, pessimistic accounts usually revolve on a model of a citizen as an individual. This atomized version of citizenship underestimates the power of citizens' social solidarity networks which can be as traditional as nuclear or extended families or as modern as professional organizations and rights movements. However, big data activism and these forms of resistance are rarely connected with each other. In this article, we discuss how to integrate already existing rights organizations with data activism. The following themes are explored for this purpose: Snowden revelations and evolution of state surveillance; digital activism and data activism; and data activism and critical citizenship education. The notion of 'critical' citizenship education rather than citizenship education is mobilized in our reflection, since the mainstream, official citizenship education agenda is far from addressing the negative effects of big data and associated double surveillance by the state and corporations. Contrary to a merely theoretical understanding of citizenship, data activism needs to unite its forces with already existing rights movements, including human rights and consumer rights movements as distinguishing components of a critical citizenship. The purpose of this article is to show in what ways citizenship education and consumer rights movements can be integrated and updated within the context of data activism. The introductory section provides the background for the main arguments of the article. The method of this work is critical reflection and a theoretical discussion supported by a survey of a set of relevant research papers.

Keywords: Big data, surveillance, data activism, critical citizenship education, consumer rights movement

EXTENDED ABSTRACT

Our era of surveillance capitalism is characterized by pervasive rather than targeted surveillance. Currently, the big brother is not watching the dissidents but everybody for a tiny probability of disobedience. In the past there were mainly two kinds of surveillance: Physical chase which means undercover agents following the target anti-government figures in person and technical chase which mostly corresponds to phone taps. However nowadays there is no need for physical chase, as technical chase replaced it and expanded the areas and 'opportunities' of surveillance through ubiquitous surveillance devices including CCTVs, mobile tracking, net tracking etc.

Citizenship education offered in schools that can form the basis of anti-surveillance activism is usually from the governments' perspective. A critical sense of citizenship is rarely promoted in these official contexts. Thus, acquisition of critical citizenship consciousness is usually through peer learning at informal and non-formal settings. In many countries, adults and especially young adults join protests, and usually they acquire citizenship education skills and knowledge in a blended way whereby offline and online political activism support each other. Thus ICTs usually utilized for entertainment are educationalized to serve the pedagogical interests of the citizens. They learn more on social media about citizenship education than the formal citizenship education courses.

We should reflect on informal and non-formal forms of critical citizenship education via ICTs including but not only limited to social media platforms. We propose that in order not to formalize and institutionalize citizens' actively acquired critical citizenship skills and knowledge, the disconnect between formal non-critical, official forms of citizenship education and informal, non-formal, blended and citizen-based critical citizenship education should continue. Under the funding of governments or corporations, the criticality of citizenship education will be limited. That is why, citizens should support and develop their own citizenship initiatives and resources in both online and offline settings. The citizen and consumer rights movements are the perfect matches for such an endeavor.

In the case of activist uses of social media, a remarkable point is the fact that most of the Internet users voluntarily release personal information on the web. They are

fulfilling their needs for recognition, reputation, socialization etc. Thus, activist use of social media should be able to identify the motivations behind voluntary release of personal information and be cautious about what to share and not to share on social media. This brings up the notion of social media literacy. However, since social media literacy is not necessarily critical, as it may develop on the basis of conservative reactions to the corruption of traditional society by the influence of computers and internet, this literacy should be critical. Hence we have the term 'critical social media literacy' as a better match.

Even under ubiquitous surveillance capitalism, either through literacies or by other means, we should still find the ways to resist. Citizen data activism can be about surveilling the corporate surveillers themselves. Data activist citizens can feed a website with corporate surveillance practices that they find unethical. Unlike the government who justifies surveillance on the basis of security, corporations have no excuse for surveilling other than maximizing profits. Under pre-big-data capitalism, a number of initiatives were successful to protect and promote consumer rights. For citizen data activism, those websites need upgrades to surveil the surveillers.

Citizen data activism should be in close collaboration with citizen science movements which capitalize on crowdsourcing for scientific purposes. We need to develop alternatives to surveillers by collecting and interpreting our own data –to break 'the monopoly of interpretation' as stated previously.

We urge data activists and rights movements to unite their forces for mutual benefit. The search on Google Scholar for 'data activism' and 'consumer rights' bring out almost no results. Same holds for 'data activism' and 'rights movements', and for 'data activism' and 'social solidarity', while a higher number of results are listed for 'data activism' and 'human rights' although the number is far from satisfactory considering the possible links between the two. This picture clearly shows that the links mentioned here are uncharted and understudied.

To conclude, the resistance against big data, the new big brother is not in vain and neither hopeless. Instead, there are potentials not even utilized and links not considered. Through this article on data activism, our hope has been to show a way of resistance to be argued, elaborated on and ultimately evaluated in terms of its merits and demerits by the decision makers of the rights movements.

INTRODUCTION

How can citizenship education and consumer rights movements be integrated and upgraded with regard to data activism? Such a question inevitably direct us into various issues related to the notion of data. Thus, to discuss data activism, we need a brief introduction to the notion of big data. In this paper, we will go into the details of the notions of big data, digital activism, surveillance, critical citizenship education and consumer rights to come up with an integrated approach. The method endorsed in this work is critical reflection coupled with theoretical discussions supported by various research papers on the subject. The topic of this article is important as the rise of big data brings not only opportunities but also social problems. These social problems pave the way for resistance and activism.

As a first step, we try to prepare the intellectual background for our discussion of data activism.

For Lewis & Westlund (2014, p. 1):

...big data is a social, cultural, and technological phenomenon—a complex amalgamation of digital data abundance, emerging analytic techniques, mythology about data-driven insights, and growing critique about the overall consequences of big-data practices for democracy and society.

As elaborately stated by the authors (Lewis & Westlund, 2014), big data is intricately linked with democracy. This link can be traced back to the data collection and recording processes: In fact, as pointed out by Baack (2015), raw data can be better be conceived as oxymoron, since the way data are collected is also based on interpretation, a conclusion reached by Rajão & Jarke (2018) following their research on environmental data transparency about Amazon forests and deforestation. This interpretation can be emanating from human collectors or human designers who designed non-human collectors. The way they design the devices is also based on interpretation. The link between big data and democracy is also visible at the post-collection process as stated by Gurin (2015, p. 691):

The impact of data depends not only on how much data exists about a particular area, population, or individual, but how open the data is, who has access to it, and how it can be used to meet social or economic goals.

Gurin converges with Hansson, Belkacem & Ekenberg (2015, p. 11) who state that “we need a more critical discussion on who controls the data, how the data are produced, and by whom.”

In that sense, for Gurin (2015, p. 692), the notions of big data and open data are intricately linked with each other:

Big Data is most useful, and has the greatest economic and social value, when it is also Open Data. By releasing Big Data as Open Data, governments around the world can boost their countries’ economies and improve the lives of their citizens.

So this approach claims that big data are not problematic per se, their non-openness, misuses and abuses cause the real problem. There may be, the argument goes, benevolent uses of big data. Of course, ideally this could be possible; but the reality is different. For one thing, big data is not properly collected abiding to the scientific principles. It is subject to recording and measurement errors, and biases on the unintentional side, and distortions and manipulations on the intentional side. Thus, not only at post-production, but even at pre-production stage of big data generation, we need to be data-skeptic. This skepticism also questions the citizen data movement (Gabrys, Pritchard & Barratt, 2016) although not completely rejecting it, as the devices to collect data by citizens are usually designed for governmental and/or corporate interests rather than scientific purposes.

Another criticism of mainstream studies of big data is geographical and cultural: Milan & Trere (2017) question the West-centricity of Big Data discussions. Big data is usually discussed with globally Western assumptions, however majority of the world population lives in the global South where people are mostly ‘underconnected’ and ‘under-datafied’. Arora (2016) warns that with a neo-liberal outlook, big-datafication leads to marketization and consumerization of the poor in the global South. Furthermore, global North-originated big data projects applied in the global South has colonial implications which points out the need for indigenization of these projects (Arora, 2016).

Snowden Revelations and Evolution of State Surveillance

Surveillance capitalism is not without its predecessors; activists are well aware of state surveillance over anti-government and anti-capitalist movements before the advent of big data (Dencik, Hintz & Cable, 2016), however current policies differ from previous ones in a number of points: For one thing, in the past there were mainly two kinds of surveillance: Physical chase which means undercover agents following the target anti-government figures in person and technical chase which mostly corresponds to phone taps. However nowadays there is no need for physical chase, as technical chase replaced it and expanded the areas and 'opportunities' of surveillance through ubiquitous surveillance devices including CCTVs, mobile tracking, net tracking etc. In some cases, old methods are still employed together with the new methods (Dencik et al., 2016).¹ Secondly, the big brother is not watching the dissidents but everybody for a tiny probability of disobedience. The most typical example of this is practiced in China in the name of the social credit system, whereby governments and corporations rate citizen-user-consumers on the basis of their political behavior and shopping habits (see Creemers, 2018; Kotska, 2018).

In his study on how Iranian government implements digital surveillance against Iranian activists and journalists abroad, Michaelsen (2017) shows that unlike the geographical boundaries, governments are unbounded on Internet. They can interfere with anybody living out of the borders of the state. Not only Iranian government but all surveillant states are known to act transnationally. Furthermore, Snowden revelations show that the line between public and private surveillers is blurred (Zuboff, 2015). There is no secure line or channel not surveilled.

According to Pohle & Van Audenhove (2017, p. 2), Snowden revelations

...provide insights into a wide network of surveillance tools, programmes and actors covering at least three different dimensions: Firstly, they revealed the scale and extent of surveillance, meaning the massive quantity of the collected data and the vast number of people who are being systematically surveilled; secondly, they provide extensive information about the kind of data that is being intercepted and collected, ranging from metadata (i.e. who communicated with whom and when) to

the content of phone calls and emails; and thirdly, they reveal the actual practices of surveillance, i.e. the different programmes and cooperation mechanisms that allow for the vastness of surveillance in place and the integration and processing of the collected data.

It was shocking to see that heads of presidents of various countries were tapped as well (Pohle & Van Audenhove, 2017), whether this was able to be stopped is a moot question. Post-Snowden legislation, Pohle & Van Audenhove (2017) rightly claim, rather than condemning and disabling big-brother style surveillance legalized extreme forms of surveillance for state interests, a view also shared by Hintz & Dencik (2016). In that sense, Barnhizer (2013) uses the term 'post-democratic electronic state' to identify this new type of government exposed by Snowden revelations.

However, the media characterization of the surveilling state was lopsided: Hintz & Dencik (2016, p. 9) notice that "surveillance of political leaders, such as revelations regarding spying on Angela Merkel, was scandalised whereas mass surveillance of citizens was treated with significantly less urgency." This intentionally or unintentionally implies that some of the citizens including Merkel should be exempted from surveillance, but it is fine with others. In fact, this is what is meant by the notions of 'data injustice' and 'data discrimination'.

Taylor (2017, p. 1) defines 'data justice' as "fairness in the way people are made visible, represented and treated as a result of their production of digital data" and accordingly proposes the notion of data discrimination. She presents a case from India where more than a billion people are datafied for fair welfare entitlements for the poorest, but because of the way the data are collected, the target group to serve is in fact excluded.²

"(In)visibility, (dis)engagement with technology and antidiscrimination" are listed as the pillars of data justice (Taylor, 2017, p.1). However, such a conceptualization of the problem implies that some people deserve digital mistreatment, some people don't, as justice systems usually depend on punishment. That is why, a better characterization would be 'data democracy'. Thus, not only Merkel but any other citizen should have the rights and protection against unethical forms of surveillance.

Steinfeld (2017) finds that Israeli people don't consider state surveillance and corporate surveillance as a single phenomenon. They distinguish the two. Although they support state surveillance for security reasons, they are not in favor of surveillance in general. They are even less willing to be surveilled by corporations. We will talk about this in the upcoming pages.

Digital Activism and Data Activism

For activists witnessing or directly experiencing former forms of surveillance, Snowden revelations were not surprising at all (Dencik et al., 2016). It was just like a confirmation of a something well-known. That is why, according to the findings of Dencik and his colleagues (2016), the revelations were not transformative for activists. Thus anti-surveillance measures implemented by the activists were limited. According to Dencik and Cable (2017), this corresponds to the notion 'surveillance realism': People realize that surveillance is inevitable, thus they accept it as a reality. In that sense, surveillance is normalized.

George and Leidner (2018) briefly define digital activism as "the appropriation of information systems (IS) to enact political action" (p. 2300). According to them, digital activism corresponds to political uses of social media on the one hand, and hacking on the other. They further classify hacking into three: "hacktivists, civic hackers, and patriotic hackers" (p. 2301).

George and Leidner (2018) classify digital activism through a hierarchy based on effort. Clicktivism (also known as slacktivism) and registering a view are low effort activities, funding a cause and political consumerism (e.g. boycotting vs. supporting a company on a political basis) as medium effort activities, while data activism, information exposure (e.g. Wikileaks) and hacktivism are considered to be high effort activities. Low to medium effort activities require participation of a high number of people for impact and limited set of IT skills, for medium to high effort activities even a single activist such as a hacker would be sufficient, but they require an advanced set of IT skills such as ability to DDOS attack.

According to George and Leidner (2018), data activism "is triggered when closed governments refuse to share data or when open government is threatened by the removal of open data" (p. 2304); "it examines, manipulates, leverages and

takes advantage of existing data, but also resists and meddles data creation and use—and these tactics can be seen as antiprograms to pre-set hegemonic uses of data and software” (Milan, 2016, p.16).

Somewhat converging with George and Leidner (2018), Milan & Van Der Velden (2016, p. 57) identify 2 kinds of data activism which are considered to be on a continuum rather than discrete categories: Pro-active data activism (“ways of affirmative engagement with data”, “data-based advocacy”) and reactive data activism (“tactics of resistance to massive data collection”, “encryption practices”). According to Milan and Gutiérrez (2015, pp. 122-123):

Re-active data activism comprises the practices of resistance to the threats to civil and human rights that derive from corporate and government privacy intrusion. Pro-active data activism embraces those individuals and civil society organizations that take advantage of the possibility for social change and civic engagement offered by big data.

Ekbia and his colleagues (2015, p. 1540) state that “disparities between the haves and have-nots are already visible between major technology companies and their users, between government and citizens, and between large and small businesses and universities, giving rise to what can be called the ‘data divide.’” Open data activists and their activities try to break the ‘interpretative monopoly of governments’ over raw data and believe in the need to transform journalism to become a democratic intermediary between the raw data and the public by blending with citizen journalism (Baack, 2015).

From a Marxist point of view, data collection, processing and interpretation tools can be considered as the means of production by which we can take account of information inequalities. While corporate surveillance fits this idea directly, government surveillance contributes to capital accumulation indirectly. Corporate surveillance leads to more profit, while government surveillance is not for profit, but to secure the status quo that favors profit makers. That is why, the ownership of the means of production in this case (i.e. data collection, processing and interpretation tools as stated above) divide people into a tiny percentage of data elites or data patricians and data publics or data plebeians.

In this context, we can talk about data alienation which refers to the fact that we have no control of our data as we don't own data collection, processing and interpretation tools, although we are the producers of data. However, a significant difference between pre-big-data capitalism and big data capitalism would be in the fact that not only the working class but everybody produces data, including surveillers themselves. Production is deterritorialized in big data capitalism, it is not confined to factories. This one more time shows that what we term as 'data rights' is not a matter of a section of the society such as the working class only nor a group of educated people such as active internet users. It should go hand in hand with citizenship rights.

Data Activism and Critical Citizenship Education

Citizenship education offered in schools is usually from the governments' perspective. A critical sense of citizenship is rarely promoted in these official contexts. Thus, acquisition of critical citizenship consciousness is usually through peer learning at informal and non-formal settings.³ In many countries, adults and especially young adults join protests, and usually they acquire citizenship education skills and knowledge in a blended way whereby offline and online political activisms support each other. Thus ICTs usually utilized for entertainment are educationalized to serve the pedagogical interests of the citizens. They learn more on social media about citizenship education than the formal citizenship education courses.

Converging with this, Chu (2018) points out the disconnect between the official citizenship education and students' online and offline activism within the context of Hong Kong's Umbrella Movement. While the former is apolitical and bookish, the latter involves alternative accounts of political events. A similar observation is shared by Tupper (2014) in the case of activism about indigenous people's rights in Canada, where pedagogical potential of blended political campaigns are discussed. The situation is not different in Europe either according to Biesta (2009). It is observed that European formal citizenship education does not promote civic activism (Biesta, 2009). In the same vein, Ribeiro and her colleagues (2012, p. 32) conclude that

Results suggest that the vision of CE [Citizenship Education] as a priority in educational policy documents is questioned by NGOs that consider [that] schools

are too focused on formal democracy and overemphasize respect for rules, values and responsibilities, rather than promoting critical, informed and active citizens. Especially in countries with an authoritarian past, NGOs consider that models of conformism and submission are still dominant, and emphasize the role of CE in promoting a strong civil society.

On the other hand, it is noteworthy to see that unlike the common sense view, social media use does not boost political engagement, as those using social media for political purposes are the ones that are already political in their real lives (Keating & Melis, 2017). Kara's (2018, p. 172) findings are even more pessimistic: "students indicated that they do not prefer to engage in political activities online because of emotional disturbance, pressure from society, and a fear of affecting their future lives in a negative way." Nevertheless, from another research tradition, Chee, Mehrotra, & Liu (2013) and San Chee, Tan & Liu (2010) describe and discuss the uses of a computer game (Statecraft) to promote citizenship education. In other studies (e.g. Lim, 2008; Lim & Ong, 2012), other video games and 'multiuser virtual environments' are presented and discussed for the same purpose.⁴

We should reflect on informal and non-formal forms of critical citizenship education via ICTs including but not only limited to social media platforms. We propose that in order not to formalize and institutionalize citizens' actively acquired critical citizenship skills and knowledge, the disconnect between formal non-critical, official forms of citizenship education and informal, non-formal, blended and citizen-based critical citizenship education should continue. Under the funding of governments or corporations, the criticality of citizenship education will be limited. That is why, citizens should support and develop their own citizenship initiatives and resources in both online and offline settings. The citizen and consumer rights movements are the perfect matches for such an endeavor.

Data Democracy and Democratization of Data

The most typical metaphor associated with big data is Foucault's panopticon, but van der Vlist (2017) introduces Derrida's take on Plato's notion of pharmakon (φάρμακον) both as a cure (tools of resistance and hopefully emancipation) and poison (tools of exploitation). Ekbia et al. (2015, p. 1540) formulate a similar position although without mentioning the notion of pharmakon: "Digital technologies have a dual character—empowering, liberating, and transparent, yet also intrusive, constraining, and opaque."

In fact this double meaning is also reflected in the notion of 'drugs' in English language whereby both medicine and addictive chemicals are meant. Of course, this double interpretation has been very common in science, technology and society research and related areas⁵ in which a knife is said to be used for peeling fruits or stabbing, but such a characterization of big data needs further discussion, as the resistance and emancipatory side of the coin is less visible and influential compared to the exploitative side. We have the control over the knife if not in its design, while that is not the case with the big data. Even open data would be useless without democratic devices of data processing and interpretation. So maybe this analogy is not applicable for big data at all in the current course of events.

Contrary to those who assigned an emancipatory role to digital technologies, based on their case study, Treré (2016, p. 127) concludes that they are instead used "to manufacture consent, sabotage dissidence, threaten activists, and gather personal data without citizens' agreement." Thus, contrary to the initial expectations, digital technologies were quickly dominated and controlled by authoritarian governments to suppress dissent (Treré, 2017).

Gray (2015) argues that one way to democratize the so-called 'data revolution' is supporting initiatives that record certain cases that are not recorded by the authorities such as the number of refugees drown on their way to reach Europe (which corresponds to the 'Migrants Files' project) or cases of police brutality (or specifically number of deaths under custody matching the 'Counted' project). Another way, Gray (2015) argues, is by opening already collected data by the authorities to the public, in the spirit of the open data movement. A more radical approach is in favor of data leaking as it helps anti-corruption campaigns and democratization accordingly (Mattoni, 2017). Although Wikileaks is the first to come to mind, there are many other cases at national and local levels which led to resignation of incumbent politicians e.g. in Italy and Spain (Mattoni, 2017).⁶

In the case of activist uses of social media, a remarkable point is the fact that most of the Internet users voluntarily release personal information on the web. Romele et al. (2017) consider this as an act of voluntary servitude, where people are willingly enslaved. However, from a broader perspective, people are sharing these with certain expectations and/or actual returns. They are fulfilling their needs for recognition, reputation, socialization etc. Thus, activist use of social media should be able to identify

the motivations behind voluntary release of personal information and be cautious about what to share and not to share on social media. This brings up the notion of social media literacy. However, since social media literacy is not necessarily critical, as it may develop on the basis of conservative reactions to the corruption of traditional society by the influence of computers and internet, this literacy should be critical. Hence we have the term 'critical social media literacy' as a better match. On the other hand, data are categorically different than social media shares. When a user intentionally or unintentionally produce data, s/he has no expectation of return and/or actual return.

In that sense a relevant term has been proposed by Pybus, Coté and Blanke (2015, p. 4):

Data literacy can act as an extension and updating of traditional discourses around media literacy by refocusing our attention to the material conditions that surround a user's data within highly proprietary digitised environments. Given the growing imbalance between those who produce data and those who produce value from that data, there is a need to open up new forms of digital literacies, such as privacy literacies, information literacies, code literacies, algorithmic literacies, database literacies and so forth.

Gray, Gerlitz and Bounegru (2018, p. 1) propose a more refined, complementary term:

We argue for an expansion of the concept to include not just competencies in reading and working with datasets but also the ability to account for, intervene around and participate in the wider socio-technical infrastructures through which data is created, stored and analysed – which we call “data infrastructure literacy.”

Even under ubiquitous surveillance capitalism, either through literacies or by other means, we should still find the ways to resist. Hintz and Dencik (2016, p. 8) point out that

Technology activists have developed anonymisation tools such as the Tor browser, advanced the incorporation of strong encryption in email and other online data exchanges, offered self-organised and privacy-enhanced internet services such as riseup.net, and experimented with various methods of obfuscation in digital environments.

With the same idea in mind, Hogan and Shepherd (2015) recommend two solutions against this big data capitalism: The first is the local storage of data, while

the second is the consideration of offline modalities. Hogan and Shepherd (2015) remind us that Brazilian proposal to Google, Facebook and others to store the data on servers within Brazil was a viable option. However, local servers can also be surveilled (Hogan & Shepherd, 2015). Thus, so far, no technical panacea is proposed against surveillance.

Nevertheless, data resistance and activism are not in vain. As Steinfeld (2017)'s research shows, corporate surveillance is an easier target. So we can start a citizen data activism movement against this kind of surveillance. Citizen data activism can be about surveilling the corporate surveillers themselves. Data activist citizens can feed a website with corporate surveillance practices that they find unethical. Such cases can be collected to organize campaigns and especially boycott the surveillers which corresponds to George and Leidner (2018)'s mid-level data activism on the basis of activists' effort, as explained previously. Unlike the government who justifies surveillance on the basis of security, corporations have no excuse for surveilling other than maximizing profits. Under pre-big-data capitalism, a number of initiatives were successful to protect and promote consumer rights. An example is Consumer Reports organization.⁷ For citizen data activism, those websites need upgrades to surveil the surveillers.

Citizen data activism should be in close collaboration with citizen science movements which capitalize on crowdsourcing for scientific purposes. An example for citizen science is Zooniverse⁸ which was originally established to crowdsource scanning of nearly a million telescopic images in search for galaxies, stars, planets, satellites etc. We need to develop alternatives to surveillers by collecting and interpreting our own data –to break 'the monopoly of interpretation' as stated previously.

DISCUSSION AND CONCLUSION

In this article, we presented some of the prominent research works on big data, surveillance and data activism. We hope and expect that data activism would be popularized to be a default item of every citizens' informational toolbox. This situation is analogous with the advent of Internet. In 1990s, Internet had been considered to be a technical matter closed to 'uneducated' public. Initially it had seemed that only those with high level of technical skills could use it. However, by the 21st century the situation is different, with Internet popularized to become simpler than initially

expected. However this analogy is contingent: A major factor behind popularization of Internet was the invention and marketization of user-friendly designs. Likewise, rights movements including both citizens' and consumers' should collaborate with data activists to develop activist-friendly designs. With such a collaboration, popularization and especially crowdsourcing, data activism will be stronger than ever. Although there is no perfect cure for surveillance and other malpractices of the so-called 'post-democratic electronic state', such an integration between rights movements and data activism will definitely contribute to democratization of data, and the ultimate goal of data democracy. An alternative to this proposal would be the development of a data rights movement inspired by the Pirates Party. However, a rights movement only focusing on data has low chances of success. Again and again, data activism needs to be integrated with other forms of activism.

Thus, we urge data activists and rights movements to unite their forces for mutual benefit. The search on Google Scholar for 'data activism' and 'consumer rights' bring out almost no results. Same holds for 'data activism' and 'rights movements', and for 'data activism' and 'social solidarity', while a higher number of results are listed for 'data activism' and 'human rights' although the number is far from satisfactory considering the possible links between the two. One can review just a few publications (e.g. Milan, 2016; Milan & Gutiérrez, 2015; Milan, & Van Der Velden, 2016) for a generic, introductory discussion of the matter; but we need more detailed and comprehensive reflections on these links. This picture clearly shows that the links mentioned here are uncharted and understudied.

Before concluding our discussion we should also keep mind that research on data activism is mostly on the Global West and the Global North. To balance and extend the arguments, the upcoming work from other regions of the world will be vital (e.g. Arora, 2019; Chenou & Cepeda-Másmela, 2019; Meng et al., 2019; Milan & Treré, 2019; Segura & Waisbord, 2019).

To conclude, the resistance against big data, the new big brother is not in vain and neither hopeless. Instead, there are potentials not even utilized and links not considered. Through this article on data activism, our hope has been to show a way of resistance to be argued, elaborated on and ultimately evaluated in terms of its merits and demerits by the decision makers of the rights movements.

ENDNOTES

1. In this context, we also need to talk about the notion of dataveillance. Degli Esposti (2014) defines dataveillance as “the systematic monitoring of people or groups, by means of personal data systems in order to regulate or govern their behavior” (p. 209). However, we prefer not to use this term in this article: That is because we think that the use of this term just lightens the onus of the surveilling governments and corporations. The term helps them to look like more innocent: Rather than watching the citizens, they are wrongly claimed to watch the data only, which can be considered as a minor problem. However, they track data to collect information about the citizens. So the data is not the end point for surveiller, they are proxies. In that sense, they are not really watching the data; instead they watch citizens via data.
2. However, we need to be careful about orientaling poverty, in other words studying poverty as a non-Western problem. Madden et al. (2017), based on a survey study describe various ways through which American poor are digitally discriminated.
3. For the distinction among formal, informal and non-formal types of education see Colardyn & Bjornavold, 2004; Eraut, 2000; Greenhow & Lewin, 2016.
4. However, let us note that a video game study funded by the government will be categorically different in its content of citizenship education, usually lacking comprehensive critical skills.
5. E.g. De Ville, 2010; Kern, 2014; and McCaffrey, 2016.
6. In fact, this form of data activism is not without precedents: E.g. even on an early year such as 1997, a high school principal had to resign due to a computer-savvy student who remotely hacked the principal's computer to expose corruption. Earlier forms of non-activist hacker activity can be noted as well, but politically or socially motivated hacking (i.e. hacktivism) had emerged at a later date (cf. Goode, 2015; Jordan, 2007; Morva, 2013; Polat, Bakıroğlu & Sayın, 2013).
7. <https://www.consumerreports.org/cro/about-us/what-we-do/index.htm>
8. For more details see Bonney et al., 2014; Cox et al., 2015; Newman et al., 2012.

REFERENCES

- Arora, P. (2019). Decolonizing privacy studies. *Television & New Media*, 20(4), 366-378.
- Arora, P. (2016). Bottom of the data pyramid: Big data and the global south. *International Journal of Communication*, 10, 1681-1699.
- Baack, S. (2015). Datafication and empowerment: How the open data movement re-articulates notions of democracy, participation, and journalism. *Big Data & Society*, 2(2), 1-11. <http://dx.doi.org/10.1177/2053951715594634>
- Barnhizer, D. (2013). Through a prism darkly: Surveillance and speech suppression in the 'post-democracy electronic state'. Retrieved from <http://docshare01.docshare.tips/files/17756/177568199.pdf>
- Biesta, G. (2009). What kind of citizenship for European higher education? Beyond the competent active citizen. *European Educational Research Journal*, 8(2), 146-158.
- Bonney, R., Shirk, J. L., Phillips, T. B., Wiggins, A., Ballard, H. L., Miller-Rushing, A. J., & Parrish, J. K. (2014). Next steps for citizen science. *Science*, 343(6178), 1436-1437.
- Chee, Y. S., Mehrotra, S., & Liu, Q. (2013). Effective game based citizenship education in the age of new media. *Electronic Journal of e-Learning*, 11(1), 16-28.
- Chenou, J. M., & Cepeda-Másmela, C. (2019). # NiUnaMenos: Data Activism From the Global South. *Television & New Media*, 20(4), 396-411. <http://dx.doi.org/10.1177/1527476419828995>
- Chu, D. S. (2018). Media Use and Protest Mobilization: A Case Study of Umbrella Movement Within Hong Kong Schools. *Social Media+Society*, 4(1), 1-11.
- Colardyn, D., & Bjornavold, J. (2004). Validation of Formal, Non-Formal and Informal Learning: policy and practices in EU Member States 1. *European Journal of Education*, 39(1), 69-89.
- Cox, J., Oh, E. Y., Simmons, B., Lintott, C., Masters, K., Greenhill, A., Graham, G. & Holmes, K. (2015). Defining and measuring success in online citizen science: A case study of Zooniverse projects. *Computing in Science & Engineering*, 17(4), 28-41.
- Creemers, R. (2018). China's Social Credit System: An evolving practice of control. Retrieved from http://www.iberchina.org/files/2018/social_credit_china.pdf
- De Ville, J. (2010). Revisiting Plato's Pharmacy. *International Journal for the Semiotics of Law-Revue Internationale de Sémiotique Juridique*, 23(3), 315-338.
- Degli Esposti, S. (2014). When big data meets dataveillance: The hidden side of analytics. *Surveillance & Society*, 12(2), 209.
- Dencik, L., & Cable, J. (2017). The advent of surveillance realism: Public opinion and activist responses to the Snowden leaks. *International Journal of Communication*, 11, 763-781.
- Dencik, L., Hintz, A., & Cable, J. (2016). Towards data justice? The ambiguity of anti-surveillance resistance in political activism. *Big Data & Society*, 3(2), 1-12. <https://dx.doi.org/10.1177/2053951716679678>

- Ekbia, H., Mattioli, M., Kouper, I., Arave, G., Ghazinejad, A., Bowman, T., ... & Sugimoto, C. R. (2015). Big data, bigger dilemmas: A critical review. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(8), 1523-1545.
- Eraut, M. (2000). Non-formal learning and tacit knowledge in professional work. *British Journal of Educational Psychology*, 70(1), 113-136.
- Gabrys, J., Pritchard, H., & Barratt, B. (2016). Just good enough data: Figuring data citizenships through air pollution sensing and data stories. *Big Data & Society*, 3(2), 1-14. <https://dx.doi.org/10.1177/2053951716679677>
- George, J., & Leidner, D. (2018). Digital Activism: a Hierarchy of Political Commitment. Retrieved from <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/50176/1/paper0289.pdf>
- Goode, L. (2015). Anonymous and the political ethos of hacktivism. *Popular Communication*, 13(1), 74-86.
- Gray, J. (2015). Democratising the Data Revolution: A Discussion Paper. Retrieved from <https://assets.okfn.org/files/reports/DemocratisingDataRevolution.pdf>
- Gray, J., Gerlitz, C., & Bounegru, L. (2018). Data infrastructure literacy. *Big Data & Society*, 5(2), 1-13. <https://dx.doi.org/10.1177/2053951718786316>
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). Social media and education: reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. *Learning, Media and Technology*, 41(1), 6-30.
- Gurin, J. (2014). Big Data and Open Data: How Open Will the Future Be. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 10(3), 691-704.
- Hansson, K., Belkacem, K., & Ekenberg, L. (2015). Open government and democracy: A research review. *Social Science Computer Review*, 33(5), 540-555.
- Hintz, A., & Dencik, L. (2016). The politics of surveillance policy: UK regulatory dynamics after Snowden. *Internet Policy Review*, 5(3), 1-16.
- Hogan, M., & Shepherd, T. (2015). Information ownership and materiality in an age of big data surveillance. *Journal of Information Policy*, 5, 6-31.
- Jordan, T. (2007). Online direct action: Hacktivism and radical democracy. In *Radical democracy and the internet* (pp. 73-88). Palgrave Macmillan, London.
- Kara, N. (2018). Understanding University Students' Thoughts and Practices about Digital Citizenship: A Mixed Methods Study. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 172-185.
- Keating, A., & Melis, G. (2017). Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth?. *The British Journal of Politics and International Relations*, 19(4), 877-894.
- Kern, R. (2014). Technology as Pharmakon: The promise and perils of the internet for foreign language education. *The Modern Language Journal*, 98(1), 340-357.
- Kotska, G. (2018). China's social credit systems and public opinion: Explaining high levels of approval. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Genia_Kostka
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital Journalism*, 3(3), 447-466.

- Lim, C. P. (2008). Global citizenship education, school curriculum and games: Learning Mathematics, English and Science as a global citizen. *Computers & Education*, 51(3), 1073-1093.
- Lim, K. Y., & Ong, M. Y. (2012). The Rise of Li'Ttledot: A study of citizenship education through game-based learning. *Australasian Journal of Educational Technology*, 28(8), 1420-1432.
- Madden, M., Gilman, M., Levy, K., & Marwick, A. (2017). Privacy, poverty, and Big Data: A matrix of vulnerabilities for poor Americans. *Washington University Law Review*, 95(1), 53-125.
- Mattoni, A. (2018). From data extraction to data leaking. Data-activism in Italian and Spanish anti-corruption campaigns. *Partecipazione e Conflitto*, 10(3), 723-746.
- McCaffrey, G. (2016). Compassion, Necessity, and the Pharmakon of the Health Humanities. *Journal of Applied Hermeneutics*. Retrieved from <https://journalhosting.ucalgary.ca/index.php/jah/index>
- Meng, A., DiSalvo, C., Tsui, L., & Best, M. (2019). The social impact of open government data in Hong Kong: Umbrella Movement protests and adversarial politics. *The Information Society*, 35(4), 216-228. <https://dx.doi.org/10.1080/01972243.2019.1613464>
- Michaelsen, M. (2017). Far Away, So Close: Transnational Activism, Digital Surveillance and Authoritarian Control in Iran. *Surveillance & Society*, 15(3/4), 465-470.
- Milan, S. (2016). Data activism as the new frontier of media activism. Retrieved from <http://www.academia.edu/download/40974104/media-activism-chapter-v2-SENT.pdf>
- Milan, S., & Gutiérrez, M. (2015). Citizens' media meets big data: The emergence of data activism. *Mediaciones*, 11(14), 120-133.
- Milan, S., & Treré, E. (2019). Big Data from the south (s): Beyond data universalism. *Television & New Media*, 20(4), 319-335.
- Milan, S., & Trere, E. (2017). Big Data from the South: The Beginning of a Conversation We Must Have. Retrieved from <http://www.academia.edu/download/54804190/BigDatafromtheSouth-SSRN.pdf>
- Milan, S., & Van Der Velden, L. (2016). The alternative epistemologies of data activism. *Digital Culture & Society*, 2(2), 57-74.
- Morva, O. (2013). An alternative way of political criticism: the Redhack team as a case study for hacktivism. In *Breaking the media value chain. VII International Conference on Communication and Reality* (pp. 477-484). Facultat de Comunicació Blanquerna.
- Newman, G., Wiggins, A., Crall, A., Graham, E., Newman, S., & Crowston, K. (2012). The future of citizen science: emerging technologies and shifting paradigms. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 10(6), 298-304.
- Pohle, J., & Van Audenhove, L. (2017). Post-Snowden internet policy: between public outrage, resistance and policy change. *Media and Communication*, 5(1), 1-6.
- Polat, B., Bakıroğlu, C. T., & Sayın, M. E. D. (2013). Hactivism in Turkey: the case of Redhack. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(9), 628-636.
- Pybus, J., Coté, M., & Blanke, T. (2015). Hacking the social life of Big Data. *Big Data & Society*, 2(2), 1-10. <https://dx.doi.org/10.1177/2053951715616649>

- Rajão, R., & Jarke, J. (2018). The materiality of data transparency and the (re) configuration of environmental activism in the Brazilian Amazon. *Social Movement Studies*, 17(3), 318-332.
- Ribeiro, A. B., Rodrigues, M., Caetano, A., Pais, S., & Menezes, I. (2012). Promoting "Active Citizens"? The Critical Vision of NGOs over Citizenship Education as an Educational Priority across Europe. *International Journal of Progressive Education*, 8(3), 32-47.
- Romele, A., Gallino, F., Emmenegger, C., & Gorgone, D. (2017). Panopticism is not Enough: Social Media as Technologies of Voluntary Servitude. *Surveillance and Society*, 15(2), 204-221.
- San Chee, Y., Tan, E. M., & Liu, Q. (2010, April). Statecraft X: Enacting citizenship education using a mobile learning game played on Apple iPhones. In *Wireless, Mobile and Ubiquitous Technologies in Education (WMUTE), 2010 6th IEEE International Conference on* (pp. 222-224). IEEE.
- Segura, M. S., & Waisbord, S. (2019). Between Data Capitalism and Data Citizenship. *Television & New Media*, 20(4), 412-419. <https://dx.doi.org/10.1177/1527476419834519>
- Steinfeld, N. (2017). Track me, track me not: Support and consent to state and private sector surveillance. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1663-1672.
- Taylor, L. (2017). What is data justice? The case for connecting digital rights and freedoms globally. *Big Data & Society*, 4(2), 1-14. <https://dx.doi.org/10.1177/2053951717736335>
- Treré, E. (2017). Distorsiones tecnopolíticas: represión y resistencia algorítmica del activismo ciudadano en la era del big data. *Trípodos*, 39, 35-51.
- Treré, E. (2016). The dark side of digital politics: Understanding the algorithmic manufacturing of consent and the hindering of online dissidence. *IDS Bulletin*, 47(1), 127-138.
- Tupper, J. (2014). Social Media and the Idle No More Movement: Citizenship, Activism and Dissent in Canada. *Journal of Social Science Education*, 13(4), 87-94.
- van der Vlist, F. N. (2017). Counter-Mapping Surveillance: A Critical Cartography of Mass Surveillance Technology After Snowden. *Surveillance & Society*, 15(1), 137-157.
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89.



Dijital Aktivizmde Ünlüler: Ahbap Platformu Üzerine Bir Değerlendirme

Celebrities in Digital Activism: An Evaluation of 'Ahbap Platformu'

Ebru GÖKALİLER¹, Ezgi SAATCIOĞLU²



¹Assoc. Prof. Dr, Yaşar University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, İzmir, Turkey
²PhD., Yaşar University, Graduate School of Social Sciences, İzmir, Turkey

ORCID: E.G. 0000-0002-4134-8447;
E. S. 0000-0003-3108-0579

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Ebru Gökalliler,
Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, İzmir
E-posta/E-mail: ebru.gokaliler@yasar.edu.tr

Geliş tarihi/Received: 07.01.2019

Revizyon talebi/Revision Requested:
11.02.2019

Son revizyon teslimi/Last revision received: 24.05.2019

Kabul tarihi/Accepted: 27.05.2019

Atıf/Citation: Gokaliler, E., & Saatcioglu, E. (2019). Dijital aktivizmde ünlüler: ahbap platformu üzerine bir değerlendirme. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 56, 87-117. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0003>

ÖZ

Ünlüler, aktivist bir amaçla eşleştirilerek sahip oldukları geniş kitlelere seslenme gücüyle toplumda farkındalık yaratma, harekete geçirme sağlayarak aktivist bir kimlik edinebilmektedir. Bu betimleyici çalışma; ünlülerin, aktivist kimliklerini sosyal medya hesaplarına yansıtarak geniş kitlelere ulaşabildikleri temeline dayanmaktadır. Çalışmanın amacı; ünlülerin aktivist çalışmalarını, aktivist kimliklerini kendi sosyal medya hesaplarına yansıtma ve oluşturulan özel platformları incelemektir. Araştırmada, aktivist bir sanatçı olarak değerlendirilen Haluk Levent'in resmi Twitter hesabı ve Ahbap Platformu ekseninde amaçsal örneklem yöntemiyle incelenmektedir. Örneklemin seçiminde Haluk Levent'in yardımsever ünlü kimliğiyle giderek artan popülerliğine bağlı olarak Twitter'da artan erişim kitlesi etkili olmuştur. İçerik analizi tekniğinden yararlanılan analiz, 15.10.2018-15.12.2018 olarak sınırlandırılmıştır. Araştırma sonucunda Haluk Levent'in resmi Twitter hesabında yer alan tweetlerin büyük oranda kendi hesabından gönderildiği; retweetlerin çoğunluğunun Ahbap Platformu'ndan olduğu görülmektedir. Bu bağlamda dernek gönüllülerinin çalışmalarını öne çıkardığı ve ünlü kimliğiyle dernek çalışmalarını eşleştirmeye çalıştığı söylenebilmektedir. Twitter gönderilerinde yüksek oranda görsellerden yararlanılmaktadır. Farklı toplumsal konulardaki paylaşımlar arasında en yüksek oranda gönderinin 'Sağlık' konusunda olduğu görülmektedir. Gönderilerdeki metin tonunusa hem aktivizme yönelik hem de aktivizm dışı içeriklerde çoğunlukla samimidir. Ünlü aktivizmi modeline göre Twitter'da 'Sözcü' kategorisinde ünlü aktivizmi gerçekleştirdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital aktivizm, ünlü aktivizmi, sosyal medya aktivizmi, sosyal medyada ünlü aktivizmi, Twitter

ABSTRACT

With the power to speak to a wide audience celebrities can create an awareness in society and mobilization can be ensured by transferring meaning between celebrity identity and an activist purpose. This study is based on the fact that celebrities' ability to access a wide audience by channeling their activist identity through their social media accounts. This study aims to examine how celebrities reflect their activist efforts and identities in their social media accounts. Haluk Levent's official Twitter account, who's been considered as an activist celebrity, is examined using the purposive sampling. This sample was chosen because of his popularity due to celebrity activism, and his

growing ability to reach more people. The content analysis technique was used. The analysis was limited to the period between 15.10.2018-15.12.2018. As a result of the study, the majority of the retweets belong to the 'Ahbap Platformu'. In this context, he highlights the work of volunteers, associating his personal brand and the organization. He has tweeted about various social issues, notably 'Health'. The tone of the text appears to be mostly warm in both the activist and non-activist content. According to the celebrity activism model, his Twitter activism can be categorized as 'Spokesperson'.

Keywords: Digital activism, celebrity activism, social media activism, celebrity activism on social media, Twitter

EXTENDED ABSTRACT

Cammaerts (2007, p. 217) defines activism as the ability to create or change history. Digital technologies help to create a new channel for activism. Internet activism or rather, social media activism, is a sub-type of digital activism. According to the literature there are certain types of digital activism such as slacktivism, clicktivism, and hacktivism. Considine (2003, p. 134) refers to two types of digital activism strategies. The first one supports real life activism via digital content, and the second one is content created by activists just for the digital media and the Internet. Celebrities have been important figures in activism for a long time. Celebrity activism can be seen as the celebrity endorsement strategy of non-governmental organisations. Celebrities can be helpful for different issues such as raising awareness, fundraising, etc. However, if the celebrity activism and the celebrity involved in the cause are not sincere then this strategy does not work well. Celebrity activism is associated with role modeling, and McCracken's meaning transfer model. According to McCracken's (1989) meaning transfer model, consumers have certain perceptions of celebrities and those perceptions are transferred to the brand through celebrity endorsement. This also works for non-governmental organisations and social causes. Huddart (2005) developed a model for celebrity and civil society engagement. According to his model there are 4 types of celebrities in activism, namely; Patron, Spokesperson, Ambassador/Author, and Visionary Leader. Digital technologies are now serving as a new tool for activism. They are also serving as a new tool for celebrity

activism. Being a celebrity can only be possible through constant interaction with the public, and social media provides a good channel for interaction. Celebrities can join activist movements via their social media accounts by tweeting, using hashtags, etc. or they can start their own. Moreover, celebrities have a chance to reach a wider audience on their social media accounts.

This study aims to examine celebrities' reflections of their activist efforts and their activist celebrity identities on their social media accounts. In line with this objective, Haluk Levent's (a Turkish singer) official Twitter account was examined using purposive sampling. There are multiple reasons for this choice of celebrity. First of all, Haluk Levent's popularity has increased through his celebrity activist image. Secondly, it is seen that his number of Twitter followers is increasing steadily. This can be interpreted as his growing ability to reach more people, and to be reached by more people. The analysis was conducted using the content analysis technique. The analysis was limited to the period between October 15, 2018 and December 15, 2018. In total, 513 posts were examined.

As a result of the study, it was determined that the majority of the posts belonged to the official Twitter account and 8.1% of the posts were retweets. The majority of the retweets belonged to the non-governmental organization established by Haluk Levent. This can be interpreted as his efforts to focus attention on his organization and the efforts of volunteers. The majority of the tweets had visual content. Visuals are considered as helpful tools to attract followers' attention. The majority of the tweets were related to 'Health' issues, followed by 'Donations and Scholarships'. When the text tone was examined it was seen that a warm tone was used in both activist content and non-activist content. This can be interpreted as him attempting to establish intimacy with his followers and to encourage them to work cooperatively. Finally, according to the celebrity activism model and his Twitter usage, he can be categorized as a 'Spokesperson'.

As a result, it can be said that the findings of the content analysis are consistent with the literature. First of all, he is known as a person who supports social aid on social media, and this is supported by his tweets. In the literature it is said that being a celebrity relies on the interaction and intimacy between the celebrity persona and the audience. This also applies to celebrity activism. His Twitter usage shows just such an example of establishing intimacy between the celebrity, audience, and activism.

GİRİŞ

Aktivizm temelde bireylerin veya çeşitli kuruluşların toplumsal sorunlara eğilmelerini ve çözüm arayışlarını ifade etmektedir. Dijital teknolojilerin giderek yaygınlaşması ile aktivizm, dijital ortama da taşınmaktadır. Dijital medya aktivizminin bir alt türü olan sosyal medya veya internet aktivizmi, her bireye aktivist olma fırsatı sunmaktadır. İmza kampanyalarına katılmak, başışta bulunmak, çeşitli platformlar üzerinden beğeni, yorum veya paylaşımlarda bulunmak sosyal medya temelinde dijital aktivizm çerçevesinde değerlendirilmektedir. Özellikle Twitter, aktivist çalışmalar için değerlendirilen bir sosyal medya platformudur. Platformda 'hashtag'ler aracılığıyla dahi gündem oluşturulabilmekte, yardıma ihtiyaç duyanların sesleri duyurulabilmekte ve birtakım yardım faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir. Bu faaliyetlerin fiziksel ortama taşınmaması halinde 'tembel eylemcilik', 'tıklama eylemciliği' olarak da ifade edilmektedir. Bununla birlikte sosyal medyada bir araya gelen grupların gerçek yaşamda da bir araya gelerek aktivist etkinlikler gerçekleştirdikleri görülmektedir. Dijital aktivizm; bireyler veya sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Kimi örnekler de ise ünlülerin de dijital aktivist hareketlere katıldıkları veya bu hareketleri düzenleyenler oldukları görülmektedir.

Ünlü aktivizmi kavramı; ünlülerin, toplumsal amaçlar için çalışmalarını ifade etmektedir. Geleneksel anlamda ünlü aktivizmde ünlüler, çeşitli toplumsal amaçların veya kuruluşların sözcüsü haline gelebilmektedirler. Ünlüler, kar amaçlı kuruluşların sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamındaki kampanyaların parçası olabilecekleri gibi sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirdikleri kampanyaların da parçası olabilmektedirler. Bu faaliyetlerin yanı sıra ünlüler, bireysel olarak da toplumsal amaçlar için çalışabilmektedirler. Ünlü aktivizmde önemli noktalar ise ünlünün güvenilirliği ve ilgili toplumsal amaçla uyumlu olmasıdır. Böylelikle ünlü ile toplumsal amaç arasında kurulan anlam aktarımı ile toplumun ilgili toplumsal amaca yönelik farkındalıkları ve verdikleri önem arttırılabilmektedir. Ünlülerin sahip oldukları hayran kitleleri de aktivist faaliyetler açısından önem taşımaktadır. Çünkü hali hazırda ünlünün hayranı olan kişiler, ünlünün savunduğu toplumsal amaçların savunucusu haline gelebilmektedirler. Öte yandan bir ünlünün savunucusu olduğu toplumsal amaçlar da onun ününe ve ünlü kimliğine katkı sağlayabilmektedir.

Aktivizmin dijitale taşınmasının ünlü aktivizmi açısından da geçerli olduğu görülebilmektedir. Bu bağlamda ünlüler, Twitter başta olmak üzere sosyal medya hesaplarında gerçekleştirdikleri paylaşımlar aktivist faaliyetler gerçekleştirebilmektedirler. Geniş kitlelere ulaşabilen ünlüler bu bağlamda farkındalık yaratabilmekte, yardım kampanyaları düzenleyebilmektedirler. Bu faaliyetler, belirli bir olay üstüne gerçekleştirilebildiği gibi uzun döneme yayılarak belirli bir ünlünün kimliğinin parçası haline de gelebilmektedir. Bu bağlamda ünlülerin sosyal medyada sahip oldukları aktivist potansiyelden yola çıkılarak bu çalışmada aktivist ünlülerin, gerçekleştirdikleri faaliyetleri kendi sosyal medya hesaplarına nasıl yansıttıklarının incelenmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda örnek olay incelemesi kapsamında Haluk Levent'e ait resmi Twitter hesabı ele alınmaktadır. Haluk Levent, aktivist bir ünlü olarak gerçekleştirdiği yardım faaliyetleri ile hem geleneksel medyada hem de sosyal medyada sıklıkla yer almaktadır. Ayrıca kurmuş olduğu dernekte de gönüllüler aracılığıyla pek çok faaliyet gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda Haluk Levent'in aktivist sanatçı kimliğinin kendi Twitter hesabına yansıyor yansımadiği, yansıyor sa ne şekilde gerçekleştirdiği irdelenmektedir. Araştırmada, içerik analizi tekniğinden yararlanılmıştır. 15 Ekim 2018 – 15 Aralık 2018 tarihleri arasında Haluk Levent'in resmi Twitter hesabında paylaşılan gönderilerin içerik analizleri gerçekleştirilmiştir. Gönderilerin; tweet, retweet, yorum, beğeni dağılımları ile gönderilerin konulara göre dağılımları incelenmiştir. Gönderilerin metin tonu incelenmiş son olarak ise gönderiler, ünlüler ve sivil toplum etkileşimi modelin çerçevesinde analiz edilmiştir.

Dijital Aktivizm

Oxford İngilizce Sözlüğü'ne göre aktivizm; siyasi veya sosyal değişim yaratmak üzere gerçekleştirilen etkinlikler veya benimsenen politikalar olarak tanımlanmaktadır ("Activism", n.d.). Bir diğer tanımda ise aktivizm; tarih yaratma veya değiştirme yeteneği olarak yer almaktadır (Cammaerts, 2007, p. 217). Dijital teknolojilerin ve bu bağlamda sosyal medyanın sağladığı iletişim ve koordinasyon olanakları onu aktivizm için önemli hale getirmektedir (Denning, 2001, p. 242). Aktivizm çerçevesinde dijital teknolojilerden yararlanılması, dijital aktivizm olarak adlandırılmaktadır (Sivitanides & Shah, 2011, p. 2). Dijital aktivizm, bireylerin çeşitli siyasi ve toplumsal konulardaki görüşlerini dijital ortama taşıyarak eylemleştirmelerini ifade etmektedir. Dijital aktivizmde, dijital teknolojiler, özellikle de internet teknolojisi önem taşımakta olup bu bağlamda geniş kitlelere hızlı bir biçimde ulaşılabilir (Yegen, 2014a, p. 89).

İnternet aktivizmi bir diğer deyişle sosyal medya aktivizmi, dijital aktivizmin bir türü olarak ele alınmaktadır (Van Laer & Van Aelst, 2010, p. 1148). Literatürde ayrıca dijital aktivizmle ilişkili olan slaktivizm, kliktivizm, hacktivizm kavramları da yer almaktadır. Hem kliktivizm yani tıklama aktivizmi hem de slaktivizm yani tembel aktivizm; aktivist hareketlere fiziksel olarak değil, dijital teknolojiler ve sosyal medya aracılığıyla katılmayı ifade etmektedir (Yılmaz, Dündar & Oskay, 2015, p. 491; Rotman et al. 2011). Bununla birlikte kliktivizm ve slaktivizm arasında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Kliktivizm, yönetsel bir nitelik taşımaktadır. Kliktivistler, kampanyaları başlatarak kitleleri biraraya getirmektedir. Slaktivizm ise kampanyalara sosyal medya üzerinden destek vermeyi ifade etmektedir (Yegen, 2014b, p. 122). Bu bağlamda kliktivistler; kampanyaları oluşturan, yöneten ve sürdürenlerken slaktivistler ise kampanyalara sosyal medya üzerinden destek verenlerdir. Hackleme ve aktivizm kavramlarının birleşimiyle meydana gelen hacktivizm ise çoğunlukla yasal olmayan ve izinsiz bir biçimde bilgisayar sistemlerine sızmayı ifade etmektedir (Denning, 2001, p. 263).

Dijital aktivizmin doğrudan ve dolaylı olmak üzere birtakım araçları bulunmaktadır. Dijital aktivizmin doğrudan araçları arasında internet siteleri, hacktivizm, zincir e-postalar yer alırken dolaylı araçları arasında ise sosyal medya platformları ve çevrimiçi imza kampanyaları yer almaktadır (Yılmaz et al., 2015, pp. 488-490). Considine (2003, p. 134) dijital aktivizmin ve internet aktivizminin stratejilerini iki temel kategoride ele almaktadır. Bu stratejilerden ilki; gerçek yaşamdaki aktivitelerin, internetteki aktiviteler tarafından desteklenmesidir. Bu stratejiye göre sosyal medya platformları ve içerikler, gerçek yaşamdaki etkinliklerin düzenlenmesinde yani duyuru, bilgilendirme, organizasyon amacıyla kullanılmaktadır. İkinci strateji ise aktivist grubun kendi adına oluşturduğu içerik bağlamında internet aktivitesi olmaktadır. Bu stratejide, tüm etkinlik internet üzerinde gerçekleşmektedir. Bu duruma örnek olarak çeşitli viral kampanyalar ve hacktivizm verilebilmektedir. Denning (2001, pp. 243-263) ise dijital medyayı aktivizm çerçevesinde değerlendiren 5 yöntem bulunduğunu ifade ederek bu yöntemleri; koleksiyon, yayım, diyalog, eylemin koordinasyonu, lobicilik olarak sıralamaktadır (Kvansny, Payton & Hales, 2010, pp. 21-22):

Koleksiyon: İnternet, devasa bir dijital kütüphane olarak ele alınmaktadır. Bu kütüphanede gerçek enformasyonun depolanmasının yanı sıra üye kazanma, bağış toplama, organizasyon gibi pek çok etkinliğin gerçekleştirilmesine yarayan bir rehber olarak da hizmet sunmaktadır.

Yayım: İnternet, bireylerin ve toplulukların enformasyon yayımlamalarına ve yaymalarına yardımcı olmaktadır. E-posta gönderimlerinden, haber grupları veya mesaj panolarına yapılan gönderilerden, bloglar veya internet sitelerinde üretilen içeriklerden yararlanılarak bireyler bir araya toplanabilmekte, potansiyel destekçilerle enformasyon paylaşılabilir. Bu noktada dijital medyanın, geleneksel medyadan daha düşük maliyetli olması da önem taşımaktadır.

Diyalog: İnternet, ilgilenilen konuya ilişkin kamusal düzeyde veya özel düzeyde diyaloglar için sosyal bir mekan olarak değerlendirilmektedir. E-posta ve haber grupları, forumlar gibi çeşitli yollarla sağlanabilmektedir.

Eylemin Koordinasyonu: Gerçekleştirilecek etkinliklere ilişkin paylaşımların yapıldığı, karar alma sürecinin gerçekleştirildiği bir araç olarak dijital platformlardan yararlanılmasıyla dünya çapında koordinasyon sağlanmaktadır.

Lobicilik: Otorite sahiplerine ulaşabilmek ve onları etkileyebilmek amacıyla e-posta protestoları, imza kampanyaları düzenlenebilmektedir.

Dijital araçların özellikle de sosyal medyanın aktivist amaçlarla kullanılmasında içsel ve dışsal roller bulunmaktadır. İçsel roller; aynı amaçlara sahip bireylerin kendi içlerinde gerçekleştirdikleri tartışmalar ve karar alma sürecinden oluşurken dışsal roller; harekete geçme, insanları bir araya getirme, iletişim kanalları oluşturma şeklindedir. Dijital teknolojiler, bu rollerin gerçekleştirilmesinde zaman ve mekan bağımlılığını ortadan kaldırmaktadır (Cammaerts, 2015, p. 1029).

Ünlü Aktivizmi ve Sosyal Medyada Ünlü Aktivizmi

Ün ve ünlü kavramları kültürel birer yapıdır (Marwick & Boyd, 2011, p. 140). Ünlü kavramı, Turner (2013, p. 23) tarafından bir sektörün kontrolü altındaki medya süreci olarak tanımlamakta olup ünlünün, izleyiciler veya hayranlar tarafından tüketilen bir ürün olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda Turner, ünlü kavramına yönelik 3 tanımlamaya dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki; insanların sunulma ve konuşulma biçimiyken ikincisi ise bir kişinin metaya dönüşümü olmaktadır. Bir diğer tanımlamaya göre ise ünlü, sürekli olarak değişen bir kültür ürünü olarak ifade edilmektedir (Marwick & Body, 2011, p. 140). Günümüzde ünlü olmak, farklı biçimlerde ve derecelerde gerçekleşmektedir. Kimi ünlüler medyada yüksek

görünürlüğe sahip olup uluslararası düzeyde tanınırken kimi ünlüler ise ulusal veya yerel düzeyde tanınmaktadır. Kimi ünlüler ise ünlerini sosyal medyadan almaktadırlar (Jeffreys & Allatson, 2015, p. 6). Huijser & Tay (2011, p. 109) ünlülerin başlı başına bir ürün olarak görülmelerinin onlara değer kattığını ifade etmektedir. Bu bağlamda farklı politik amaçların sesi olma ve aktivizm için değerli hale de gelmektedirler. Bu değeri sürdürebilmek ise sahip oldukları ünü sürdürmekten geçmektedir.

Ünlüler, yer aldıkları pazarlama kampanyalarında ürünlerin ve hizmetlerin tanıtımını ve satışını sağlayabildikleri gibi düşüncelerin de yayılmasına ve bir anlamda satılmasına yarar sağlayabilmektedirler (Cooper, 2008, p. 10). Örneğin, Michael Jackson Pepsi reklamlarında oynadığı gibi Band Aid'in We are the World (1985) parçasının yaratımında da yer almıştır (Bulck & Panis, 2010, p. 242). Ünlüler, birer rol modeli olarak görülebildikleri için bu anlamda başta hayran kitleleri olmak üzere toplumu etkileyebilmektedirler (Hanna, Kantenbacher, Cohen, & Gössling, 2018). Ünlülerin rol modeli olarak alınması, McCracken'in (1989) anlam aktarımı modeli ile açıklanmaktadır. Bu modele göre tüketicilerin belirli bir ünlü hakkında sahip oldukları algılar, ünlü kullanımının gerçekleştirilmesi ile reklamı yapılan ürüne aktarılmaktadır. Benzer bir durum düşüncelerin satışında yani aktivist hareketler içerisinde de gerçekleşmektedir. Günümüzde ünlüler çeşitli sivil toplum örgütlerinde ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası örgütlerde sözcüler olarak öne çıkmaktadırlar. Bunu yanı sıra ünlüler, sahip oldukları takipçi ve hayran kitlesi sayesinde kendi aktivist çalışmalarını da gerçekleştirebilmektedirler (Budabin, 2015, p. 401). Yang, Zhou ve Zhang (2018, pp. 3, 12) ise ünlü aktivizminin medya yansısı ve hayran tabanı olmak üzere iki temel karakteristiğinin bulunduğunu belirtmektedirler. Ünlünün sahip olduğu ünü medyada yer alarak farkındalık yaratmak ve dikkat çekmek için kullanılabilirken diğer yandan ünlülerin hayranları tarafından rol modeli olarak görülmeleri nedeniyle onlar üzerinde etki sahibi olabilmektedirler. Jeffreys (2016, p. 772) ünlülerin sözcüsü olduğu kampanyalarda rol modelleri aracılığıyla ahlaki açıdan bir ikna çalışması gerçekleştirildiğini ifade etmektedir. Özellikle çevre odaklı kampanyalarda gençler üzerinden bireysel davranışların değiştirilmesine yönelik çalışmalar yürütüldüğünü vurgulamaktadır. Bununla birlikte Hassid ve Jeffreys (2015) Çin'de gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda sivil toplum örgütlerinin ünlülerle gerçekleştirdikleri işbirliğinin, etkinliklerinin medyaya yansısı üzerinde çok az etkisi olduğunu ortaya koymaktadırlar.

Seçilmiş politikacıların veya adayların, görüşlerini ve iddialarını savunabilmek için tanınmış kişiler olarak medyada yer almaları ve ün kazanmaları gerekirken popüler kültürün bir parçası olan ünlüler ise seçilmiş politikacılar olmadıkları için politik alandaki meşruiyetlerini medya ve izleyiciler yoluyla sağlamaktadırlar (Street, 2004, p. 435). Bu bağlamda ünlüler arasında rekabet yaşandığı da görülmektedir. Duvall (2015, p. 584), 2010'da Haiti'de yaşanan deprem sonrası yardıma giden Wyclef Jean ve Sean Penn arasında uluslararası medya aracılığıyla rekabete dayalı bir anlatı oluşturulduğunu ifade etmektedir. Huliaras ve Tzifakis (2010, pp. 259-261), ünlü aktivizminin giderek artmasına ilişkin 3 dışsal ve 2 kişisel etkenden söz etmektedir. Dışsal etkenler; Birleşmiş Milletler, sivil toplum örgütleri ve ünlülerin geçmişte olduğundan daha özgür bir biçimde hareket etmeleri olarak sıralanmaktadır. Kişisel etkenler ise ünlülerin, ünlerini koruyabilmek adına aktivist hareketlerde bulunmaları ve ünlülerin diğer ünlüleri harekete geçirme özelliklerinin bulunması olarak sıralanmaktadır. Bununla birlikte Hart ve Tindall (2009, p. 11) ünlülerin, yalnızca bir imaj çalışması için gelip geçici olarak aktivist çalışmalar gerçekleştirmelerinin tepki çektiğini belirtmektedir (Hart & Tindall, 2009).

Ünlü aktivizminde, ünlünün güvenilirliği önem taşımaktadır. Bu bağlamda ünlünün güvenilirliği, savunulan amaç ve varsa ünlü ile çalışan sivil toplum örgütü açısından önem taşımaktadır. Franklyn (2016, p. 32) ünlülerin aktivist mesajlarının güvenilirliğine değinmekte olup çalışmasında ünlülerin verdiği mesajların, ünlü olmayanların verdiği mesajlardan daha güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Bir diğer önemli unsur ise ünlüyle kurulan yakınlık olmaktadır. Ünlüler, hayranlar ve izleyiciler arasında belirli bir toplumsal mesafe bulunmakta (Rojek, 2001, p. 12) ve ünlü olmak bir tür statü sistemi olarak da ele alınmaktadır (Milner, 2010). Fuqua (2011, p. 193) Katrina Kasırgası sonrasında Brad Pitt'in New Orleans'ta yaptığı çalışmalar, ünlü aktivizmi çerçevesinde değerlendirmektedir. Brad Pitt'in geleneksel anlamda sahip olduğu "ünlü", "yıldız" kimliklerinin Katrina sonrası süreçte yeniden inşa edilerek toplumsal açıdan halka daha yakın bir ünlü kimliği inşa edildiğini belirtmektedir. Haluk Levent, aktivist bir ünlü olarak da Türkiye'deki toplumsal olaylara ve yardıma ihtiyacı olan bireylere yönelik yardım faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda bu yardım faaliyetlerini başlatarak daha da geniş kitlelerin harekete geçmesi için çalışmaları geleneksel medya ve geleneksel olmayan medyada duyurmaktadır. Sosyal medya hesabının takipçi sayısı her geçen gün artmakta ve içerikleri ve paylaşımları takipçileri tarafından etkileşim yaratmaktadır. Bu bağlamda sadece kendi sayfasından değil, yardımları

duyurma ve yardımlaşma amacıyla kurduğu Ahbap Platformu aracılığıyla da pek çok etkinlik düzenlemekte, yardım gerçekleştikten sonra da onları yalnız bırakmayarak yanlarında olmaktadır. Haluk Levent hem ünlü olarak hem de aktivist olarak medyanın gündeminde yer almaktadır. Sanatçı kimliğini yardımlaşmayla birleştirerek yardım konserleri vb konularda aktivist kimliğiyle keşişme noktaları bulunmaktadır.

Ünlü aktivizminin çeşitli etkileri bulunmaktadır. Ünlüler, halkın ilgisinin çekilmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte ünlülerin kampanyanın önüne geçmesi yalnızca medya içeriği oluşturulmasına ve kampanyanın öneminin göz ardı edilmesine yol açabilmektedir. Ayrıca ünlüler hem kendi yaptıkları bağışlarla hem de yüzü oldukları kampanyalarda bağış toplanmasına destek olarak bağış ve fonlama üzerinde etkili olmaktadır. Bununla birlikte lobicilik faaliyetlerinde yeterli başarıyı gösterememektedirler (Huliaras & Tzifakis, 2010, pp. 262-263). Ünlülerin daha yüksek gelir düzeyine sahip olmaları, daha yüksek oranda bağış yapmalarını sağlamaktadır (Yang et al., 2018, p. 12). Pek çok ünlü, yardım faaliyetlerine ve derneklere destek verirken kimi ünlüler ise belirli bir sorun veya amaç için topluma liderlik etmektedirler. Bu bağlamda siyasi süreçte yer alabilmek için de çabalamaktadırlar. Bununla birlikte sözcülük ve bağış yapmak liderlik için önemli olsa da yeterli olmamaktadır. Ünlülerin başarılı liderler olabilmeleri için hedef kitlelerinin ilgisini çekmeleri ve onları amaca bağlamaları gerekmektedir (Hart & Tindall, 2009). Ayrıca, belirli bir ünlüye bağlılık duyan hayran toplulukları da kendi aktivist çalışmalarını gerçekleştirebilmektedir (Jeffreys & Xu, 2017). Bu duruma örnek olarak hayranların, hayranı oldukları ünlünün adına çeşitli kuruluşlara bağış yapmaları verilebilmektedir.

Huddart (2005) ünlüler ve sivil toplum etkileşimine ilişkin bir model ortaya koymaktadır. Bu modele göre düşük, orta, yüksek ve dönüştürücü olmak üzere 4 etkileşim düzeyi bulunurken ünlüler; düşük etkileşim düzeyinde koruyucu, orta etkileşim düzeyinde sözcü, yüksek etkileşim düzeyinde elçi/yazar, dönüştürücü düzeyde ise vizyoner lider olmaktadır. Ayrıca farkındalık yaratmak, fonlama ve savunma olmak üzere 3 temel etkinlik alanı bulunmaktadır (Andersson, 2007, pp. 31-33):

Koruyucu: Ünlünün ismi, sivil toplum örgütü tarafından güvenilirlik sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Bu düzeyde ünlü; basın açıklamalarını imzalayarak destek olmakta ve kişisel bağışta bulunmaktadır.

Sözcü: Bu düzeyde ünlü, belirli bir yardım kuruluğu veya sivil toplum örgütü ile eşleştirilmektedir. Çeşitli etkinliklere katılarak sözcüsü olduğu sivil toplum örgütü adına açıklamalarda bulunmaktadır. Sözcüler, sivil toplum örgütlerinin yönetim kurulunda yer alabilecekleri gibi kendi çabaları ile kendilerine ait yardım örgütleri kurabilmektedirler.

Elçi/Yazar: Bu düzeyde ünlüler, bir toplumsal amaç için kitap yazabilmektedirler. Elçiler; bağış toplama etkinliklerine ve turlarına katılmakta, lobicilik yapmakta, siyasilerin kampanyalarına katılmakta ve çeşitli hareketlerin liderleri olarak öne çıkmaktadırlar. Konuya ilişkin filmlerde veya belgesellerde yer alabilmektedir.

Vizyoner Lider: Vizyoner liderler, elçilik görevlerini olağanüstü bir çaba ile gerçekleştiren ünlüler olmaktadır. Küresel boyutta televizyonda yayınlanan konserler organize etmek, bağış toplamak üzere televizyon programları düzenlemek vizyoner liderlerin etkinlikleri arasında yer almaktadır.

Ünlü aktivizmine yönelik olumlu ve olumsuz yaklaşımlar bulunmaktadır. Olumlu yaklaşım; ünlü aracılığıyla insani değerlerin, dünya vatandaşı olmanın popölerleştirildiğini ve öne çıkarıldığını savunmaktadır (Bishop & Green, 2008). Scott (2011) ise ünlü aktivizminin, popöler kültür içinde dönüşüme uğramış bir balondan mı ibaret olduğunu tartışmaktadır. Ona göre ünlülerin bağı çeştiği aktivist hareketler, örneğin Live Aid gibi organizasyonlar, popöler kültür ürünleri haline gelmektedir. Afrika'daki açlığa dikkat çekmek ve harekete geçmek için düzenlenen Live Aid, Afrika'daki açlığa karşı etkin çözümler sunmazken konserlerin gerçekleştiği şehirler, katılan ünlüler, organizatörler, sponsorlar etkinliğin olumlu imajından ve ekonomik getirisinden yararlanmaktadırlar (Davis, 2010, p. 96). Ünlü aktivizmine yönelik bir diğer eleştiri ise ünlülerin savundukları amaca yönelik gerekli bilgiye sahip olmamalarıdır. Bu duruma örnek olarak George Clooney'nin Darfur'daki savaşa müdahale edilmesi için yürüttüğu kampanyanın olası farklı sonuçlarını öngörememesi verilmekte iken medyada yer almanın her zaman olumlu bir biçimde gerçekleşmemesine örnek olarak ise Live Earth konserinden önce Akon'un basına, daha önce 'yeşil olma' kavramının ne anlama geldiğini bilmediğini açıklaması verilmektedir (Jampolsky, 2012, pp. 232-233). Bu bağlamda ünlü aktivizmi bilinmeye ve tanınmaya dayanmakla birlikte her zaman yüksek düzeyde kalifiye olmamaktadır (Hart & Tindall, 2009).

Ünlü aktivizmi geçmişte de var olmakla birlikte günümüzde değişen teknoloji ve medya ile yeni bir boyuta taşınmaktadır (Andersson, 2007, p. 10). Haluk Levent sanatçı

kimliği ile bilindiğinden bu yana her zaman toplumda ihtiyaç sahiplerine yönelik duyarlılık göstermiş olmasına karşın sosyal medya aracılığıyla daha hızlı ve kısa sürede geniş kitlelere ulaşabilmeyi başarmaktadır. Ünlülük durumu, ünlü olan kişi ve hayranları arasındaki sürekli etkileşime bağlı olmaktadır (Marwick & Boyd, 2011, p. 145). Ünlü aktivizminde de ünlü kişi ile bir bağ kurulması önem taşımaktadır. Sosyal medya, ünlü aktivizmi için yeni olanaklar sunmaktadır (Ellcessor, 2018, pp. 266-267). Sosyal medya ile birlikte ünlüler ve hayranlar, kitle medyasına bağlı kalmadan ve doğrudan etkileşime geçebilmektedirler (Bennett, 2014, pp. 149-150; Duvall & Heckemeyer, 2018, p. 395). Ünlüler, izleyiciyle bağ kurarak aktivist hareketleri destekleyebilmektedirler (Bennett, 2013). Buente & Rhatnayake (2016, p.7), ünlü aktivizmi kapsamında volkanik bir dağ olan ve Hawaii Adaları'nda yer alan Mauna Kea'ya kurulması planlanan teleskopa karşı Twitter'da oluşturulan #WeAreMaunaKea hashtagine ünlülerin katılımlarını incelemişlerdir. Gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda, ünlü olmanın yaratılacak aktivist etkiyi garantilemediği belirlenmiştir. Buna göre Twitter üzerindeki dijital aktivizmde ünlülerin etkisi, ünlüler ve diğer kullanıcılar arasındaki etkileşime bağlı olmaktadır. Twitter'daki hashtaglerin incelendiği bir diğer çalışmada ise siyahi ünlülerin #BlackLivesMatters ve #BLM hashtaglerine verdikleri destek ele alınmıştır. Buna göre harekete katılan ünlüler, politik görüşlerini paylaşırken hayranları ile Twitter üzerinden bir yakınlık kurmakta ve aktivist liderler olarak öne çıkmaktadırlar (Duvall & Heckemeyer, 2018, p. 394).

Gerçekleştirilen bir başka çalışmaya göre; sosyal ağlarda daha yüksek merkeziyete sahip olan ünlüler, aktivist ve hayırsever davranışlara eğilimli olmaktadır. Ünlülerin aktivizm çerçevesinde göz önünde bulunmaları, daha çok kişinin benzer davranışlar sergilemesine katkıda bulunmaktadır (Yang et al., 2018, p. 12). Ünlüler, dağınık haldeki kitlelere ulaşabilme ve onları harekete geçirebilme gücüne sahiptirler (Hart & Tindall, 2009). Bennet (2014) sosyal medyada ünlü aktivizmini Lady Gaga örneği üzerinden ele alarak Lady Gaga'nın sosyal medya platformları üzerinden hayranlarıyla kurduğu yakınlık sayesinde onları toplumsal konulara karşı ilgili hale getirdiğini ve hayranları tarafından aktivist bir ünlü olarak görüldüğünü belirtmektedir. Hunting ve Hinck (2017) ünlülerin, hayranlarıyla yakınlık kurarak onların toplumsal sorunlara duyarlı olmalarını sağlayabileceklerini belirtmektedirler. Literatürde ünlü aktivizminin toplumsal sorundan çok ünlüye dikkat çekmesi nedeniyle eleştirildiğini, ancak aktivist ünlü ve gündeme getirdiği toplumsal sorunun her zaman birbirinden bağımsız olması gerektiğini öne süren araştırmacılar, bu doğrultuda örnek olay incelemesi kapsamında lan Somerhalder'ı ve

çevre sorunlarına yönelik çalışmalarını ele almaktadırlar. Araştırma sonucunda; Somerhalder'ın, sosyal medya paylaşımlarında sahip olduğu ünlü kimliği, ekranda canlandırdığı karakter, ilgilendiği toplumsal sorunlar ve hayranları arasında bir etkileşim kurduğu ortaya konmaktadır. Bu bağlamda oyuncunun hayranlarıyla sosyal medya aracılığıyla kurduğu yakınlık, ünlü aktivizmini etkili hale getirmektedir.

Marwick & Boyd (2011) ise ünlüyü bir pratik olarak ele almaktadır. Bu bağlamda ünlüler; toplumun geneli ve hayranlar tarafından tanınan kişiler olmalarının yanı sıra ünlü olmayan kişiler, bir diğer deyişle mikro-ünlüler de bu kavram içerisinde ele alınabilmektedir. Sosyal medyayla birlikte geleneksel anlamda ünlü olmak da değişim göstermektedir. Senft (2008, p. 25) mikro-ünlüleri; video, blog, sosyal ağlar üzerinden internet yoluyla popürlüğini arttıran kişiler olarak ifade etmektedir. Mikro-ünlüler, sosyal medya platformlarındaki takipçilerini birer hayran kitlesi olarak göyerek popürlüklerini arttırma amacıyla hareket etmektedirler. Geleneksel anlamdaki ünlüler de mikro-ünlülerle benzer taktiklerden yararlanmaktadırlar (Marwick & Boyd, 2011, p. 141). Tüfekçi (2013, p. 857) mikro-ünlü aktivistleri, politik bir güdü ile harekete geçerek sosyal medya üzerinden bir soruna dikkat çeken kişiler olarak tanımlamaktadır. Bu kişiler, çoğunlukla vatandaş gazeteciler olarak görev almaktadırlar. Lawson (2018) ise sosyal medyada ünlü aktivizmini, feminizm ve kadın hakları çerçevesinde ele almaktadır. Ünlülerin bulut depolama hesaplarının hacklenerek fotoğraflarının yayınlanmasına yönelik tepkiler, Hollywood'da gerçekleşen protestolar gibi ünlülerin içinde yer aldığı çeşitli aktivist etkinlikler, hashtagler yoluyla sosyal medyaya yansımaktadır.

Literatürde ünlü aktivizminin genel olarak uluslararası siyaset (Budabin, 2015); uluslararası ilişkiler (Huliaras & Tzifakis, 2010); Birleşmiş Milletler (Cooper, 2008; Wheeler, 2011); hayırseverlik (Jeffreys & Allatson, 2015; Hassid & Jeffreys, 2015; Jeffreys & Xu, 2017; Yang et al., 2018) çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Ayrıca literatürde, sosyal medyada ünlü aktivizmini ele alan çalışmalar (Marwick & Boyd, 2011; Tüfekçi, 2013; Bennett, 2014; Buente & Rhatnayake, 2016; Duvall & Heckemeyer, 2018; Ellcessor, 2018) da bulunmaktadır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Dijital aktivizme ve ünlü aktivizmine ilişkin literatür değerlendirildiğinde ünlülerin; toplumda göz önünde oldukları, toplumsal sorunlara ve amaçlara yönelik farkındalık

yaratma, harekete geçirme gibi özellikler taşıyabildikleri anlaşılmaktadır. Bu özellikleri değerlendiren ünlüler ise birer aktivist ünlü kimliğine sahip olmaktadır. Ünlüler günümüzde aktivist faaliyetleri, tıpkı bireylerin gerçekleştirdikleri gibi sosyal medya üzerinden gerçekleştirebilmektedirler. Bu bağlamda sosyal medyada da aktivist bir ünlü kimliği oluşturabilmekte veya var olan aktivist kimliklerini sosyal medya üzerinden yansıtabilmektedirler. Bu çalışmanın ana amacı, ünlülerin aktivist kimliklerini sosyal medya üzerinde nasıl yansıttıklarını değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda aktivist bir ünlü kimliği ile dikkat çeken Haluk Levent'in Twitter paylaşımları amaçsal örnekleme ele alınarak incelenmiştir. Bu bağlamda Haluk Levent'in aktivist kimliğini Twitter paylaşımlarına yansıtıp yansıtmadığı, nasıl yansıttığı ele alınmaktadır.

Araştırma kapsamında "Haluk Levent, Twitter hesabında aktivist ünlü kimliğini ortaya koymakta mıdır?" ve "Haluk Levent, Twitter hesabunda aktivist ünlü kimliğini nasıl ortaya koymaktadır?" sorularına yanıt aranmaktadır. Bu bağlamda aşağıdaki unsurlar irdelenecektir:

- Belirlenen tarih aralığında Haluk Levent'in Twitter'da gönderilerinde aktivist içeriklerin olup olmadığı,
- Belirlenen tarih aralığında Haluk Levent'in Twitter gönderilerinin metin tonu,
- Belirlenen tarih aralığında takipçilerin etkileşim durumu,
- Belirlenen tarih aralığındaki gönderilerde ünlü-sivil toplum etkileşim modelinin yansıtılıp yansıtılmadığı ve yansıtılıyorsa hangi modelin yansıtıldığı,

Araştırma kapsamında, betimsel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, çeşitli metinsel ve metinsel olmayan analizlerin yer aldığı yöntembilimsel bir alan ve mevcut malzemeye dayalı ampirik bir çalışma olarak belirtilmektedir. Twitter verilerinin incelenmesinde sıklıkla içerik analizinden yararlanılmaktadır (Einspanner, Dang-Anh, & Thimm, 2016, p. 139). Bu bağlamda araştırma kapsamında Haluk Levent'in Twitter üzerinde gerçekleştirdiği paylaşımlar irdelenmiştir. Amaçsal örneklem olarak Haluk Levent'in Twitter hesabının seçilmesinin en temel nedenini Haluk Levent'in yardımseverlik imajı üzerinden giderek artan popülaritesi olmaktadır. Haluk Levent'in gerçekleştirdiği yardım çalışmaları ve kurmuş olduğu Ahbap Derneği'nin çalışmaları sosyal medyanın yanı sıra geleneksel medyada da sık sık yer almaktadır. Ayrıca Social Blade internet sitesi üzerinden elde edilen istatistiklere göre Haluk Levent'in Twitter takipçilerinin sayısı

da düzenli bir biçimde artış göstermektedir (“User Statistics Table for Haluk_Levent”, 2018). Bu durum Haluk Levent’in Twitter üzerinden kitlelere erişim gücünün de düzenli bir biçimde artış gösterdiği ve Twitter kullanıcılarının da Haluk Levent’in paylaşımlarından haberdar olmak istedikleri şeklinde yorumlanabilmektedir. Ayrıca Haluk Levent, kendi kurmuş olduğu Ahbap Derneği ve Ahbap Platformu’nu Twitter üzerinden öne çıkaran paylaşımlarda da bulunmaktadır. Bu bağlamda Haluk Levent’in aktivist ünlü kimliğinin irdelenmesinde bir destekleyici olması bakımından amaçsal örneklem ile Ahbap Platformu da çalışmanın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Ahbap Derneği; dayanışma, paylaşım ve aidiyet üzerine kurulu bir işbirliği hareketi olarak tanımlanmaktadır (“Derneğin Amacı”, 2018). Twitter üzerinden gerçekleştirilen yardım etkinliklerinin resmileştirilmesi ile Haluk Levent tarafından kurulan derneğin organizasyonu ise Ahbap Platformu olarak adlandırılmaktadır. Derneğin, çeşitli şehirler ve üniversiteler bazında gönüllü ağları bulunmaktadır. Derneğin gönüllüleri, büyük oranda gençlerden oluşmaktadır. Gönüllüler, internet sitesi üzerinden derneğe üye olarak bir oryantasyon sürecinden geçmektedirler. Gönüllüler, özellikle sosyal medyada yer alan paylaşımlar üzerinden ihtiyaç sahiplerine ulaşmaktadırlar. Gerçekleştirilen yardımlara ve etkinliklere dair paylaşımlar da Twitter başta olmak üzere çeşitli sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda Ahbap Derneği’nin; Haluk Levent’in birbirlerinden bağımsız olarak gerçekleştirdiği yardımların tek bir çatı altında toplanması, belirli bir düzenin sağlanması ve gönüllülerin biraraya gelerek bir ağ oluşturmaları amacıyla kurulduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca derneğin kurulmasında ve sürdürülmesinde Twitter’ın da bir etki sahibi olduğu anlaşılmaktadır. 15 Ekim 2018 - 15 Aralık 2018 tarihleri arasında Haluk Levent’in resmi Twitter hesabı, aktivist kişiliğinin Twitter gönderilerine yansımalarının irdelenmesi amacıyla incelenmiştir. İnceleme için 15 Ekim 2018 - 15 Aralık 2018 tarihlerinin seçiminde yeni okul yılının başlaması ile eğitime ilişkin konuların gündemde olması ve kırtasiye ihtiyaçları gibi okula özgü ihtiyaçların gündemde olması, ülke gündemine bağlı olarak şiddet, istismar gibi konuların gündemde olması, havaların soğumasına bağlı olarak ısınma, barınma, kışlık giyim ihtiyaçlarının artması ve Twitter hesabı üzerinden paylaşılan iletilerin güncel bir zaman dilimine ait olmasıdır. Bu kapsamda 513 gönderi kategorilere göre araştırılmış ve veriler SPSS 22.0 programına girilerek analiz edilmiştir. Araştırmada kapsamındaki kodlama cetveli ve kategoriler, literatür ve model çerçevesinde oluşturulmuştur. Veri toplama sürecinde iki kodlayıcı çalışmıştır. Kodlayıcılar arasındaki güvenilirliği arttırmak amacıyla kodlama aşaması

başlamadan önce görüş birliği sağlamak üzere kodlayıcılar arasında toplantı yapılmış ve kategoriler detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Bu toplantıdan sonra pilot çalışma için her kodlayıcının aynı tarihleri kapsayan toplam 3 gündeki tüm sosyal medya içeriklerini kodlamaları istenmiştir. Her iki kodlayıcının veri girişleri karşılaştırılarak farklı verilerin nedenleri tekrar tartışılmış ve görüş birliğine varılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın kodlamasında gereken değişiklikler yapılarak her iki kodlayıcı uzlaşmıştır. Kodlayıcılar belirlenen tarih aralıklarına göre kodlama yaparak verileri SPSS programına girmiştir. Kodlayıcılar arasındaki güvenilirliği test etmek için Krippendorf Alfa katsayısı hesaplanmıştır. KALPHA değeri $\alpha=0,741$ olarak saptanmıştır. Bu değer kabul edilebilir değer aralığı içindedir.

BULGULAR

Ünlülerin aktivist kimliklerini sosyal medya üzerinde nasıl yansıttıklarını değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışmada içerik analizi tekniğinden yararlanılarak amaçsal örneklem ile Haluk Levent'in Twitter paylaşımları incelenmiştir. Bu doğrultuda elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır. Araştırmada ilk olarak Haluk Levent'in Twitter hesabının genel özellikleri incelenmiştir. Bu doğrultuda Haluk Levent'in Twitter hesabındaki toplam gönderi sayısı, takipçi ve takip edilen sayısı, gönderilerin etkileşim durumunun incelenmesi açısından Tablo 1'de yer alan tweetlere gelen beğeni-yorum-retweet sayıları, tweetlerde görsel bulunma durumu ve Haluk Levent'in gerçekleştirdiği retweetlere yer verilmektedir. Sonrasında Haluk Levent'in Haluk Levent'in Twitter hesabında gerçekleştirdiği gönderilerin konulara göre dağılımı ve beğeni durumu incelenerek Tablo 2'de yer verilmektedir. Tablo 3'te gönderilerin metin tonu ve aktivist içerik durumu yer alırken son olarak ise ünlü-sivil toplum etkileşim modeli kategorileri çerçevesinde Haluk Levent'in Twitter hesabındaki gönderileri incelenmektedir.

Haluk Levent'in Resmi Twitter Hesabının Temel Özellikleri

Aralık 2018 tarihi itibarıyla Haluk Levent'in Twitter hesabı incelenmiştir. Hesabın açıldığı günden ilgili tarihe kadar 15,8 bin tweet atılmıştır. Haluk Levent'in resmi hesabından 698 kişi takip ediliyorken 1,27 milyon kişi tarafından takip edilmektedir. Araştırma kapsamında 15 Ekim 2018-15 Aralık 2018 tarihleri arasında toplam 513 gönderi incelenmiştir. Gönderi dağılımına bakıldığında incelenen gönderilerin, %91,9'i yani 471'i Haluk Levent'in kendi gönderileri olup %8,1'inin yani 42'sinin retweetlerden oluştuğu görülmektedir.

Haluk Levent'in Gönderilerinin Etkileşim Durumu

Tablo 1'de yer alan Haluk Levent'in resmi Twitter hesabındaki gönderilerinin beğeni oranı incelendiğinde en yüksek oranda %47,6 ile 1-1000 beğeni kategorisinde beğeni bulunmaktadır. İkinci sırada ise %23,6 oranında ise 1001-2000 arasında beğeni bulunmaktadır. Sonrasında ise %11,1 ile 6001-üstü, %8 ile 2001-3000, %5,3 ile 3001-4000, %2,7 ile 4001-5000, %1,8 ile 5001-6000 beğeni kategorisi gelmektedir. Yorum oranları incelendiğinde ise en yüksek oranda %73 ile 1-50 arasında yorum yazıldığı görülmektedir. Sonrasında ise %9,7 ile 51-100, %5,5 ile 101-150, %4,3 ile 350-üstü, %3,5 ile 151-200, %2,1 ile 201-250, %1 ile 301-350, %0,8 ile 251-300 yorum kategorileri gelmektedir. Retweet oranlarına bakıldığında Haluk Levent'in paylaştığı gönderilerin en yüksek oranda %65,1 ile 1-100 arasında retweet edilmektedir. Sonrasında ise %24,4 oranında 101-500, %5,8 oranında 501-1000, %1,8 oranında 3001-üstü, %1,4 oranında 1001-1500, %0,8 oranında 2500-3000, %0,4 oranında 1501-2000, %0,4 oranında 2001-2500, retweet yapıldığı saptanmıştır. Gönderilere gelen yorumlar, beğeni ve retweet oranlarının ortalama bir seviyede olduğu belirtilebilmektedir.

Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde Görsel Bulunma Durumu

Haluk Levent'in Twitter hesabındaki gönderilerde görsel bulunma durumuna bakıldığında araştırma kapsamında incelenen toplam 513 gönderi arasındaki 428 (%83,4) gönderide görsel bulunmaktadır. 85 (%16,6) gönderide ise görsel bulunmamaktadır. Özellikle sosyal medyada, metin içeriğinin yanı sıra takipçilerin dikkatini çekebilmek için görsellik önem taşımaktadır. Haluk Levent'in de paylaşımlarının önemli bir çoğunluğunda metnin yanı sıra görsellerden yararlanarak hem takibi arttırmayı hem de dikkat süresini uzatmayı hedeflediği belirtilebilmektedir.

Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde Haydi Ahabap ve Ahabap Platformu Hesaplarından Retweet Yapma Durumu

Haluk Levent'in Twitter gönderilerinin retweet olup olmadığı ve bu retweetlerin Haydi Ahabap ve Ahabap Platformu'nun hesaplarına göre dağılımları incelenmiştir. Buna göre araştırma kapsamında incelenen 513 gönderinin 42'si (%8,1) Haluk Levent tarafından retweetlenen gönderilerken 417'i (%91,9) kendi tweetlerinden oluşan gönderilerdir. Retweetler arasından 31'i (%6) Haydi Ahabap ve Ahabap Platformu hesaplarından 11'i (%2,1) diğer hesaplardan retweetlerdir. Sadece retweetler

incelendiğinde ise 31 (%73,2) tweetin Haydi Ahbap, Ahbap Platformu'nun içerikleri olduğu görülmektedir. Haluk Levent, Twitter hesabında yaptığı retweetlerde özellikle Ahbap Platformu'nun ulaştığı kişilere teşekkür etmek veya yardım etmeyi amaçladığı kişilerin sesini geniş kitlelere duyurmak üzere gönderileri paylaşmaktadır.

Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde, Mention Özelliği ile Haydi Ahbap ve Ahbap Platformu Hesaplarına Etiketlemesi

Haluk Levent'in resmi Twitter hesabından mention özelliğinden yararlanarak Ahbap Platformu'nun Twitter hesabını etiketlediği tweetlerin dağılımına bakıldığında ise toplam 513 gönderinin 107'sinde (%20,9) Ahbap Platformu'nun Twitter hesabından söz edilmektedir. Bu gönderilerle özellikle kurucusu olduğu derneği öne çıkardığı görülmektedir. Böylelikle hem derneğin ve gönüllülerin çalışmalarını daha geniş kitlelere duyurarak toplumsal bilinci arttırmaya çalışmakta hem de kendi kişisel markasını Ahbap Platformu ile bağdaştırarak hayranlarının da farkındalık seviyelerinin artırılmasını hedeflediği öngörülmektedir.

Haluk Levent'in Twitter Hesabındaki Gönderi Konuları ve Beğeni Durumu

Araştırma kapsamında Haluk Levent'in Twitter hesabındaki gönderilerin konulara göre dağılımı incelenmektedir. Buna göre gönderilerde, %30 oranında sağlık ile ilgili konuların öncelikli olduğu saptanmıştır. "Sağlık" konusunda özellikle maddi yetersizlikler nedeniyle ameliyat olunamaması ya da donör ihtiyacı gibi olunan konulara değinmektedir. Kendisi de hareketi uzun süre gündemde tutmak ve geniş kitlelere seslenebilmek adına kendine ait bir eşyayı hediye olarak vermek gibi çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda ünlü olmasının avantajlarını, yardım kampanyalarına da yansıtılmaktadır. Gönderi konuları arasında ikinci sırada, "Bağış ve Burs" konusu %21,6 oranıyla yer almaktadır. "Bağış ve Burs" konusunda eğitim, okullardaki eksiklerin tamamlanması, tekerlekli sandalye alımı gibi çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda Haluk Levent Twitter hesabında bağış ve yardım hareketini başlatmaya veya Ahbap Platformu'na yönlendirerek farklı şehirlere ulaşmaya yönelik gönderilerde bulunmaktadır. Gönderi konularının dağılımında üçüncü sırada %11,3 oranında "Sanatçı Kimliği" yer almaktadır. Sanatçı kimliğinin yansımaları olarak verdiği konserleri ve şarkılarını da hesabından paylaşmaktadır. Bu veriler doğrultusunda en yüksek oranda gönderi yapılan konuların Sağlık (154 gönderi, %30), Bağış ve Burs (111 gönderi, %21,6), Sanatçı

Kimliği (58 gönderi, %11,3) olduğu görölmektedir. İlgili konuları sırasıyla 44 gönderi ile (%8,6) Yoksulluk, 15 gönderi ile (%2,9) Çocuk İstismarı, 12 gönderi ile (%2,3) Çevre, 9 gönderi ile (%1,8) Eğitim, 9 gönderi ile (%1,8) Hayvan Hakları, 4 gönderi ile (%0,8) Sanata Duyarlılık, 2 gönderi ile (%0,4) Şiddet ve 2 gönderi ile (%0,4) Madde Bağımlılığı konuları izlemektedir.

Tablo 2’de gönderi konularına göre beğeni dağılımlarına yer verilmektedir. Buna göre en yüksek beğeni; 6001 ve üstü sayıda beğeni kategorisinde 26 gönderi ile (%44,8) “Sanatçı Kimliği” konusunda yer almaktadır. İkinci sırada “Çocuk İstismarı” (%20) ve üçüncü sırada “Çevre” (%16,7) konuları yer almaktadır. Bu gönderilerin sayısının fazla olmamasına karşın özellikle sanatçı yönünü yansıttığı içeriklerin beğeni sayısı anlamlı bir oranda diğer içeriklere göre yüksektir. Bunun nedeninin hayran kitlesinin verdiği tepkiler olduğu öngörülmektedir. Tüm gönderilerin beğeni oranları değerlendirildiğinde ise ilk sırada %30 ile Sağlık konusu yer almaktadır. İlgili konuyu sırasıyla %21,6 ile Burs ve Bağış, %18,1 ile Diğer, %11,3 ile Sanatçı Kimliği, %8,6 ile Yoksulluk, %2,9 ile Çocuk İstismarı, %1,8 ile Hayvan Hakları, %1,8 ile Eğitim, %0,8 ile Sanata Duyarlılık, %0,4 ile Madde Bağımlılığı, %0,4 ile Şiddet konuları izlemektedir.

Haluk Levent’in Twitter Gönderilerinde Metin Tonu ve Aktivist İçeriğe Göre Dağılımı

Tablo 3’te Haluk Levent’in Twitter hesabındaki gönderilerin metin tonunun incelemesi yer almaktadır. Buna göre en yüksek oranda %93,2 ile 478 gönderide samimi, %5,5 ile 28 gönderide mizahi ve %1,2 ile 7 gönderide ciddi bir ton kullanılmaktadır. Bu durumun, sanatçının topluma yansıtmak istediği karakter ile paralellik gösterdiği düşünölmektedir. Ayrıca, takipçilerle kurulan samimi etkileşim ile toplumu yardım çalışmalarına katılmaya teşvik edeceği düşünölmektedir. Bu durum da ünlü ve takipçileri arasında kurulması gereken yakınlığın desteklenmesini sağlamaktadır. Tablo 8’de ayrıca Twitter gönderilerinde kullanılan metin tonu ile gönderilerin aktivist içerik olması durumu incelenmiştir. Araştırmada incelenen 513 gönderinin 391’i (%76,2) aktivist içerik iken 122’si (%23,8) aktivist içerik olmayıp özel yaşam, sanat yaşamı gibi konuları kapsamaktadır. Aktivist içerikli gönderilerde ağırlıklı olarak (%74,9, 384 gönderi) samimi bir ton kullanıldığı saptanmıştır. Aktivist içerikli gönderilerde %1,4 ile 7 gönderide ciddi bir ton kullanılırken mizahi tonun hiç kullanılmamış olması dikkat çekmektedir. Özellikle aktivist içeriklerde birlik,

beraberlik, yardımlaşma duygusunu iletebilmek amacıyla daha samimi ve daha ciddi durumlarda, durumun ciddiyetini belirtmek adına ciddi tonda içerikler paylaşıldığı belirtilebilmektedir.

Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde Ünlü ve Sivil Toplum Etkileşimi Modeli Kategorileri

Araştırma kapsamında son olarak ünlüler ve sivil toplum etkileşimi modelinden yararlanılarak Haluk Levent'in Twitter hesabındaki gönderilerine göre hangi kategoride yer aldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre toplam 513 gönderinin 110'unda (%21,4) herhangi bir kategori saptanamamıştır. 379 (%73,9) gönderide Sözcü, 20 (%3,9) gönderide Koruyucu, 3 (%0,6) gönderide Elçi/Yazar, 1 (%0,2) gönderide ise Vizyoner Lider olarak yer aldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda Haluk Levent'in resmi Twitter hesabındaki tweetler çerçevesinde ünlüler ve sivil toplum etkileşimi modeline göre Sözcü kategorisinde sosyal medya üzerindeki aktivizminin değerlendirilmesi mümkündür.

Araştırma kapsamında "Haluk Levent, Twitter hesabında aktivist ünlü kimliğini ortaya koymakta mıdır?" ve "Haluk Levent, Twitter hesabında aktivist ünlü kimliğini nasıl ortaya koymaktadır?" sorularına yanıt aranmış olup bu doğrultuda Haluk Levent'in Twitter hesabı genel özellikleri ile incelendikten sonra belirlenen tarih aralığında olmak üzere Haluk Levent'in Twitter gönderilerinde aktivist içeriklerin olup olmadığı; gönderilerin hangi konular üzerine olduğu; Twitter gönderilerinin metin tonu; takipçilerin etkileşim durumu; gönderilerde ünlü-sivil toplum etkileşim modelinin yansıtılıp yansıtılmadığı; yansıtılıyorsa hangi modelin yansıtıldığı unsurları irdelenmiştir. Elde edilen bulgular, Tartışma ve Sonuç bölümünde değerlendirilecektir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Değişen teknolojik altyapı ile geleneksel pek çok araç ve unsur dijitalde de kendine bir yer bulmaktadır. Aktivizm de geleneksel yapıdaki formunu dijital taşıyarak sadece sıradan insanlar için değil, ünlüler için de tercih edilen bir aktivist teknoloji haline gelmiştir. Dünyada ve Türkiye'de pek çok ünlü, sosyal medya hesapları üzerinde toplumun dikkatini çekmeye ve yardım eli uzatılmasına aracı olmaktadır. Ünlüler, kendileri aktivist eylemlerin parçası olurken aynı zamanda toplumun da bu etkinliklerin bir parçası olmaları için sosyal medya üzerinden yaptıkları paylaşımlarla

onları yönlendirmektedir. Türkiye’de bu konuda ele alınabilecek isimlerden biri Haluk Levent olmaktadır. Haluk Levent’in aktivist bir sanatçı kimliği yansıttığı bilinmektedir. İhtiyacı olan bireylere yardım etmeye çalışması sonucunda Ahab Derneği ve Ahab Platformu’nu kurarak bu kimliği resmi bir boyuta taşımaktadır. Bir işbirliği platformu olarak tanımlanan dernekte, gönüllülük esasına göre yapılan çalışmalar da yine Haluk Levent’in Twitter hesabından paylaşılarak diğer kişilerin de harekete geçmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma kapsamında Haluk Levent’in, dijital aktivist yönünün irdelenmesinin yanı sıra Ahab Platformu’nun da yansıtılıp yansıtılmadığı irdelenmiştir.

Araştırmada incelenen tweetlere göre Haluk Levent’in paylaşımlarında sadece %23,8 oranında aktivizm dışı içerikler yer alırken (sanatçı yönü, özel yaşamı, genel bir bilgi), %76,2 oranında aktivist etkinliklere davet veya harekete geçirme amacıyla paylaşımlar yer almaktadır. Bu çerçevede bir diğer önemli veri %11,3 oranında sanatçı yönünü temsil eden içerikler paylaşması iken %88,7 oranında ise yardım, bağış vb konulara yönelik paylaşımlarda (retweetler de dâhil olmak üzere) bulunmasıdır. Bu bağlamda Haluk Levent’in ünlü olarak yarattığı marka kişiliğini, bir diğer deyişle ünlü kimliğini aktivist çabalarının takipçileriyle paylaşımına da yansıtarak takipçilerini yardım, sağlık, bağış, çevre, çocuk istismarı vb konularda da bilgilendirmeyi ve harekete geçirmeyi amaçladığı söylenebilmektedir. Aktivist içerikler içinde en önemli payı sağlık almaktadır. Sağlık başlığı altında ameliyat, donör bulunması gibi bireysel olarak çözüm bulmanın zor olduğu ve geniş kitlelerin desteğiyle çözüm bulunabilecek konuların olduğu gözlemlenmiştir. Aynı zamanda “Sağlık” konusu kapsamında paylaşılan durumların takip edildiği ve elde edilen sonuçların da takipçilerle paylaşıldığı saptanmıştır. Literatürde görüldüğu üzere ünlü ve takipçiler arasında etkileşim yaratılması ve çabaların sonucunun takipçilerle paylaşılması, takipçilerin yardım ihtiyacı olan kişilerle empati kurmasına ve aktivist ünlüler ile takipçiler arasında yakınlık hissi kurulmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca bazı durumlarda Haluk Levent, takipçilerin ilgisini ve desteğini alabilmek için birtakım hediyeler verme, evlerine misafir olma gibi sürprizler de vadederek takipçileriyle sanatçı kimliği üzerinden yakınlık kurmayı amaçlamaktadır. Gönderi konuları arasında ikinci sırada “Bağış ve Burs” başlığı yer almaktadır. Bu konu başlığı altında özellikle maddi durumu yeterli olmayan kişilerin eğitim giderlerini ve eksiklerini karşılamak amacıyla başlatılan bağış ve burs kampanyaları, tekerlekli sandalye veya erzak sağlanması gibi çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda Haluk Levent, Twitter hesabında bağış ve yardım hareketini başlatmaya

veya Ahbap Platformu'na yönlendirerek farklı şehirlere ulaşmaya yönelik gönderilerde bulunmaktadır. Bu çalışmaların sonuçlarını da gerek teşekkür metinleri gerek görseller aracılığıyla yine Twitter hesabından paylaşmaktadır. Gönderi konularının dağılımında üçüncü sırada "Sanatçı Kimliği" yer almaktadır. Bir şarkıcı olan Haluk Levent bu bağlamda Twitter hesabında konserlerini, konser için gittiği mekanları da paylaşmaktadır. Bu bağlamda Twitter hesabında takipçileriyle sanatçı kimliği üzerinden de bir ünlü olarak bağ kurduğu anlaşılmaktadır. İlk üç sıradaki konuyu sırasıyla Yoksulluk, Çocuk İstismarı, Çevre, Eğitim, Hayvan Hakları, Sanata Duyarlılık, Şiddet ve Madde Bağımlılığı konuları izlemektedir. Twitter hesabında yaptığı gönderilerde genel olarak Ahbap Platformu öne çıkarılıyor olsa da T.C. Orman ve Tarım Bakanlığı tarafından başlatılan ve Haluk Levent'in de destek verdiği ağaçlandırma kampanyasını da Twitter hesabından detaylarıyla paylaştığı saptanmıştır. Gündeme bağlı olarak gerçekleştirdiği Twitter paylaşımlarında da çevre, kadına şiddet, çocuk istismarı, hayvan hakları, madde bağımlılığı gibi farklı konulara yer vererek toplumsal duyarlılığı arttırmaya veya yardım kampanyası başlatmaya yönelik paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında irdelenen bir diğer unsur ise gönderilerde yer alan metinlerin tonudur. Haluk Levent'in paylaştığı içeriklerde samimi bir ton olduğu saptanmıştır. Ortaya koyduğu kişisel markasında da samimi bir kişilik ortaya koymaktadır. Bu bağlamda marka kişiliği ile de metin tonları paralellik göstermektedir. Bir diğer yandan kurduğu Ahbap Derneği'nde gönüllü çalışacak kişilere seslenmesinde kullandığı tonun yakın, sıcak ve samimi olması önemlidir. Sadece mizah veya sadece ciddiyetle bağ kurmak bu tür etkinlikler için sürdürülebilir değildir. Hiçbir aktivist içerikte mizah tonunu kullanmamış olması dikkat çekicidir. Bununla birlikte özel yaşamı ya da sanat yaşamı ile ilgili konularda mizahı kullanması aktivist etkinliklere farklı yaklaştığını göstermektedir. Toplumsal olarak yardımlaşma, el ele verme, sağlık gibi konularda şaka yapılmaması gerekliliği kültürel bir unsur olup bu durumu sosyal medya hesabına yansıttığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda literatürde ünlü aktivizminin dijitalleşmesi sürecinden (Andersson, 2007, p. 10) bahsedilse de gelenek ve kültür konularında var olan geleneksel tonun, dijitalde de varlığını sürdürdüğü yargısına ulaşılabilmektedir.

Araştırma kapsamında irdelenen bir diğer konu olan takipçi etkileşim durumu verilerine göre yorum, beğeni ve retweet seviyesinin aktivizm konularında ortalama seviyede olduğu ancak sanatçı yönünü ortaya çıkartan paylaşımlarda daha yüksek

beğeni, yorum ve retweet seviyesine sahip olduğu görölmektedir. Haluk Levent ve takipçi kitlesi arasında etkileşim bulunsa da bu etkileşim, ağırlıklı olarak kendisinin sanatçı yönüne gelmektedir. Veriler incelendiğinde aktivist gönderiler bakımından sağlık, burs ve bağış konularındaki takipçi beğenilerinin oranının en fazla olmasına karşın tüm gönderiler göz önüne alındığında en yüksek beğeninin sanatçı yönünü yansıttığı paylaşımlarda olduğu saptanmıştır. Bu veriler ışığında Haluk Levent'in Twitter takipçilerinin kendisinin aktivist çabalarını sosyal medya hesabına yansıtması ile yani aktivist kimliği ile ilgilendikleri, ancak sanatçı kimliğiyle daha yüksek düzeyde ilgilendikleri sonucuna ulaşılabilir. Ayrıca Haluk Levent'in literatürde yer alan bilgilerle tutarlı bir biçimde medya yansımaları ve hayran tabanı çerçevesinde ünlü kimliğinden yararlanarak hem sosyal medya hem de geleneksel medya üzerinden farkındalık oluşturmaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Literatürde yer aldığı üzere kişinin sahip olduğu ün, medya yansımalarını arttırarak farkındalık yaratma ve dikkat çekme için yararlı olmaktadır (Yang, Zhou & Zhang, 2018).

Budabin (2015, p. 401) ise ünlülerin sahip oldukları takipçiler ve hayranlar sayesinde kendi aktivist çalışmalarını hayata geçirebildiklerini ifade etmektedir. Haluk Levent'in aktivist çalışmaları ve kurmuş olduğu dernek de bu duruma bir örnek oluşturmaktadır. Ünlüler hayranları ile yakınlık kurarak onları toplumsal sorunlara daha duyarlı hale getirebilmektedirler. Ünlülerin, hayranları ile sosyal medya üzerinden kurdukları etkileşim aynı zamanda onların toplumsal sorunlarla da etkileşim kurmalarına yardımcı olabilmektedir (Bennet, 2014; Hunting & Hinck, 2017). Haluk Levent'in Twitter gönderileri ile beğeni, yorum, retweet yolu ile etkileşime geçen takipçileri birer kliktivist olarak görev almaktadırlar. Ayrıca başta hayranları olmak üzere Ahbap Platformu'nda pek çok gönüllü görev almaktadır. Gönüllülerin, Ahbap Platformu ile tanışmalarının büyük ölçüde Haluk Levent'in aktivist ünlü kimliğine dayandığı öne sürülebilmektedir. Bu durum birer rol modeli olan ünlülerin, hayranları ve toplum üzerinde etki sahibi olduklarını (Hanna et al., 2018) ve Hart ve Tindall'ın (2009) da belirttiği üzere ünlünün harekete geçirme gücünü ortaya koymaktadır.

Ünlülerin aktivizmi farklı yönleriyle olabilmektedir. Bazı ünlüler yardım faaliyetlerine destek olurken bazı ünlüler topluma belli bir konuda liderlik ederek onları yönlendirmektedir. Haluk Levent'in Twitter hesabındaki paylaşımları Huddart'ın (2005) ünlü ve sivil toplum etkileşimi modeline göre irdelenmiştir. Toplumla ünlüler arasındaki etkileşimin ele alındığı modele göre Haluk Levent, sözcü kategorisinde

değerlendirilmektedir. Kendi çabasıyla kurduğu Ahbap Derneği için duyurular yapmakta, onların yaptıkları yardımları da topluma duyurarak daha fazla gönüllünün katılımı için toplumu etkilemeye çalışmaktadır. Sözcü olmanın dışında elçi olarak da bağış toplama etkinliklerinde yer alsa da özellikle kurucusu olduğu Ahbap Derneği ekseninde aktivist çalışmalarına yer vermesi sözcü kimliği ile daha fazla uyumaktadır. Haluk Levent'in sanatçı kimliğini öne çıkardığı paylaşımlarında da toplumsal konularla ilgisini tamamen göz ardı etmediği görülmektedir. Bu bağlamda 'Sözcü' kimliğinin, aktivist olsun veya olmasın tüm Twitter kullanımına yansdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca yaptığı paylaşımlarda Ahbap Platformu ile kendi hesabı üzerinden etkileşim kurması gönüllüleri motive etmeye, derneğe yönelik farkındalığı arttırmaya yönelik çaba olarak yorumlanabilmektedir. Özellikle gönüllülerle ve ihtiyaç sahipleriyle samimi bir aile bağı kurarak Twitter'ı da bu bağı yansıtmak üzere değerlendirmesi takipçilerle etkileşim kurmasına yardımcı olmaktadır. Literatürde de belirtildiği üzere ünlü aktivizmde ünlü, amaç, hedef kitle arasında bir bağ kurulmuş olması önem taşımaktadır (Ellcessor, 2018, pp. 266-267). Literatürde ünlü ve hayranlar arasında bir toplumsal mesafe olduğu (Rojek, 2001, p. 12) yardım çalışmaları ile aktivist kimliği kazanan ünlüler ile hayranlar arasında yakınlığın arttığı (Fuqua, 2011, p.193) ifade edilmektedir. Bu bağlamda Haluk Levent'in ünlü aktivizmi çerçevesinde Twitter kullanımının, literatürde de önerildiği biçimde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Bu çalışmanın, ünlü ve dijital aktivizm ekseninde gerçekleştirilen çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İleride gerçekleştirilecek çalışmalar için içerik analizinin yanı sıra ünlülerle derinlemesine görüşme ve gönüllülerle anket çalışması yapılarak ünlü aktivizminin etkilerinin irdelenmesi önerilmektedir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almamışlardır.

KAYNAKLAR

- Activism. (n.d.). *Oxford English Dictionary*. Retrieved from <https://en.oxforddictionaries.com/definition/activism>
- Andersson, J. (2007). Pop-culture icons as agents of change? The roles and functions of celebrity activist in peace-and development related global issues. Vaxjö Universitet School of Social Sciences Peace and Development Studies Master Thesis.
- Bennett, L. (2013). 'If we stick together we can do anything': Lady Gaga fandom, philanthropy and activism through social media. *Celebrity Studies*, 5(1-2), 138-152. <http://dx.doi.org/10.1080/19392397.2013.813778>

- Bishop, M., & Green, M. (2008) *Philanthrocapitalism: How the Rich Can Save the World*, New York, USA: Bloomsbury Press.
- Budabin, A. C. (2015). Celebrities as norm entrepreneurs in international politics: Mia Farrow and the 'Genocide Olympics' campaign, *Celebrity Studies*, 6(4), 399-413. <http://dx.doi.org/10.1080/19392397.2015.1087206>
- Buente, W., & Rathnayake, C. (2016). #WeAreManuaKea: Celebrity involvement in a protest movement, IConference 2016 Proceedings. <http://dx.doi.org/10.9776/16311>
- Bulck, H., & Panis, K. (2010). Michael as he is not remembered: Jackson's 'forgotten' celebrity activism, *Celebrity Studies*, 1(2), 242-244. <http://dx.doi.org/10.1080/19392397.2010.482308>
- Cammaerts, B. (2007). Activism and media. In B. Cammaerts & N. Carpentier (Eds.), *Reclaiming The Media* (pp. 217-224). Chicago, USA: Intellect Books.
- Cammaerts, B. (2015). Social media and activism In Mansell, R., & Hwa. P. (Eds.), *The international encyclopedia of digital communication and society* (pp. 1027-1034). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Considine, S. (2003). Homepage: Internet activism and women, *Field: A Free Journal for Architecture*, 3(1), 133-141.
- Cooper, A. (2008). *Celebrity diplomacy*. Colorado, USA: Paradigm Publishers.
- Denning, D. E. (2001). Activism, hacktivism, and cyberterrorism: The internet as a tool for influencing foreign policy In J. Arquilla & D. F. Ronfeldt (Eds.), *Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy* (pp. 239-288).
- Derneğin Amacı. (2018). *Ahbab Platformu*. Retrieved from <https://ahbab.org/>.
- Duvall, S. S. (2015). Masculine interventions and transnational celebrity activism in the aftermath of the 2010 earthquake in Haiti, *Celebrity Studies*, 6(4), 583-600. <http://dx.doi.org/10.1080/19392397.2015.1037779>
- Duvall, S. S. & Heckemeyer, N. (2018) #BlackLivesMatter: Black celebrity hashtag activism and the discursive formation of a social movement, *Celebrity Studies*, 9(3), 391-408. <http://dx.doi.org/10.1080/19392397.2018.1440247>
- Ellcessor, E. (2018). "One tweet to make so much noise": Connected celebrity activism in the case of Marlee Matlin, *New Media & Society*, 20(1), 255-271.
- Einspanner J., Dang-Anh, & Thimm, C., (2016). Twitter verilerinin bilgisayar destekli içerik analizi (E. zbatur, Trans.). In K. Weller, A. Burns, J. Burgess, M. Mahrt, & C. Puschmann (Eds.), *Twitter ve toplum* (pp. 136-145). Istanbul, Turkey: Kafka Epsilon Yayıncılık.
- Franklyn, A. (2016). *Celebrity feminism: exploring the influence of a famous feminist* (Bachelor of arts dissertation, Oklahoma State University, Oklahoma). Retrieved from https://shareok.org/bitstream/handle/11244/49074/Franklyn_okstate_0664M_14827.pdf
- Fuqua, J. V. (2011) Brand Pitt: celebrity activism and the make it right foundation in post-Katrina New Orleans. *Celebrity Studies*, 2(2), 192-208. <http://dx.doi.org/10.1080/19392397.2011.574872>
- Hanna, P., Kantanbacher, J., Cohen, S., & Gssling, S. (2018). Role model advocacy for sustainable transport. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 61, 373-382.
- Hart, P. T., & Tindall, K. (2009). Leadership by the famous: Celebrity as political capital, In J. Kane, H. Patapan, P. 't Hart (Eds.), *Dispersed Leadership in Democracies*, Oxford, UK: Oxford University Press

- Hassid, J., & Jeffreys, E. (2015). Doing good or doing nothing? Celebrity, media and philanthropy in China. *Third World Quarterly*, 36(1), 75-93. <http://dx.doi.org/10.1080/01436597.2015.976019>
- Huddart, S. (2005). *Do we need another hero? Understanding celebrities' roles in advancing social causes*. Montreal, Canada: McGill University.
- Huijjer, H., & Tay, J. (2011). Can celebrity save diplomacy? Appropriating Wisdom through 'The Elders'. In L. Tsiliki, C. A. Frangonikolopoulos, & A. Huliaras (Eds.), *Transnational celebrity activism in global politics: Changing the world?* (pp. 105-120). Chicago, USA: Intellect Books.
- Huliara, A., & Tzifakis, N. (2010) Celebrity activism in international relations: In search of a framework for analysis. *Global Society*, 24(2), 255-274. <http://dx.doi.org/10.1080/13600821003626567>
- Hunting, K., & Hinck, A. (2017). "I'll see you in Mystic Falls": intimacy, feelings, and public issues in Ian Somerhalder's celebrity activism. *Critical Studies in Media Communication*, 34(5), 432-448.
- Jampolsky, J. A. (2012). 'Activism is the new black! Demonstrating the benefits of international celebrity activism through James Cameron's campaign against the Belo Monte Dam. *Colorado Journal of International Environmental Law and Policy*, 23(1), 227-256.
- Jeffreys, E., & Allatson, P. (2015). Celebrity philanthropy: An introduction. In E. Jeffreys, & P. Allatson (Eds.), *Celebrity philanthropy* (pp. 1-16). Bristol, UK: Intellect Books.
- Jeffreys, E. (2016). Translocal celebrity activism: shark-protection campaigns in mainland China, *Environmental Communication*, 10(6), 763-776. <http://dx.doi.org/10.1080/17524032.2016.1198822>
- Jeffreys, E., & Xu, J. (2017). Celebrity-inspired, fan-driven: Doing philanthropy through social media in mainland China, *Asian Studies Review*, 41(2), 244-262. <http://dx.doi.org/10.1080/10357823.2017.1294145>
- Kvansay, L., Paytan, F.C., & Hales, K.D. (2010). Social activism in the 'Blackosphere': The jena 6 case. In J. Park & E. Abels (Eds.), *Interpersonal and social patterns in communication technologies: discourse norms, language structures and cultural variables* (pp. 18-31). Pennsylvania, USA: IGI Global.
- Lawson, C. E. (2018). *Platform feminism: Celebrity culture and activism in the digital age* (Doctoral dissertation, University of Michigan, Michigan).
- Marwick, A. & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139-158. <http://dx.doi.org/10.1177/1354856510394539>
- McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 310-321.
- Milner, M. (2010). Is celebrity a new kind of status system? *Society*, 47(5), 379-387.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London, UK: Reaktion Books.
- Rotman, D., Veiweg, S., Yardi, S., Chi, E. H., Preece, J., Shneiderman, B., Pirolli, P. & Glaisyer, T. (2011). *From slacktivism to activism: Participatory culture in the age of social media*. Proceedings of the International Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI 2011, Vancouver, BC, Canada.
- Saxton, G., & Wang, L. (2013). The social network effect: The determinants of giving through social media. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(5), 850-860.

- Scott, V. (2011) Is Celebrity activism a boom-time bubble that is facing deflation? *International Journal of Media and Cultural Politics*, 7(1), 77-84.
- Senft, T. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. New York, USA: Peter Lang.
- Sivitanides, M., & Shah, V.(2011). *The era of digital activism*. Conference for Information Systems Applied Research Proceedings, USA: Wilmington North Carolina.
- Street, J. (2004). Celebrity politicians: popular culture and political representation. *British Journal of Politics and International Relations*, 6(4), 435-452.
- Turner, G. (2013). *Understanding celebrity* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Tüfekçi, Z. (2013). "Not this one": Social movements, the attention economy, and microcelebrity networked activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 848-870. <http://dx.doi.org/10.1177/0002764213479369>
- User Statistics Table for Haluk_Levent. (2018). *Social Blade*. Retrieved from https://socialblade.com/twitter/user/haluk_levent/monthly.
- Van Laer, J. & Van Aelst, P. (2010). Internet and Social Movement Action Repertoires, *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146-1171.
- Wheeler, M. (2011). Celebrity diplomacy: United nations' goodwill ambassadors and messengers of peace. *Celebrity Studies*, 2(1), 6-18.
- Yang, Y., Zhou, W., & Zhang, D. (2018). Celebrity philanthropy in China: An analysis of network effect on philanthropic engagement. *VOLUNTAS: International journal of voluntary and nonprofit organizations*, 1-16. <http://dx.doi.org/10.1007/s11266-018-9997-7>
- Yegen, C. (2014a). Bir dijital aktivizm biçimi olarak slaktivizm: Change.org örneği, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 8, 84-108.
- Yegen, C. (2014b). Dijital aktivizmin bir türü olarak hacktivizm ve "redhack", *E-journal of Intermedia*, 1(1), 118-132.
- Yılmaz, B., Dündar, G., & Oskay, T. (2015). Dijital ortamda aktivizm: Online imza kampanyalarına katılım davranışlarının incelenmesi (Kocaeli Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma). *E-journal of Intermedia*, 2(2), 481-504.

TABLOLAR VE ŞEKİLLER

Tablo 1: Gönderilerin Aldığı Beğeni, Yorum ve Retweet Dağılımı Tablosu

Beğeni	Frekans	%	Yorum	Frekans	%	Retweet	Frekans	%
1-1000	244	47,6	1-50	375	73,0	1-100	334	65,1
1001-2000	121	23,6	51-100	50	9,7	101-500	125	24,4
2001-3000	41	8,0	101-150	28	5,5	501-1000	30	5,8
3001-4000	27	5,3	151-200	18	3,5	1001-1500	7	1,4
4001-5000	14	2,7	201-250	11	2,1	1501-2000	2	,4
5001-6000	9	1,8	251-300	4	,8	2001-2500	2	,4
6001-üstü	57	11,1	301-350	5	1,0	2500-3000	4	,8
			350-üstü	22	4,3	3001-üstü	9	1,8
Toplam	513	100	Toplam	513	100	Toplam	513	100

Tablo 2: Gönderi Konuları ve Beğeni Oranları İlişkisi Tablosu

Beğeni/Konu	1-1000	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-6000	6001-üstü	Toplam
Sağlık	Frekans	98	30	11	6	2	0	154
	%Paylaşım	63,6	19,5	7,1	3,9	1,3	0	4,5
	%Toplam	19,1	5,8	2,1	1,2	0,4	0	1,4
Eğitim	Frekans	5	3	0	0	1	0	9
	%Paylaşım	55,6	33,3	0	0	11,1	0	0
	%Toplam	1	0,6	0	0	0,2	0	0
Yoksulluk	Frekans	28	15	1	0	0	0	44
	%Paylaşım	63,6	34,1	2,3	0	0	0	0
	%Toplam	5,5	2,9	0,2	0	0	0	0
Madde Bağımlılığı	Frekans	0	1	0	0	1	0	2
	%Paylaşım	0	50	0	0	50,0	0	0
	%Toplam	0	0,2	0	0	0,2	0	0
Bağış ve Burs	Frekans	61	32	10	2	0	1	5
	%Paylaşım	55	28,8	9	1,8	0	0,9	4,5
	%Toplam	11,9	6,2	1,9	0,4	0	0,2	1
Sanata Duyarlılık	Frekans	1	3	0	0	0	0	4
	%Paylaşım	25	75	0	0	0	0	0
	%Toplam	0,2	0,6	0	0	0	0	0,8
Diğer	Frekans	32	18	10	14	4	3	12
	%Paylaşım	34,4	19,4	10,8	15,1	4,3	3,2	12,9
	%Toplam	6,2	3,5	1,9	2,7	0,8	0,6	2,3
Çevre	Frekans	4	4	0	1	0	1	2
	%Paylaşım	33,3	33,3	0	8,3	0	8,3	16,7
	%Toplam	0,8	0,8	0	0,2	0	0,2	0,4
Hayvan Hakları	Frekans	6	2	0	0	1	0	9
	%Paylaşım	66,7	22,2	0	0	11,1	0	0
	%Toplam	1,2	0,4	0	0	0,2	0	0
Sanatçı Kimliği	Frekans	1	10	9	3	5	4	26
	%Paylaşım	1,7	17,2	15,5	5,2	8,6	6,9	44,8
	%Toplam	0,2	1,9	1,8	0,6	1	0,8	5,1
Çocuk İstismarı	Frekans	8	3	0	1	0	0	3
	%Paylaşım	53,3	20,0	0	6,7	0	0	20
	%Toplam	1,6	0,6	0	0,2	0	0	0,6
Şiddet	Frekans	0	0	0	0	0	0	2
	%Paylaşım	0	0	0	0	0	0	100
	%Toplam	0	0	0	0	0	0	0,4
Toplam	Frekans	244	121	41	27	14	9	57
	%Paylaşım	47,6	23,6	8	5,3	2,7	1,8	11,1
	%Toplam	47,6	23,6	8	5,3	2,7	1,8	11,1

Tablo 3: Tweetlerin Metin Tonu ve Aktivist İçerik Dağılımı Tablosu

		Aktivist İçerik		Toplam
		Evet	Hayır	
Samimi	Frekans	384	94	478
	% Metin Tonu	80,3	19,7	100
	% Toplam	74,9	18,3	93,2
Ciddi	Frekans	7	0	7
	% Metin Tonu	100	0%	100
	% Toplam	1,4	0	1,4
Mizahi	Frekans	0	28	28
	% Metin Tonu	0	100	100
	% Toplam	0	5,5	5,5
Toplam	Frekans	391	122	513
	% Metin Tonu	76,2	23,8	100
	% Toplam	76,2	23,8	100

Ek: İçerik Analizi Değişken Listesi

İçerik analizi uygulanan tweetlerin tarih aralığı: 15 Ekim 2018 - 15 Aralık 2018

1. Haluk Levent'in Resmi Twitter Hesabının Temel Özellikleri

- **Tweet Sayısı:** Haluk Levent'in Twitter hesabında attığı toplam tweet sayısı
- **Takip Edilen:** Haluk Levent'in Twitter hesabında takip ettiği kullanıcı sayısı
- **Takipçi:** Haluk Levent'in Twitter hesabını takip eden kullanıcı sayısı
- **Beğeni:** Haluk Levent'in beğendiği tweet sayısı

2. Haluk Levent'in Twitter gönderilerinin aldığı etkileşim

- **Beğeni:** Haluk Levent'in tweetlerine diğer kullanıcılardan gelen tweet beğenisi
- **Yorum:** Haluk Levent'in tweetlerine diğer kullanıcılardan gelen yorumlar
- **Retweet:** Haluk Levent'in tweetlerine diğer kullanıcılardan gelen retweet

3. Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde Görsel Bulunma Durumu

- **Evet:** Tweette görsel bulunması
- **Hayır:** Tweette görsel bulunmaması

4. Haluk Levent'in Retweetlerinde Haydi Ahbab ve Ahbab Platformu Hesaplarından Retweet Yapma Durumu

- **Evet:** Haydi Ahbab ve Ahbab Platformu hesaplarından yapılan retweetler
- **Hayır:** Farklı kullanıcılardan retweetler
- **Retweet Değil:** Haluk Levent'in kendi hesabından gönderdiği tweetler

5. Haluk Levent'in Tweetlerinde Mention özelliği ile Haydi Ahbab ve Ahbab Platformu Hesaplarını Etiketlemesi

- **Evet:** Haydi Ahbab ve Ahbab Platformu Hesaplarının mention özelliği ile etiketlendiği tweetler
- **Hayır:** Diğer tweetler

6. Haluk Levent'in Twitter Hesabındaki Gönderi Konuları

- **Sağlık:** Hastalık, tedavi, ameliyat, ilaç veya donör arayışı içerikleri vb.
- **Bağış ve Burs:** Maddi durumu yeterli olmayan kişilerin eğitim giderlerini, eksiklerini karşılamaya yönelik bağış ve burs kampanyalarına, yardımlarına ilişkin içerikler
- **Sanatçı Kimliği:** Haluk Levent'in konser, albüm, müzik klipi gibi çalışmalarına ilişkin içerikler
- **Yoksulluk:** Maddi durumu yetersiz kişilerin gereksinimlerinin karşılanmasına ilişkin içerikler
- **Çocuk İstismarı:** Çocuklara yönelik kötü davranışlara gösterilen tepkilere ilişkin içerikleri
- **Çevre:** Orman alanlarına zarar verilmesine karşı kampanyalara, ağaçlandırma kampanyalarına ilişkin içerikler
- **Eğitim:** Çocukların eğitim hakları, maddi yetersizlikler nedeniyle eğitim alamamasına ilişkin içerikler
- **Hayvan Hakları:** Hayvanların korunması, hayvanlara yönelik şiddet, hayvanların tedavi ettirilmesine ilişkin içerikler
- **Şiddet:** Bireylere yönelik fiziksel ve psikolojik şiddete ilişkin içerikler
- **Sanata Duyarlılık:** Sanata yönelik olumlu bakış açısını destekleyici içerikler
- **Madde Bağımlılığı:** Madde bağımlılığına yönelik tepki ve sonuçlarını içeren içerikler
- **Diğer:** Belirtilen kategoriler dışında yer alan içerikler

7. Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde Metin Tonu

- **Samimi:** Gönderide yer verilen konuya bağlı olarak daha arkadaşça olarak tanımlanabilecek sohbet havası bulunmaktadır.
- **Ciddi:** Gönderide yer verilen konuya bağlı olarak resmi ve mesafeli bir dil kullanılmaktadır.
- **Mizahi:** Gönderide yer verilen konuya bağlı olarak neşeli ve esprili bir dil kullanılmaktadır.

8. Haluk Levent'in Twitter Gönderilerinde Ünlü ve Sivil Toplum Etkileşimi Modeli Kategorileri

- **Koruyucu:** Haluk Levent'in Twitter hesabında ünlü ve sivil toplum etkileşimi modeli kategorilerinden olan "koruyucu" kategorisinin yansıtıldığı tweetler
- **Sözcü:** Haluk Levent'in Twitter hesabında ünlü ve sivil toplum etkileşimi modeli kategorilerinden olan "sözcü" kategorisinin yansıtıldığı tweetler
- **Elçi/Yazar:** Haluk Levent'in Twitter hesabında ünlü ve sivil toplum etkileşimi modeli kategorilerinden olan "elçi/yazar" kategorisinin yansıtıldığı tweetler
- **Vizyoner Lider:** Haluk Levent'in Twitter hesabında ünlü ve sivil toplum etkileşimi modeli kategorilerinden olan "vizyoner lider" kategorisinin yansıtıldığı tweetler
- **Diğer:** Ünlü ve sivil toplum etkileşimi modeli kategorilerinin dışında kalan tweetler

Çevrimiçi Hariciler: Türkiye’de Dijital Engelli Aktivizmi Üzerine Bir Araştırma

Online Outsiders: A Research on Digital Disabled Activism in Turkey

Övünç MERİÇ FERMANOĞLU¹



¹Asst. Prof. Dr., İstanbul Şehir University,
College of Communications, New Media and
Communication, İstanbul, Turkey

ORCID: Ö.M.F. 0000-0001-5175-6666

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Övünç Meriç Fermanoğlu,
İstanbul Şehir Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Yeni Medya ve İletişim Bölümü,
İstanbul, Türkiye

E-posta/E-mail: ovuncmeric@sehir.edu.tr

Geliş tarihi/Received: 04.02.2019

Revizyon talebi/Revision Requested:
4.02.2019

**Son revizyon teslimi/Last revision
received:** 25.04.2019

Kabul tarihi/Accepted: 29.04.2019

Atıf/Citation: Fermanoglu, O. M. (2019).
Çevrimiçi hariciler: Türkiye’de dijital engelli
aktivizmi üzerine bir araştırma. *Connectist:
Istanbul University Journal of Communication
Sciences*, 56, 119-152.
<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0011>

Öz

Bu makalenin kavramsal çerçevesini “ağ toplumu” (Van Dijk, 2016) ve “dijital aktivizm” (Joyce, 2010) oluşturmaktadır. Van Dijk (2016) ağ toplumunun yükselişini gözlemlemiştir ve buna göre ağ toplumu, bir toplumdaki en önemli organizasyon biçimlerini şekillendiren iletişim ağları olarak tanımlar. Dijital aktivizmin altyapısı ise dijital ağ kavramına dayanır (Joyce, 2010). Yeni medyanın etkisi ile birlikte özellikle son on yılda, engellilik ve engellilerin yaşamlarının ve deneyimlerinin kamuya açık bir şekilde temsil edilme yöntemlerine tanıklık edilmiş ve onların kendilerini temsil etme yolları genişlemiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısında yeni sosyal hareketler ve dijital aktivizm derin değişiklikler getirmiştir. Daha geniş insan hakları söylemlerinin artan küresel etkisi, engelliliğin farklı bağlamlarda görülmesi ve anlaşılmasının daha ilerici yollarına izin veren bir takım kültürel temsilleri mümkün kılmıştır. Yeni medya teknolojileri, yurttaşların ve sosyal hareketlerin mobilizasyonu ve örgütlenmesi için yeni yollar sunmuştur. Bu bağlamda makalenin konusu Türkiye’de çevrimiçi ortamda engelli aktivizmidir. Bu makale, Türkiye’deki engelli dijital aktivizm perspektifleri ve uygulamalarındaki fırsatları ve zorlukları incelemektedir. Bu çalışmada, 19 Ocak 2019 ve 26 Ocak 2019 tarihleri arasında, engelli anahtar sözcüğü ile Türkiye’deki çevrimiçi ortamda yer alan internet gazeteleri, bloglar, forumlar, Twitter başta olmak üzere sosyal ağ siteleri içerikleri araştırılmıştır. Veri setlerinin değerlendirilmesi için içerik analizi tekniği kullanılmış ve elde edilen bulgular betimsel yöntem aracılığıyla değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital aktivizm, engelli aktivizmi, yeni medya, ağ toplumu, Twitter

ABSTRACT

The conceptual framework of this article is composed of “network society” (Van Dijk, 2016) and “digital activism” (Joyce, 2010). Van Dijk (2016) has observed the rise of the network society and according to that, he defines network society as communication networks that shape the most important forms of an organization in a society. The infrastructure of digital activism is based on the digital network (Joyce, 2010). With the influence of the new media, especially in the last decade, disability and methods of publicly representation the lives and experiences of people with disabilities have been witnessed and their ways of representing themselves have expanded. In the second half of the 20th century new social movements and digital activism have brought profound changes. The increasing global impact of wider human rights discourses has made

possible a number of cultural representations that allow more progressive ways of seeing and understanding disability in different contexts. New media technologies offered new ways for citizens and movements to mobilize and organize themselves. In this context, the subject of this article is digitalized disability activism in Turkey. This article explores the opportunities and challenges in practice and disabled digital activism perspectives in Turkey. In this study, online media environments in Turkey such as the Internet newspapers, blogs, forums, social networking sites, especially Twitter contents were investigated via disabled keyword between 19-26 January 2019. Content analysis technique was used to evaluate the data sets and the findings were evaluated through descriptive method.

Keywords: Digital activism, disabled activism, new media, network society, Twitter

EXTENDED ABSTRACT

This article focuses on how the influence of online new media ecology has affected disability activism in Turkey. The framework of this article is ‘network society’ (Van Dijk, 2016) and ‘digital activism’ (Joyce, 2010). Van Dijk (2016) has observed the rise of the network society and according to that, he defines network society as communication networks that shape the most important forms of an organization in a society.

New media technologies bring new ways for citizens and movements to mobilize and to organize. Joyce (2010) stated that citizens around the world have become increasingly aware of and interested in the expanding use of digital technologies - mobile phones and internet-enabled devices for example - in campaigns for social and political change. These practices, which we refer to as ‘digital activism’ have been reported by journalists, dissected by bloggers and eagerly studied by scholars. Students’ activities and enthusiast wish to understand and replicate the most effective tactics (Joyce, 2010).

The transformation of traditional media into new media has initiated a new user-dominated content publishing/broadcasting era. In the rise of the social media era, activists have made less dependent on traditional media like newspapers or televisions. Some researcher claim that new media offers some opportunities for

'non-elite' actors and marginalized or disadvantaged groups to acquire visibility in the public sphere (Chadwick, 2013). In the west, some research shows that although the growth in digital activism has initiated new strategies for disability protest, its ability to influence traditional news media debates remains pivotal to its effectiveness and power to represent the voice of disabled people (Pearson & Trevisan, 2015).

Within the context of the literature reviewed, this article examines six main research questions:

1. What are the socio-demographic characteristics of users who produce the digital content related to disability?
2. What are the occupations and interests of users who produce digital content on disability?
3. What is the geographical distribution of digital content produced on disability in Turkey? In which areas is the right to disability advocacy concentrated?
4. What kind of content has been produced by sharing the disabled hashtag in the digital environment?
5. What types of online media distribution in disability-related content produced in Turkey? Which platforms are used mostly to generate content?
6. How and for which purposes do disabled activists use new media?

There are a growing number of options open to researchers seeking to capture and analyze online content. Network analysis tools increasingly used – reflecting a shift in the understanding and practice of the Web as a dynamic social context. In this study, open source new media monitoring tool is used. Monitoring tools allow for collecting and analyzing real-time information. In this article, content analysis technique was used to evaluate the data sets and the findings were evaluated through descriptive method. The notion 'disabled' as a term is searched through newspapers and online news, TV / Radio, news agencies, blogs, forums, Twitter, Google+, YouTube, EkşiSözlük. Data for the research is collected between 19-26th of January 2019.

According to the results of the web content analysis: young adults between 18 and 34 years of age produced more content for disabled people than older adults aged between 55 and 64+. The gender distribution of the content about disability in the online environment, it was found that male users produced more content (61.5%). The percentage of women in content production is 38.5%. According to the

conversation map, most active users in Turkey, live in Ankara, İstanbul, İzmir, and Eskişehir (73.2%). The share of media types analyze has shown that the most popular online environment and digital activist tool is Twitter (84.8%).

Disabled people produced the content with the same theme (for example, they want to increase disabled quota from the 3 percent to 5 percent than shared a tweet with #disabledquota5percent) in Twitter to spread this content throughout the country and has contributed to creating well-targeted online networks. This analysis has shown how disabled activists have positioned themselves beyond the traditional activism and mainstream media barriers which have using online environments like Twitter and other social network platforms.

GİRİŞ

Akademik literatürde çok farklı nitelendirmeler kullanılsa da birbirine bağlanmış bir dünyada yaşadığımız gerçeği sıklıkla dile getirilmektedir. İnternet çağı (Gereffi, 2001), web toplumu (Burnett & Marshall, 2004), enformasyon çağı (Castells, 2008), ağ toplumu (Van Dijk, 2016) vb. tanımlamalar isim olarak farklılaşsa da hepsinin ortak yanı enformasyona ve ağa dayanan yapısal bir dönüşüme işaret etmeleridir. Van Dijk ağ toplumunu, sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki - bireysel, grupsal/örgütsel ve sosyal - örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türü olarak tanımlar. "Bu ağlar giderek artan bir biçimde bu toplumun (bireyler, gruplar ve örgütler) her birimini veya parçasını birbirine bağlamaktadır. Batı toplumlarında ağlar tarafından birbirine bağlanmış bireyler ağ toplumunun temel birimi haline gelmektedir. Doğu toplumlarında ise temel birim hala ağlar tarafından birbirine bağlanmış gruplardır (aile, topluluk, iş ekibi)" (Van Dijk, 2016, p. 42).

Ağ toplumunda hem yeni medya hem de geleneksel medya, yurttaşların demokrasi, insan hakları, ekonomik refah vb. isteklerini duyurmada, destek bulmada ve politikaların değişmesini sağlamada önemli bir yere sahiptir. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medya ekolojisi, insanlar ve medya arasında yeni etkileşim yolları yaratmış ve aktivistlerin sosyal hareketleri gerçekleştirmelerini kolaylaştırmıştır. Yeni medyanın buradaki rolü Gutenberg'in 15. yüzyılda matbaa ile gerçekleştirdiği dönüşümlle kıyaslanabilir. O dönemde matbaa, İncil'i halkların kendi dillerinde erişilebilir kılarak, Protestan reformunu sağlamış; bu süreç imparatorlukların yıkılıp ulus devletlerin kurulmasına kadar giden bir dizi gelişmeyi fişeklemiştir. Yeni medya ise sanal ağlarla ulus devletlerin küreselleşmesini sağlamıştır. "Toplumsal seviyede ve daha küresel bir ölçekte tüm medya ağları, sosyal ağlar ve ekonomik ağların dünyanın en ücra köşelerine ve diğerlerine kadar erişebildiği görmekteyiz. Dünyamız gerçekten de artık küresel olarak birbirine bağlı hale gelmiştir" (Van Dijk, 2016, p. 13).

Çevrimiçi yayıncılık olanakları, sosyal ağlar tarafından güçlü bir şekilde desteklenmektedir. Yeni medyanın uluslararası ilişkileri yayması ve örgütlenme boyutunu genişletmesi nedeniyle aktivist hareketlerden elde edilen kazanımların bütün dünyada paylaşılması kolaylaşmıştır. Geleneksel medyanın yeni medyaya dönüşümü, kullanıcı ağrıklı içerik yayıncılığını başlatmıştır. "Sosyal medya çağının yükselişinde aktivistler, gazete veya televizyon gibi geleneksel medyaya daha az bağımlı hale gelmişlerdir. Bazı araştırmacılar, yeni medyanın "elit olmayan" aktörlere

ve marjinalleşmiş veya dezavantajlı gruplara kamusal alanda görünürlük kazanmaları için bazı fırsatlar sunduğunu iddia etmişlerdir” (Chadwick, 2013).

Bu dezavantajlı gruplardan birisi de engellilerdir. Engelli aktivizmi, engelli insanlara karşı yapılan ayrımcılığa ve toplumsal baskılara meydan okumakta kilit bir rol oynama kapasitesine sahiptir. Sosyal medyanın ülkemizde ve dünyada yaygın olarak kullanıldığı bir dönemdeyiz. Engelli internet kullanıcıları için sunulan yeni olanakların; engellilerin diğer engellilerle ve başkalarıyla bağlantı kurmalarının, çevrimiçi ortamda siyasi katılım düzeylerini artırmalarının yanı sıra engellilik savunuculuğu yapan kişi ve gruplarının yapısı ve stratejileri üzerinde bir etkisi olup olmadığını araştırmak önemlidir. Yeni medyanın etkisi ile birlikte özellikle son on yılda, engellilik ve engellilerin yaşamlarının ve deneyimlerinin kamuya açık bir şekilde temsil edilme yöntemlerine tanıklık edilmiş ve onların kendilerini temsil etme yolları genişlemiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısında yeni sosyal hareketler ve dijital aktivizmin getirdiği derin değişiklikler ve daha geniş insan hakları söylemlerinin artan küresel etkisi, engelliliğin farklı bağlamlarda görülmesi ve anlaşılmasının daha ilerici yollarına izin veren bir takım kültürel temsilleri mümkün kılmıştır. Yeni medya teknolojileri, yurttaşların ve sosyal hareketlerin mobilizasyonu ve örgütlenmesi için yeni yollar sunmuştur. Bu bağlamda Türkiye’de engelli aktivizmi üzerine bir çalışma yapılmamıştır. Çalışmanın konusu Türkiye’de çevrimiçi ortamda engelli aktivizmidir. Bu makale, Türkiye’deki engelli dijital aktivizm perspektifleri ve uygulamalarındaki fırsatları ve zorlukları incelemektedir.

Çalışmanın akışı aktivizmin teknoloji ile bağlantısını tartışmak amacıyla dijitalleşmenin sunduğu olanaklar ile başlamaktadır. Yeni medya teknolojileri vatandaşların ve toplumsal hareketlerin mobilizasyonu ve örgütlenmesi için yeni yollar ortaya çıkarmaktadır. Joyce (2010), dünyanın dört bir yanındaki vatandaşların, sosyal ve politik değişim kampanyalarında dijital teknoloji (örneğin cep telefonları ve internet özellikli cihazlar) kullanımının giderek daha fazla farkında olduğunu ve ilgilendiğini ifade etmiştir. “Dijital aktivizm olarak adlandırdığımız bu uygulamalar, gazeteciler tarafından rapor edilip, blog yazarı tarafından en ince ayrıntılarına kadar incelenmiştir. Dijital aktivizmin en etkili stratejilerini anlama ve çoğaltma isteği; akademisyenler, öğrenciler ve konuya merak duyanlar tarafından hevesle araştırılmaktadır” (Joyce, 2010). Literatürde yer alan araştırmalar kapsamında Arap Baharı, İşgal Et hareketleri gibi dijital aktivizmin dünyadaki örnekleri bağlamsal olarak ele alındıktan sonra dijitalleşme ve engelli aktivizmi arasındaki ilişki tartışılmıştır. Ardından Türkiye’de engellilik konusu ile ilgili kısa bir arka plan bilgisi aktarılmış ve araştırma bölümüne yer verilmiştir.

Yeni Medya Olanakları Açısından Dijital Aktivizm

Aktivizm, toplumsal hayatta sorunlu olarak nitelendirilen politikaları, gelenekleri, uygulamaları ya da durumları değiştirmeye yönelik olarak gerçeğleştirilen baskı yaratma süreci olarak tanımlanabilir. "Geleneksel olarak, aktivizm 'bazen gösteriler, protestolar vb. yoluyla siyasi veya başka bir hedefe ulaşmak için sıkı bir eylem veya katılım öğretisi veya uygulaması' olarak tanımlanır" (Sivitanides & Shah, 2011, p. 2). Dijital aktivizm ise aktivizm için teknolojinin kullanımına referans verir. Burada dijital teknolojiler, yeni medya olanakları açısından ele alınmaktadır. Yeni medyanın sağlamış olduğu hız, güvenilirlik, geniş ölçekte yayın kapasitesi ve düşük maliyetler aktivist hareketler için geniş olanaklar sunar. Bu tür faktörler tam olarak günümüz aktivizminin ölçęđini ve kapsamını geliştiren unsurlardır.

Uçkan (2012), dijital aktivizmin, belirli bir amacı savunmak, bu amacı gerçeğleştirmek için eylemler düzenlemek, örgütlenmek, bu amacı geniş kitlelere duyurmak ve bir iletişim kampanyasına çevirmek, lobi faaliyetleri düzenlemek, yeni medya üzerinde boykot, imza kampanyaları gibi eylemler gerçeğleştirmek, kitle fonlaması oluşturmak gibi faaliyetlerde ağ alt yapısını kullanmak olduğuna dikkat çeker. Dijital aktivizmi, "temel aktivist faaliyetlerin, başta sosyal medya olmak üzere geniş kitlelere gerçeğ zamanlı bilgi akışı ile ulaşmaya imkan tanıyan alanlarda veya blog, vlog, podcast, video, fotoğraf paylaşım siteleri gibi alanlarda gerçeğleştirilmesi" (Uçkan, 2012) olarak tanımlar.

Joyce (2010), dijital aktivizm terimini, hem derin hem de ayrıcalıklı olan aktiviteler veya uygulamalar olarak tanımlar. Dijital ağ altyapısını kullanan tüm sosyal ve politik kampanya uygulamalarını kapsaması; bunun dışında, bu türden uygulamalara örnek olmayanları hariç tutar. Yeni medyanın ayrıntılı ve ayrıcalıklı doğası nedeniyle dijital aktivizm, dijital ağ altyapısını kullanan tüm aktivizm örneklerini tartışmak için kullanılabilir en iyi terimdir. Teknoloji kullanımı önemlidir fakat aktivizmin doğası gereği olayları ve olguları sadece teknoloji ile açıklamaya çalışmak yanıltıcı olacaktır. Dijital aktivizm ile ilgili olarak ekonomik, sosyal ve politik içerik de araştırmacılar tarafından göz önünde tutulmalıdır.

Dijital aktivizm teknolojik altyapısı gereği, bilginin iletilmesinde dijital kod kullanarak birbirine bağlanan cihazlara ve dijital ağa dayanır. "Ağların avantajı, bağlantının dağılmış olmasıdır. Ağlar bizi sadece merkeze bağlamakla kalmaz, aynı

zamanda bizi de birbirine bağlar. Bu nedenle, büyük insan gruplarının kolayca birbiriyle bağlantı kurmasına, içerik alışverişinde bulunmasına ve eylemleri koordine etmesine izin vermek, böylece etkin bir siyasi hareket yaratma yeteneğine yardımcı olur” (Sivitanides & Shah, 2011, p. 2). Ağ toplumu içerisinde aktivistler, özellikle sosyal ağ sitelerinin desteği ile amaçlarını düşük maliyetle, hızlı ve kolay bir şekilde geniş kitlelere duyurma, koordine etme, destek alma ve etkileşime geçme olanağına sahip olmuşlardır.

Sosyal ağ siteleri, bireylere sınırlı bir sistem içinde herkese açık veya yarı açık profiller oluşturmalarını, kendisi ile bağlantısı olan başka kullanıcıların listesini oluşturmalarını ve kendi bağlantı listeleri ile sistem içinde diğerlerinin yaptığı listeleri izleyip, gezmelerini sağlayan web tabanlı hizmetlerdir. Bu bağlantıların doğası ve aldığı terimler siteden siteye değişiklik gösterebilir (Boyd & Ellison, 2007, p. 211). Dijital aktivizmde sosyal ağların rolü mevcut olan politik yapıların nasıl idame ettireceği üzerine değil var olan koşulları sorunsallaştırmada veya alternatif koşulları yaratmada önemlidir. Sosyal ağlar ile aktivistler olumsuz propagandaları olumluya çevirebilir, kamu politikalarının değiştirebilecek eylemleri organize edebilir ve destekçileri harekete geçirebilirler. Bilginin ağlar aracılığıyla erişilebilir olması insanların farkındalıklarını yükseltmiş ve onaylamadıkları politikalara karşı eleştirilerini ifade edebilmelerini sağlamıştır.

Yeni medyanın aktivistlere sağladığı bu olanakların farkında olan iktidar odaklarının da kendilerine yönelik tehdidin farkına vararak karşıt önlemler almaya başladıkları bilinmektedir. Dünyanın her yerinde, özellikle de demokratik olmayan ülkelerde, hükümetler yurttaşlarını gözetlemek ve baskı unsuru yaratmak için interneti kullanmakta ve sansürlemektedir. “YouTube ve diğer sosyal medyalar, demokratikleşme faaliyetlerinin kamulaştırılması, teşviki ve örgütlenmesine bariz katkılar sunsa da internet gözetiminin belirtileri de her yerde ve her zaman karşımıza çıkmaktadır (Chalfoouat, 2014, p. 72). Aktivistler demokrasinin olmadığı ya da sözde demokratik sistemlerde gözetim, engelleme veya hapisle cezalandırma gibi caydırıcı yöntemlerle karşılaşmaktadırlar.

Dijital Aktivizmin Dünyayı Saran Etkisi

1999’da Amerika, Seattle’da gerçekleşen ve ‘Seattle Savaşı’ olarak anılan hareket, yeni medyadan yararlanan modern veya ‘yeni’ sosyal hareketleri kuramsallaştırmada kullanılan ilk dijital aktivizm örneği olmuştur. Küreselleşme karşıtı insanların, internet ve

cep telefonlardaki kısa mesaj servisi aracılığı ile örgütlendiği ve koordine edildiği Dünya Ticaret Örgütü'nün bu devasa protestosuna akademik metinlerde sıklıkla referans verilmektedir (van de Donk et al., 2004). Dijital aktivizmin bu ilk dönem örneklerinde dikkat çeken özellik yeni medyanın bu tür eylemleri düzenleme, organize etme ve hayata geçirme potansiyelinin ne kadar yüksek olduğunun kanıtlanmasıdır. "Devlet kontrolünden uzak olan çevrimiçi aktivizmin etkisi, yeni medya aracılığıyla yalnızca politik manzarayı değil, internete dair algıyı da değiştirdi. Askeri ve eğitsel alanlardaki yenilikçi rolü, daha iyi yaşam koşullarını yönelik arayışa evrildi" (Chalifaouat, 2014, p. 59).

2010 yılının sonunda dijital aktivizm, önemli bir skandalın ortaya çıkartılmasıyla tüm dünyada insanların gündemine oturmuştur: WikiLeaks. "Wikileaks bugüne dek erişilemez olarak kabul edilen belgeleri açığa çıkararak, uluslararası otoritenin sınırsız ve sorgulanamaz kabul edilen kudretini ve her türlü denetim tekeli elinde bulundurduğuna inanılan çağdaş devlet aygıtını kalbinden vuran, sansürlenemezlik, anonimlik ve takip edilemezlik iddiası bağlamında gelişkin şifreleme metodları kullanan; dünyanın her yerinden ve tüm meslek gruplarından, binin üzerinde kayıtlı gönüllünün çabalarıyla uygulamaya konulan bir yeni medya uygulamasıdır" (Erdem, 2011, p. 17). WikiLeaks 2006'da kurulmasına rağmen dünya gündemine girmesi 2010 yılında olmuştur. 2010'da WikiLeaks ABD Dışışleri Bakanlığı ile dünyanın dört bir yanına yayılmış ABD konsoloslukları arasındaki hassas yazışmaları içeren ve Watergate skandalına ithafla 'Cablegate' olarak adlandırılan belgeleri yayınlamaya başlamıştır (Uçkan & Ertem, 2011). Amerika'nın işlediği savaş suçlarını ele alan belgelerin sızdırılması bütün dünyada derin bir etki yaratmıştır.

WikiLeaks anonimliği ve takip edilemezliği sağlamak için gelişkin şifreleme tekniklerine sahiptir. Hükümetlerden sızdırılan bilgiler bir kez yayınladıktan sonra yeni medyanın sağladığı teknolojik alt yapısı sayesinde sansürlenmesi artık imkansız hale gelmektedir. Dijital aktivizmin etkisi WikiLeaks'den hemen sonra, Tunus'tan başlayarak Mısır, Libya, Cezayir, Yemen, Ürdün ve Suriye gibi otokratik Arap devletlerine yayılan devrim dalgası ile devam etmiştir. Uçkan ve Ertem (2011), Arap baharı açısından WikiLeaks'in; bu isyanın daha çok tetikleyicisi ya da katalizörü olduğunu söylemişler ve internetin bir iletişim kanalı olduğu kadar, bir örgütlenme ve eylem kanalına dönüştüğüne dikkat çekmişlerdir.

Arap Baharı dünyanın tanıklık ettiği en büyük ve etkisi açısından en önemli dijital aktivizm örneği olmuştur. Arap dünyasında bozulan sosyo ekonomik koşullar,

yolsuzluğun giderek artması, yozlaşma, kötü eğitim şartları ve fırsat eşitsizlikleri; 2011 yılında başta Mısır olmak üzere diğer Arap ülkelerine sıçrayan Arap Baharı hareketini başlatmıştır. Arap Baharı’nda yeni medya aracılığıyla insanlar örgütlenmiş ve özellikle gençler aktivist tutumları sayesinde politik bir değişim sağlanması taleplerini dile getirmişlerdir. “Medya özgürlüğü ile demokrasinin olmayışı, bütün olarak toplumsal yapının tamamen demokratikleşmesine yönelik mücadeleleri motive etmiştir. Arap Baharı bağlamında, özellikle El cezire gibi yayın araçlarıyla koordinasyon halindeki sosyal medya, karşı hegemonyanın temel taşı olmuş ve Tunus ile Mısır gibi farklı ODKA ülkelerindeki zorbalığı ve totaliterliği ortadan kaldırmaya dönük aşağıdan yukarıya baskı unsuru haline gelmiştir” (Chalifaouat, 2014, p. 60).

Arap dünyasındaki bu hareketin sonrasında bütün dünyada örnekleri görülen ‘İşgal Et’ (Occupy) hareketleri başlamıştır. Londra, Yunanistan, İspanya ‘Öfkeli Hareketi’ (Los Indignados), ‘Gezi Parkı’ örneklerinde olduğu gibi küreselleşen İşgal Et hareketleri yaşanmıştır. Fuchs’a göre (2016): “İşgal Et hareketi, sınıfı önemli bir konu haline getirmiştir. Wall Street’i işgal et demokratik süreç üzerinde büyük bankalar ve çok uluslu şirketlerin aşındırıcı gücü olduğunu ve Wall Street’in ekonomik bir çöküş yaratmada rolünün üretimde büyük durgunluğa neden olduğunu savunmaktadır” (p. 23).

İşgal Et hareketinin Türkiye’deki yansıması Gezi Parkı hareketidir. Arap Baharı ve sonrasındaki işgal hareketleri ile benzerlikler gösteren bu hareket, Türk siyasi hayatında benzeri görülmemiş bir etki yaratmıştır. Gezi Parkı hareketi ile birlikte ana akım medyaya olan güven iyice yitirilmiş ve bu süreçte tüm gelişmeler alternatif medya ve mecralar üzerinden takip edilmiştir. Bu süreçte sosyal medyanın, özellikle Facebook ve Twitter’ın, yoğun bir biçimde hem haberleşme hem de haber aktarımı için kullanıldığı söylenebilir. “Eylemlerin düzenlenmesi, gerçekleştirilmesi (barikatların kurulması ve savunulması, polislerle köşe kapmaca oynama sürecinde Twitter etkili bir araç olmuştur) ve aynı zamanda haberleştirilmesi için sosyal medya kullanılmıştır, bu anlamda Türkiye’de gerçek bir sosyal medya devrimi yaşanmıştır” (Çoban, 2014, p. 19).

Arap Baharı ile İşgal Et hareketlerinin ortak noktaları vardır. Bunların ilki, yatay örgütlenmeye dayanan bu eylemlerin hiçbirinde dikey hiyerarşik bir liderlik biçimine rastlanmamasıdır. Sosyal ağlar özellikle yatay hiyerarşiyi destekler. Lidersiz fakat sosyal ağların hareketliliğe geçirme ve çevrimiçi örgütlenme yeteneği sayesinde büyük kitlelerin katılım sağladığı ve seslerini duyurabildikleri eylemler düzenlenebilmiştir.

İkinci ortak özellik ise bütün eylemlerde mobil telefonlar aracılığıyla sosyal medya üzerinden yayın yapılmasıdır. Sosyal medyanın etkileşimli ve katılımcı doğasına karşı, tekelleşmiş ve yanlı yayın yapan ana akım medyanın yozlaşmış yapısı; bu hareketlerde sosyal medyayı ön plana çıkartmıştır. Bu anlamda özellikle Twitter, haber akışı sağlamada ve aktivistleri organize edip harekete geçirmede önemli bir rol üstlenmiştir. Dijital aktivizm, çevrimdışı ve çevrimiçi sivil eylemciliği ve siyasi katılımı arttırmada muazzam bir yeteneğe sahiptir. Dijital aktivizm son yıllarda sosyal ve politik değişimi başarıyla desteklemiştir (Suwana, 2019).

Aktivistler, çevre, kadın, eğitim, sağlık, hayvan hakları vb. toplumsal ve siyasal konularda; özellikle Twitter, Facebook, YouTube gibi sosyal ağlar aracı ile çok geniş kitlelere ulaşabilme, kampanya düzenleme, eğitim verme, bilgi paylaşma olanaklarına sahip olurken, bunları düşük bir maliyet, yer ve zaman sınırı olmaksızın gerçekleştirebilmektedir. Dijitalleşmiş küresel aktivist hareketlerin dışında ulusal ve yerel boyutta da dijital aktivizm hareketleri bulunmaktadır. Bu hareketlerin Türkiye'deki ilk örneklerinden birisi 'Genç Siviller' olarak adlandırılan harekettir. Twitter aracılığı ile dönemin Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ü hedef alan hareket "Yassıada Demokrasi Adası Olsun" kampanyasını başlatmıştır. Yine ülkemizde Change.org gibi imza kampanyası düzenleyen siteler aracılığı ile pek çok dijital aktivizm örneği olabilecek kampanyalar yürütülmektedir.

Dijitalleşme ve Engelli Aktivizmi

Engelliliğin, her ülkenin kendi yasal mevzuatında ve ayrıca uluslararası kuruluşlarca tanımı yapılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü engelliğin, bireyin mevcut sağlık durumuyla çevresel, fiziksel, toplumsal koşulların etkileşimi sonucu ortaya çıktığını belirtir. "Engellilik kavramı, yetiyitimi, bireyin etkinlikleri yerine getirmede yaşadığı sınırlamalar, topluma katılımında yaşadığı kısıtlamalar ve bunların birbiri ile etkileşimi için kapsayıcı bir terim olarak kullanılmaktadır" ("Engelsiz Türkiye İçin...", 2013, p. 11). 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanun'da ise, fiziksel, zihinsel, ruhsal ve duysal yetilerinde çeşitli düzeyde kayıplarından dolayı topluma diğer bireyler ile birlikte eşit koşullarda tam ve etkin katılımını kısıtlayan tutum ve çevre koşullarından etkilenen bireyi engelli olarak tanımlanmıştır. Günümüzde engellilik kuramcılar arasında en yaygın kabul gören yaklaşım sosyal modeldir. Bu model, ABD ve İngiltere gibi ülkelerde 1950'li ve 1960'lı yıllardan itibaren hak temelli engelli aktivizmi hareketlerinin ardından oluşturulmuş bir yaklaşımdır. Böylece engellilik tıbbi bir

rahatsızlıktan ziyade sosyal bir sorun olarak ele alınmaya başlamıştır. “Bu model, engelliliği, engellilerin toplum yaşamında yer alma fırsatlarını tamamen sınırlayan veya kaldıran çevresel ve sosyal engeller açısından tanımlar” (Altman, 2001).

Engelli kişilerin trajik ve çaresiz oldukları klişeleri, tıbbın ve yardım kampanyalarının, engellilerin yaşamlarında oynadığı derin rolün bir ürünüdür. “Engellilerin çaresiz ve kendi yaşamlarını düzenlemede ve kurmada yetenezsiz olduklarını varsayan dünya görüşüne karşı, bağımsız kuruluşların gösterileri, güçlü bir meydan okuma olmuştur” (Hughes, 2009, p. 689). Toplumsal olarak, engelli bireylerin yaşam olanakları kısıtlanmakta, bireylerin benlik algıları bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Engellilik her bireyin hayatının bir noktasında karşılaşılabileceği bir olasılıktır. Engelli bireylere karşı toplumsal ayrımcılığın devam etmesi; engelli bireylerin, diğer bireylerle eşit şartlarda hayata katılamaması demektir. Bu algının değişiminde engelli aktivizminin önemli bir yeri vardır.

Engelli aktivizmi, savunuculuk (advocacy) faaliyetlerinde bulunan engellilerin politika gündemini; yerel, ulusal veya uluslararası düzeyde iletmeyi amaçlayan faaliyetlerini karakterize etmek için kullanılan bir terimdir. Engelli aktivizmi, engelli kişilerin kendilerini ilgilendiren konuları görünür kılma çabalarına aktif katılımlarını ifade eder. “Engelli aktivizmi, doğrudan eylem ve yüzleşme taktiklerini içerdiği için diğer hak savunuculuğu biçimlerinden ayrılabilir. Kavramsal olarak, savunuculuk hedefleri ve stratejik taktikler, yüksek düzeyde bir yüzleşme ya da görünürlük aralığında değişebilir” (Albrecht, Bickenbach, Mitchell, Schalick, & Snyder, 2006, p. 24). Örneğin, engellilerin bir caddede trafiği engellemesi veya bir mağazanın girişini engellemesi gibi barışçıl bir sivil itaatsizlik eylemi, yüksek derecede yüzleşme ve görünürlük gerektiren aktivist bir eylemdir. Toplantı veya mitingler ise daha az çatışma içeren taktiklerdir. Dilekçe imzalamak veya koalisyon kurmak gibi taktikler ise düşük yüzleşme derecesine sahip eylemlerdir.

Bütün aktivist hareketlerin karakterinde olduğu üzere, çoğu engelli aktivizmi için de medyanın dikkatini çekecek ve gündem yaratacak taktikler kullanmak önemlidir. Medyada yer almak ise yüksek derece yüzleşme içeren faaliyetlere girdiği için, daha fazla çatışma içeren eylemleri kullanmayı gerektirebilir. Bu durum ise polis baskısı ve grup üyelerine karşı yasal işlem başlatma olasılığını arttırmaktadır. Bunlar, engelli hakları savunucularının, savunuculuk sürecine girerken karşılaşılabilecekleri risklerdir. Geleneksel medyada gündem olabilmek ise eylemin

niteliği kadar politik bir takım süreçleri de içerdiklerinden sanıldığından zor hale gelmiştir. Oysaki yeni medya, ana akım medyayı bypass edici bir rol üstlenebilmektedir. Polat'a göre (2005, p. 437); "geleneksel medyanın aksine yeni medya, yüksek miktarda bilginin hızlı ve ucuz bir şekilde yayılmasını sağlar. Ayrıca kullanıcıların bilgileri ücretsiz olarak birden fazla kullanıcıya göndermelerine olanak verir. Dolayısıyla, her bilgi tüketicisi aynı zamanda bir bilgi üreticisidir." Bu nedenle, yeni medya üzerinden planlanan, organize edilen ve/veya eylemliliğe çağrı yapan hareketler, insanların farkındalıklarını yükseltmiş ve eleştirdikleri politikaları ifade edebilmelerini ve tepkilerini dile getirebilmelerini sağlamıştır.

Yeni medya, dezavantajlı gruplar içerisinde yer alan engelli bireylere sağladıkları olanaklar açısından olumlu etkileri olan bir araç olarak görülmektedir. Yeni medyanın 'devrim' niteliğindeki özelliklerinden biri, engelli kişilerin de engelsiz internet kullanıcıları ile aynı şekilde çevrimiçi iletişim kurmalarını ve eşit görünmelerini sağlayan teorik fırsattır (Bowker & Tuffin, 2003). Yeni medya teknolojilerini kullanan sosyal hareketlerin yükseliş; ırk, cinsiyet, cinsel yönelim ve engellilik alanlarında hem akademik hem de kurumsal tartışmaları beraberinde getirmiş ve sosyal politikalarda yapılması gereken değişimleri zorlamıştır.

Huffaker (2006), genç yaştaki bloggerlar üzerine yaptığı çalışmada, çevrimiçi ortamın fiziksel kısıtlamaları daha esnek hale getirdiğini ve kullanıcıların kendi kimliklerini kendilerinin inşa edebileceği yerler olduğunu savunmuştur. Herhangi bir engeli olmayan bireyler için oldukça sıradan bir durum olan bu iddia, engelli bireyler açısından oldukça önemli bir nitelik kazanır. Yeni medya kullanımı sanal kimlikler yaratmasının ötesinde bilgiye erişim sağlaması ve kolaylaştırması açısından da önemlidir. "Birçok engelli için, hareketlilik kısıtlamaları ve erişilebilir kamusal alanların bulunmayışı, bilgiye erişimin engellendiği anlamına gelir" (Thoreau, 2006, p. 443). Ayrıca, yeni medyada içerik üretme kolaylığı, engelli bireylerin zaman, mekan ve hareket kısıtlarına maruz kalmadan diğerleri ve engelli bireylerle çevrimiçi bağlantı ve iletişim kurabilmelerini sağlamıştır.

BBC'nin sahip olduğu ve engellilere yönelik Ouch! isimli web sitesi üzerine yaptığı araştırmada Thoreau (2006), web sitesinin, ana akım medya tarafından sunulanlara kıyasla önemli ölçüde farklı bir engelli portresi çizdiğini ortaya koymuştur. Web sitesinin sadece bilgilendirici değil aynı zamanda, eğlendirici içeriklerle; engelli merkezli, deneyim temelli, aktif ve engelli bireyler için olumlu algı ürettiğini

saptamıştır. Bu bağlamda, web sitesinde engelli insanların büyük çoğunluk olarak temsil edildiğini, engelli olmayanların ise “öteki” olarak görüldüğünü saptamıştır.

2010 yılında İngiltere’de engelli fonlarının düşürülmesinden sonra aktif hale gelen Kesintilere Karşı Engelliler (DPAC) aktivist hareketi üzerine araştırma yapan (Pearson & Trevisan, 2015), 2012 Paralympic Oyunlarında çevrimiçi ve geleneksel medya yakınsamasını analiz etmiştir. 2012 Paralimpik Oyunları sırasında DPAC’nin, çevrimiçi etkinliklerinin analizini ve geleneksel haber medyalarında engelli protesto kapsamının niteliksel içerik analizini kullanarak, kampanyanın çevrimiçi varlığının geleneksel medya kuruluşlarının ilgisiyle tamamlandığını açığa çıkartmışlar ve hibrid bir sistem kurmanın önemli olduğunu vurgulamışlardır. DPAC’nin, Ocak 2015’te Bağımsız Yaşam Fonu’nu destekleme etkinliği sırasında yayınlanan kampanyacılar tarafından verilen sınırlı görünürlüğü gidermek için güçlü bir Twitter varlığı çağrısında bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu da tıpkı diğer aktivist hareketlerde olduğu gibi engelli aktivizmi için hem yeni medyayı hem de geleneksel medyayı kullanmanın ne derece önemli olduğunu göstermiştir.

Yeni medya bir bilgi kaynağı, bir iletişim ortamı ve sanal bir kamusal alan olarak (Polat, 2005, p. 436) ele alındığında; haber sitelerinde, sosyal ağlarda, forumlarda vb. çevrimiçi ortamlarda engellilik üzerine üretilen ve paylaşılan mesajların içeriği önem kazanmaktadır. Engellilik savunucularının dijital aktivizm aracılığı ile hangi konuları gündeme getirdiği, hangilerini arka plana ittiği konusu da engelli aktivizmi açısından irdelenmelidir. Dijital aktivizm, STK’lar gibi kurumsal örgütlenmelerin yanı sıra bireysel deneyimlerin ifade alanlarından birisi olduğu için; engelli kullanıcıların bireysel bazda dile getirdikleri politik, sosyal, ekonomik talepler ile yaşam kaliteleri ile ilgili yaptıkları paylaşımlar önem kazanmaktadır. Engellilik durumunu deneyim üzerinden ele alan araştırmacılar, engellilikle ilgili meselelerin sadece engelli sorunlarını çözmek olmadığını, onların yaşadıkları farklı deneyimleri kendi aralarında paylaşmalarının dahi oldukça önemli olduğunu dile getirmektedirler (Barnes & Mercer, 2003). Bu anlamda sosyal ağlar, deneyim aktarımını sağlamada son derece başarılı mecralar olarak ön plana çıkmaktadır.

Engelli aktivizminde yeni medya teknolojilerinin olumlu katkıları olduğu kadar tehlikeleri üzerine yapılan çalışmalarda çevrimiçi ortamın iddia edildiği gibi engelli insanlar için özgürleştirici olmayabileceği üzerinde durulmaktadır. Yeni medya engelli

insanların çevrimiçi ortamda kendi kimliklerini oluşturmalarına izin verirken, etkileşime girdikleri kişilerin de aynı Őeyi yapmalarına izin vermektedir. Bowker ve Tuffin'in (2003) internet kullanan engelli kişiler üzerine yaptığı araştırma, çevrimiçi faaliyetlerin bir sonucu olarak zarar verme ve aldatma riskini açığa çıkarmıştır. Bir başka boyutu ile dijitalleşmiş engelli aktivizminde, diğer hareketlerde olduğu gibi, çevrimiçi ortamda gözetim, engelleme veya çevrimiçi eylemlerden dolayı gözaltına alınma, hapisle cezalandırma gibi caydırıcı riskler de bulunmaktadır.

Türkiye'de Engellilik Verileri

Türkiye'de nüfusun yaklaşık %12,26'sı engellidir ("Engelsiz Türkiye İçin..."; 2013). Ülkemizde bu konuda yapılmış olan son çalışma, 2002 yılında Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı'na aittir. Son on yedi yıldır devletin istatistiksel bir veri oluşturmaması oldukça üzücüdür. Çünkü engellilik sorununa ilişkin politikaların oluşturulması, geliştirilmesi için detaylı bir analiz yapmak elzemdir. Engelliler için ayrılan devlet bütçesinin dağılımı ve geliştirilmesi ancak güvenilir ve amaca uygun nitelikte verilerin toplanmasıyla mümkün olabilir.

Türkiye'de de sosyal model bağlamında engelli bireylerin hakları uluslararası sözleşmeler, Anayasa ve ilgili yasalarla korunmaktadır. Uluslararası sözleşmeler bağlamında Birleşmiş Milletler Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme, birçok ülkede engelli hakları kapsamında yol gösterici bir rehber olarak görölmektedir. BM'nin yanı sıra Türkiye, Avrupa Konseyi'nin Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, Avrupa Sosyal Őartı ve Avrupa Kentsel Őartı'nda yer alan düzenlemeleri de dikkate almaktadır. "Yasalarda eksiklikler olmasına rağmen, engelli hakları açısından önemli gelişmeler de gelmiştir; ancak uygulamada önemli sıkıntılar yer almaktadır. Toplumda engelliliğe yönelik önyargılar, yanlış bilgiler, damgalayıcı ve ötekileştirici tutumlar, yasaların uygulanmasını ve engellilerin sosyal hayata katılımında önemli sorunları beraberinde getirmekte, bu durum da sosyal model anlayışının sağlıklı bir zeminde ilerleyebilme olanağını daraltmaktadır" (Özgökçeler & Alper, 2010, p. 43).

Türkiye'de engelli hakları savunuculuğunun, genel anlamda kamu kurumları tarafından yürütöldüğü gözlenmiştir. Batı'da başta ABD ve İngiltere olmak üzere 1970'li yıllardan itibaren görölen engelli aktivizmi hareketlerine dair yapılan araştırmalar gibi Türkiye'deki engelli aktivizminin tarihçesini ele alan araştırmaya rastlanmamıştır. Bu engellilik çalışmalarının olmadığı anlamına gelmemekle

beraber, bu durumun değerlendirmesine ilişkin bir tasnif yapmak makalenin konusu dışındadır. Google Scholar’da ‘engelli’ sözcüğü ile yapılan taramada 18 bin sonuç çıkmasına karşın, içinde ‘engelli aktivizmi’ kelimesi geçen tek makaleye ve ‘engelli hareketi’ kelimesi geçen sekiz makaleye rastlanmıştır. Her iki kelime öbeğinde yer alan çalışmalar, Türkiye’deki engelli aktivizmini ele almamıştır. Akademik engelli aktivizmini ele almaması pek çok nedenle açıklanabilir. Örneğin Türkiye’de engelli bireylere yönelik eğitim, sağlık, ekonomi vb. politikaların, yasal düzenlemelerin ve toplumsal koşulların problemler alanlar olması; araştırmacıların bu konulara yönelmelerine neden olmuş olabilir. Engelli bireylerin, bu alandaki sivil toplum kuruluşlarının ya da sivil inisiyatiflerin hak savunuculuğu anlamında örgütlü eylemlilik, lobi faaliyetleri vb. içinde olmamaları/olamamaları da bir neden olabilir. İhtimallerden bir diğeri akademik engelli aktivizmini göz ardı etmesi olabilir.

İletişim alanında ya da bu alana temas eden akademik çalışmalarda engelli bireylerin, medyadaki temsilleri (Serttaş & Güngör Eral, 2017), internet ve sosyal medya kullanma alışkanlıkları (Köten & Erdoğan, 2014), mobil teknolojiler ve özellikle eğitim amaçlı yeni medya uygulamaları (Kınay, 2016; Çakır, Çetin & Abidin, 2013) vb. konuların ele alındığı görülmüştür. Bu çalışmalar arasında dijitalleşmiş engelli aktivizmine ilişkin örnek bir çalışma, Doğru ve arkadaşlarının, ‘Engelli Bireylerin Turizm Hizmetlerine Yönelik E- Şikâyetleri’ (Doğru, 2014) adlı makalesidir. Çalışmada, Türkiye’de en çok kullanılan şikâyet siteleri incelenerek, engelli bireylerin ulaşım ve konaklama alanında aldıkları hizmetlerle ilgili ulaşılan 56 şikâyet, analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçları engelli bireylerin en fazla şikâyet ettikleri konuların çalışanların engelli turistlere karşı olumsuz tutum ve davranışları, fiziksel ortamların engelli ihtiyaçlarına yönelik olmaması ve işletmeler tarafından engellilere verilen ek hizmetler için haksız yere ücret talep edilmesi veya kanunen yapılması zorunlu indirimlerin yapılmaması olduğunu ortaya koymuştur.

AMAÇ VE YÖNTEM

Yeni toplumsal hareketler ve aktivizmi konu edinen çalışmalarda, toplumsal cinsiyete, ırk ve etnisiteye dayalı ya da sınıf farklılıklarına dayanan toplumsal dışlama mekanizmaları analiz edilmeye başlanmıştır. Geniş anlamda insan hakları çalışmaları kapsamında yer alan bu konular içinde engelli çalışmaları ve özelinde engelli aktivizmi yabancı literatürde ilgi gören bir konu haline gelmiştir. Engelli bireylerin

toplumsal hayatta karşılaştıkları çevre, sağlık, eğitim, istihdam vb. sorunlarını daha kuramsal ve kapsayıcı bakış açılarından ele alan çalışmalar yapılmıştır. Türkiye’de engellilik konusu devasa bir sorun alanı iken, dijitalleşen aktivist hareketler kapsamında, engelli aktivizmi üzerine yapılmış kapsamlı bir çalışmanın olmaması; bu makalenin hazırlanmasındaki en önemli itici güç olmuştur.

Amaç

Bu makale, Türkiye’de çevrimiçi yeni medya ekolojisinin, engelli aktivizmi ile ilişkisine odaklanmıştır. Yeni medyanın toplumun çoğunluğu tarafından kullanılmaya başlandığı bir dönemde; kadınlar, çocuklar, azınlıklar gibi dezavantajlı gruplar içerisinde yer alan engelli bireylerle ilgili üretilen çevrimiçi içeriğin ne olduğu araştırılmıştır. Bu anlamda makalenin amacı Türkiye’de engelli aktivizminin boyutlarını anlama, bu kapsamda üretilen çevrimiçi içeriğin niteliklerini açığa çıkartmaktır. İncelenen literatür taraması bağlamında bu çalışma, altı temel araştırma sorusunu incelemektedir:

1. Engellilik ile ilgili dijital içerik üreten kullanıcıların sosyo-demografik özellikleri nelerdir?
2. Engellilik üzerine dijital içerik üreten kullanıcıların mesleki ve ilgi alanları nelerdir?
3. Türkiye’de engellilik üzerine üretilen dijital içeriğin coğrafi dağılımı nedir? Engelli hakkı savunuculuğu hangi bölgelerde yoğunlaşmaktadır?
4. Dijital ortamda engelli kelimesi ile birlikte hangi konularda etiket paylaşılarak içerik üretilmiştir?
5. Türkiye’de engellilikle ilgili üretilen içeriğin çevrimiçi medya türlerindeki dağılımı nedir? İçerik üretmek için en çok hangi platformlar kullanılmaktadır?
6. Engelli aktivistleri yeni medyayı nasıl ve hangi amaçlarla kullanmaktadır?

Yöntem

Dijital teknolojiler gündelik hayatımızın içine tesir etmiştir. Aktivistler, Twitter, Instagram, YouTube gibi platformlardan sadece birisini seçmemekte, farklı platformları bir arada kullanmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla, çalışmanın örneklemini olarak tek bir ortamla araştırmayı sınırlandırmak yerine farklı platformları kapsayan bir araştırma yaklaşımı tercih edilmiştir. Böylelikle konuya çok yönlü perspektif üzerinden yaklaşılmaya çalışılmıştır.

Makalenin araştırma tasarımı açısından en can alıcı noktası hangi verilerle çalışılacağı sorusudur. Dijital araştırmacılar için büyük veriye sahip olanlar ve büyük veriye sahip olmayıp, açık kaynak araçları ile standart veri setleri üzerine araştırma yapanlar arasında önemli ayrımlar vardır. Sosyal medya verisine erişim, ticari kaygılar içeren ve siyasal yanı da son derece ön planda olan bir konudur. Dolayısıyla bu çalışma da dâhil olmak üzere satın alınmadan ulaşılan veriler, büyük veriyi yansıtmaz. Fakat analiz edilen çevrimiçi verinin eksikliği, anlamlı bulgulara erişilmesine engel değildir. Büyük veri her zaman ‘daha iyi veri’ anlamına gelmeyebilir. Bu makalede olduğu gibi tamamen nicel olarak tanımlanmayan, bağlamına oturtulmuş, göreceli olarak küçük fakat zengin veri setleri ile gerçekleştirilen nitel web içerik analizleri, anlamlı bulgulara ulaşmak açısından önemlidir.

Dijital veri kullanan araştırmacılar için, veri analiz etmede teknik işlemlerin etkisini anlamak önemlidir. “Araştırmacılar bu tür veri setleri ile uğraştıkça; algoritmaların keskinliğini ve kod yazıcıların bağlama duyarlı değerlendirmelerini en üst seviyeye çıkarmak için, bütün süreç içerisinde hesaba dayalı ve moral yaklaşımları birbirinin içine geçirerek daha iyi sonuç alabilirler” (as cited Brooker, Barnett, Cribbin, & Sharma, 2016, p. 37). Bu makalede, yeni medya izleme araçlarından elde edilen veri setleri araştırmacı tarafından tasnif edilmiştir. Eldeki veriler, aynı zamanda bu verilerin sınırlarını, bu setlere hangi soruların sorulacağı ve web içerik analizine konu olacak kategorilerin belirlenmesindeki sınırlılıkları anlamayı zorunlu kılmıştır. Bu nedenle araştırma sürecinde hem teknik hem de sosyal olgular bir arada ele alınmaya çalışılmıştır. Çalışmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesine bağlı kalarak; teknik açıdan veri setlerinden, büyük verinin görece küçük bir parçası ile elde edilen bilgilerin analizinin, literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Bu çalışmada, 19 Ocak 2019 ve 26 Ocak 2019 tarihleri arasında, Türkiye’deki çevrimiçi ortamda (çevrimiçi gazete ve haberler, TV/Radyo, haber ajansları, bloglar, forumlar, Twitter, Google+, YouTube, Ekşi Sözlük) içinde engelli sözcüğü geçen içerikler araştırılmıştır. Veri setlerinin değerlendirilmesi için içerik analizi tekniği kullanılmış ve elde edilen bulgular betimsel yöntem aracılığıyla değerlendirilmiştir. Veriler analiz edilirken üç aşamalı bir süreç izlenmiştir. İlk aşamada açık kaynaklı dijital izleme aracından elde edilen hazır veri setlerinin betimlemesi yapılmıştır. Bu veriler dijital ortamda kullanıcıların kendi yarattıkları veriler aracılığı ile elde edilen (yaş, cinsiyet, konum vb.) standart veri setleridir. Bu veriler temalarına göre kategorize

edilmiştir. İkinci aşamada birbiriyle ilişkili veriler bir araya getirilmiştir. Son aşamada ise veriler kavramsal çerçeve bağlamında yorumlanarak anlamlandırılmıştır.

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması için veri setlerinden elde edilen bilgilerin detaylı verilmesi ve uzman görüşünün alınması gereklidir. Bu çalışmada geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması için gözlemciler arası güvenilirliğe başvurulmuş; kodlamalar ve kod anahtarı objektif bir gözle, iki öğretim üyesi uzman tarafından değerlendirilmiştir. Çalışmada yer alan değerlendirmeler ile diğer uzmanlar tarafından yapılan değerlendirmenin birbirine benzer oluşu araştırmanın güvenilir olduğunu göstermiştir. Ayrıca veri toplanmasından analize kadar olan tüm basamaklar detaylı bir şekilde anlatılmıştır.

Çalışmanın 19-26 Ocak tarihlerini içermesi nedeni, 31 Mart 2019 tarihinde Türkiye’de yerel seçim yapılacak olmasıdır. Partilerin seçim faaliyetlerinin içerisinde yer alan bu tarih dilimi, engelli bireylerin hak savunuculuğu için her türlü sosyal, ekonomik ve politik taleplerini ifade edebilecekleri, seçim öncesi örgütlenme ve eylemlilik için harekete geçebilecekleri bir süreci içerdii için uygun bulunmuştur.

Araştırmada engelli aktivizmi ile ilgili içeriğin niteliği ve yeni medyanın bu amaçla nasıl kullanıldığını ortaya çıkarmak önemlidir. Bu nedenle çevrimiçi içerik analiz edilmelidir. Daha önce de ifade edildiği üzere bu araştırmada blog, sözlük, çevrimiçi haber sitesi vb. olmak üzere yeni medya ortamında üretilen tüm içerik ele alınmıştır. Dijital izleme aracından elde edilen veriler ise çevrimiçi ortamda (%84.8’lik bir oran ile) en çok içeriğin Twitter’da üretildiğini ortaya çıkmıştır. Twitter, ana kütle grubunu temsil edecek büyüklükte ve nitelikte bir veri kaynağıdır. Araştırmanın amacını ortaya çıkaracak anlamlı bulgulara ulaşılmalarını sağlayacağı için kullanıcıların, Twitter’da engellilik ile ilgili ne hakkında içerik ürettiği, kategorisel olarak analiz edilmiştir. Bu nedenle de Twitter’da en çok etkileşim alan ilk 100 tivit örneklem olarak belirlenmiştir. Twitter’daki etkileşime dair değişkenler kullanıcıların yorum, beğenme, yeniden tivit etme sayıları ve paylaşımı yapan hesabın etki (impact) faktörü göz önüne alınarak oluşturulmuştur.

Twitter aynı zamanda bireysel kullanıcıların, gazetecilerin, habercilerin, kamuoyu önderlerinin, siyasilerin, iktidar yanlısı ya da muhalif her türlü ideolojideki bireylerin, ünlülerin, sivil toplum kuruluşlarının bir arada olduğu sosyal ağıdır. Geleneksel medyada yer alan basın yayın kuruluşlarının, ajansların da haber amaçlı kullandığı

ortak bir platformdur. Özellikle aktivist hareketler tarafından bilgi, mobilizasyon, örgütlenme amaçlarıyla etkin bir şekilde kullanıldığı da yukarıdaki bölümde ele alınmıştır. Bu nedenler de içerik analizi için Twitter’ın örneklem olarak alınmasını desteklemiştir. Twitter’da en çok etkileşim alan içeriklerin kategorisel analizi için yedi farklı kodlayıcı kullanılmıştır: Bireysel içerikler, haber içerikleri, siyasi içerikler, diğer sivil inisiyatif ve STK içerikleri ile resmi kurum ve engelli platformları içerikleri.

Türkiye’deki çevrimiçi gazete ve haberler, TV/Radyo, haber ajansları, bloglar, forumlar, Twitter, Google+, YouTube ve Ekşi Sözlük’ü içeren çevrimiçi ortamın verileri için; kullanıcıların yaş, meslek, ilgi alanı ve içeriğin çevrimiçi medya türlerine göre dağılımını belirleyen dört kodlayıcı kategorisi oluşturulmuştur.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Çevrimiçi ortamda engellilerle ilgili içerik üreten kullanıcıların yaş dağılımına baktığımızda en çok 25-34 yaş aralığındaki kullanıcıların aktif olduğu görülmektedir. Çevrimiçi ortamda yer alan 53 bin içeriğin %47.8’i, 25-34 yaş arasındaki kullanıcılar tarafından üretilmiştir. Ardından %31.1’lik oranla 18-24 yaş aralığındaki kullanıcıların içerik ürettiği saptanmıştır. %13.1’lik oranla 35-44 yaş arası kullanıcılar üçüncü sıradadır. 13- 17 yaş aralığında ise %4.6’lık bir içerik üretildiği ortaya çıkmıştır. 55-64 yaş ve 64 yaş üstü kullanıcılar ise toplamda %3.3 ile oldukça düşük düzeyde içerik üretmiştir.

Çevrimiçi ortamda içinde engelli sözcüğü kullanılarak üretilen paylaşımların cinsiyet dağılımına baktığımızda %61.5’lik bir oranla erkek kullanıcıların daha fazla içerik ürettiği saptanmıştır. Kadınların içerik üretmedeki oranı ise %38.5’dir. Dolayısı ile çevrimiçi ortamda üretilen engelli söyleminin toplumsal cinsiyet açısından maskülen bir dile sahip olabileceği görülmektedir. Bu konu ile ilgili bir başka analizde engelli bireylerle ilgili üretilen içeriğin, çevrimiçi ortamda eril ya da dişil, nasıl bir dil kullandığı araştırılabilir.

Çevrimiçi ortamda kullanıcılar kimliklerini açıklayabilir ya da sanal kimlikler üretebilirler. Bu araştırmadaki veriler gerçek kimlik mi sanal kimlik mi olduğuna bakılmaksızın, profillerinde yer alan bilgilere dayanılarak elde edilmiştir. Buna göre %6.57 ile en düşük fakat kamuoyu yaratmada en etkili olabilecek meslek grubu

gazeteciler çıkmıştır. %7.25 ile müzisyenler, %7.44 ile mühendisler, %7.96 ile avukatlar, %8.22 ile öğretmenler, %8.33 ile girişimciler, %11.2 ile sanatçılar, %11.8 ile yöneticiler, %12.23 ile öğrenciler; engelli sözcüğü içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Burada en yüksek çıkan %19.01 ile ifade edilen yazarlık ise edebi metin yazarlığı ya da kelime anlamından çok sözlük yazarlığı, Twitter yazarlığı gibi, yeni medya yazarlığı bağlamında algılanmalıdır.

Çevrimiçi ortamda engellilik ile ilgili içerik üreten kullanıcıların profillerinde yer alan ilgi alanları şu şekilde tespit edilmiştir (Tablo 1): Aile ve Ebeveynlik %22.62, Spor %11.71, Müzik %11.31, Yeme & İçme %10.31, Ünlüler & Magazin Haberleri %9.11, Edebiyat %9.01, Lise & Üniversiteler %8.31, Hayvanlar %6.81, Sanat %5.71 ve Yasalar %5.11.

Çevrimiçi üretilen içeriğin iller bazında dağılımı dikkate alındığında %54.4'lük pay ile ilk sırayı Ankara ve İstanbul illeri almıştır (Tablo 2). Onları %18.8 ile İzmir ve Eskişehir takip etmiştir. İki ilde toplam 39 bin 59 engelli sözcüğü içeren paylaşım yapılmıştır. Kilis, Tunceli, Ardahan, Muş, Bayburt, Gümüşhane illerinde hiç içerik üretilmemiştir. 53 bin 343 içerik paylaşımının %1.9 oran ile en düşük içerik üreten illeri Batman, Hakkâri, Bartın ve Uşak olmuştur. Metropol iller ekonomik ve sosyal gerekçelerle diğer illerden göç aldığı için nüfus yoğunluğunun en fazla olduğu yerleşimlerdir.

İçeriğe İlişkin Bulgular

Twitter'da içinde engelli kelimesi geçen paylaşımlarla beraber kullanılan etiketlerin analizi için kelime bulutundan faydalanılmıştır. 'Kelime bulutu', belirlenen kelime sıklığının, görsel bir gösterimidir. Terim, incelenen metnin içinde ne kadar yaygın görünürse, sözcük görüntüde o kadar büyük görünür. Kelime bulutları, yazılı malzemelerin odağını tanımlamak için basit bir araç olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır. Politika, işletme ve eğitimde, örneğin politik konuşmaların içeriğini görselleştirmek için kullanılan bir yöntemdir (Atenstaedt, 2012, p. 148).

Etiket kullanılan 3302 paylaşımda ilk sırada #EngelliKotasıYüzde5 (742 tivit), #Reis3binEnglliÖğrMüjde (175 tivit) ve #EnglliÖğrtmlre3binAtama (134 tivit) yer almıştır. Bu üç tivit neredeyse tüm tivitlerin 1/3'ünü oluşturmaktadır. Araştırma ile ilgili diğer tivitler #Engelli, #EngelliErişim, #engelsizÇukurova, #SpordaEngelYoktur, #EngllÖğrtSizeMinnettar ve #Engelsiz olarak saptanmıştır (Tablo 3). Genel olarak ele alındığında engelli istihdamına ilişkin taleplerin kelime bulutu içinde ağırlıkta olduğu

görülmektedir. Etiketler içinde spor alanına seslenen paylaşımların yapıldığı da dikkat çekmiştir. Gündemle bağlantılı olarak KHK kapsamında tutuklanana tahliye taleplerinin, Cumhurbaşkanı’na ve seçim sürecine dair etiketlerin, sağlık bakanlığına yönelik paylaşıldığı saptanmıştır.

Engelli aktivizmi açısından engelli bireylerin hükümet üzerinde istihdam baskısı oluşturma hedefi ile Twitter üzerinden örgütlenerek içerik ürettikleri ortaya çıkmıştır. Twitter, engelli bireylerin aynı tema üzerinden içerik üretmesine, bu içeriği tüm ülke çapında yaymalarına ve hedefe odaklı çevrimiçi ağlar oluşturmalarına katkı sunmuştur. Geleneksel yapıda aktivistler ya da hak savunucuları kendi aralarında örgütlenirler. Yeni medya ve dijital aktivizm olanakları ise merkezi ve geleneksel iletişim süreçlerinin dışındaki kitlelere erişim imkanı sağlamış, tersine hiyerarşi olanağı ile yukarıdan aşağı değil; aşağıdan yukarıya iletişimi mümkün kılmıştır. Dijital olanaklardan yararlanarak aktivistler, engelli bireyler için doğrudan Cumhurbaşkanı’ndan istihdam talep etmişlerdir. Bu durum kamuoyuna seslerini duyurabilmeleri ve medya görünürlüğü sağlanması açısından önemlidir.

Çevrimiçi ortamda engelli aktivizmi ile ilgili içeriğin %84.8 gibi oldukça büyük kısmı Twitter’da gerçekleşmiştir. Twitter’da incelenen bir haftalık süreçte, içinde engelli sözcüğü geçen 45 bin 196 içerik üretilmiştir. Ardından çevrimiçi haber yapan web sitelerinin en çok içerik üreten ortam olduğu saptanmıştır. Çevrimiçi haberlerin yüzdelik oranı 10.9, üretilen içerik sayısı ise 5 bin 796’dır. Ardından sırasıyla Bin altmış bir blog içeriği (çoğunluğu haber blogları), 5 yüz 98 forum içeriği, 4 yüz 72 gazete içeriği, yüz kırk bir TV/Radyo içeriği, yirmi üç ekşi sözlük içeriği ve Youtube’da 8 içerik paylaşılmıştır (Tablo 4).

Twitter’da en çok etkileşim alan ilk yüz içeriğin kullanıcılara göre dağılımına baktığımızda en çok bireysel kullanıcıların (%40) engellilik ile ilgili tivit paylaştığını görülmektedir. Onu %21 oranla çevrimiçi haber içerikleri takip etmektedir. Mart ayında yaklaşan seçimler dolayısı ile siyasi aktörlerin toplam içeriğin %19’unu ürettikleri saptanmıştır. Diğer sivil inisiyatifler ve sivil toplum kuruluşları ilk 100 tivit içinde %10’luk bir içerik üretmişlerdir. Engelli bireylerle ilgili resmi kuruluşların da içerik ürettiği (%9) ortaya çıkmıştır. Bütün bu içeriklerin içinde engellilik alanında çalışan sivil inisiyatif ya da sivil toplum kuruluşları gibi örgütlenmelerin içeriğin sadece %1’ini oluşturduğu görülmektedir (Tablo 5).

Bireysel kategoride (diğerleri de dâhil) üretilen içeriklerde en çok etkileşim alan paylaşım engelli bir bebeğe ait video paylaşımıdır. 5 bin 300 etkileşim yaratmış, 181 bin kişiye ulaşmış 648 RT, 4 bin 700 beğeni almıştır:

İşitme engelli bir çocuğun annesinin sesini ilk kez duyuşu ve tepkisi.. 🐱 İşte bu her şeye değer 🧡❤️ pic.twitter.com/rFhSsyxYZV (25/01/19 at 12:06 | Twitter | Turkey | twitter.com)

İzleyeceğiniz çok hassas bir video.. İşitme engelli bir baba ve onunla işaret diliyle konuşan dünyalar tatlısı kızı.. pic.twitter.com/OaAbKFBWre (23/01/19 at 00:34 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Engelli bireylerin özellikle de çocukların sempatik videolarını içeren bu tür popüler içeriklerin yanında engelli bireylerin yardım taleplerini dile getirdikleri içerikler dikkat çekmektedir:

Ben Ecrin %99 fiziksel engelli ve trombositopeni hastalığım var ben gördüğüm gördüğünüz salıncakta sallanamıyorum oyun parkında oynayamıyorum koşamıyorum yürüyemiyorum ve umutlarıma hayallerime veda ediyorum küstüm ben oyun parkına bir daha görmek istemiyorum pic.twitter.com/4HLDq0VViE (25/01/19 at 00:38 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Alper 22 yaşında İşitme engelli Kronik kalp hastası %78 şekilsel bozukluğu var Sokaktaki insanların tuhaf bakışlarından çok rahatsız Bu yüzden dışarı çıkmak istemiyor 4 yaşından beri onu hayata bağlayan tek rehberi RESİM Tek isteği var düzgün bir "İŞ" pic.twitter.com/TdZHirubsQ (23/01/19 at 01:19 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Bu kategoride dikkat çeken engelli hakları savunuculuğu içeren paylaşımlar, kelime bulutunda da karşımıza çıkan istihdam talepleri ile ilgilidir:

Engelli öğretmene verilen 500 kontenjan yetersizdir.Onlara bir engelde MEB'den gelmesin #EnglliÖğrtmlr3binAtama (23/01/19 at 22:20 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Sayın @tcmeb @ziyaselcuk bir engel de siz koymayın, tüm engelli öğretmenlerimizin atamasını yapın! #EngelliKotasıYüzde5 (21/01/19 at 23:20 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Haber içerikleri kategorisinde hem çevrimiçi yayın yapan hem de ana akım medyaların Twitter hesaplarında paylaştıkları içerikler bulunmaktadır. Haber içeriklerinde engelli bireylerin yaşadıkları ayrımcılık, kötü muamele gibi haberler ile çevrimdışı ortamdaki engelli aktivizmi haberleri sıklıkla tekrarlanmıştır:

“Engelliye ayda 2 bin 26 TL

...kuruş girebilecek. Engelli aylığı, en az yüzde 40 engelli olduğu tespit edilen kişilere ödeniyor ... olarak belirtilmesi, ayrıca ‘ağır engelli’ ibaresinin yer alması isteniyor. Bakım ücreti alacak... (21/01/19 at 03:47 | Online News | Turkey | ahaber.com.tr)

‘Bakan yeğeniyim’ dedi, doktora saldırdı

Ancak randevusuna geç kalan Emirhan A.’dan önce biri gebe ve biri de engelli hastanın içeri alınacağı, kayınvalidesinin daha sonra muayene odasına alınacağı söylendi.. İLGİLİ HABER Doktora hakarete...(23/01/19 at 19:07 | Online News | Turkey | sozcu.com.tr)

Siyasi içerikler kategorisinde siyasi aktörlerin (milletvekilleri, belediye başkan adayları, siyasal partiler vb.) engelli bireylere yönelik yaptıkları paylaşımlar yer almaktadır. Mart 2019’da gerçekleşecek olan yerel seçimler nedeniyle pek çok siyasi başta seçim faaliyetleri olmak üzere yapılan hizmetler, etkinlikler, seçim ziyaretleri vb. konularda paylaşım yapmışlardır:

Fatma Şahin @FatmaSahin (video)

Engelli çocuklarımızdan, gençlerimizden oluşan bu orkestra yarın Cumhurbaşkanımızı karşılayacak kismetse. 🎻 🎸 🎹 🎵 Son provalar öncesi ziyaret ettik. pic.twitter.com/Dax8jPlwmK (25/01/19 at 13:39 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Selin Sayek-Böketir

AKPM’de “istihdama erişimde ayrımcılık” ve “engelli-dostu işgücü için” başlıklı raporları tartışıyoruz. Ötekileştiren siyaset, yüzde 1’i kayıran ekonomik düzen değişmeden dezavantajlı grupların karşılaştığı adaletsizlik, ayrımcılık ve eşitsizlikler aşılamayacak. pic.twitter.com/vx7eaEnluN (23/01/19 at 21:58 | Twitter | Turkey | twitter.com)

Diğer sivil inisiyatifler ve sivil toplum kuruluşları da engelli bireylere yönelik içerik üretmişlerdir. Özellikle spor alanında ve KHK kapsamında tutuklanan engelli bireylerin

ya da ailelerinin yaşadıkları zorlukları ve onlar için yardım talepleri dile getirilmiştir. Resmi kurumlar ise engelli bireylere istihdam, güvenlik, hizmet vb. alanlarda duyuru ve bilgi verme amacıyla içerik üretmişlerdir. Ayrıca son kategoride yer alan engelli örgütlenmelerinin paylaşımında Türkiye Engelliler Platformu'na ait engellilik kotasının %5 artması ile ilgili bir içerik üretilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye nüfusu 81 milyon kişiye erişmiştir. Nüfusun şehirlerde yaşayan %75'inin, %67'si internet kullanmaktadır. Türkiye'de nüfusun %73'üne karşılık gelen kişi sayısının 59 milyonu mobil cihaz kullanmaktadır. Aktif sosyal medya kullanıcısı sayısı ise 51 milyon kişiye erişmiş durumdadır (Wearesocial digital report, 2018). Bu kadar yüksek bağlantılık oranları göz önüne alındığında, kullanım pratikleri açısından gençlerin, dijital teknolojilere daha çabuk adapte olduğunu ve içerik ürettiğini söylemek yerinde olacaktır. Engellilik durumu ile ilgili üretilen içeriklerin yaş dağılımına baktığımızda 18-34 yaş arası gençlerin, 78.9'luk bir yüzde ile ağırlıkta olduğu saptanmıştır. Türkiye'de engelli bireylerin 2018'e ya da daha yakın bir tarihe ait demografik bilgileri ile ilgili istatistiksel bir veri olmadığından; genç engelli verileri ile bir kıyaslama yapılamamıştır. Fakat bu durumun özellikle gençlerin gündeminde yer tuttuğu görülmektedir. 55 yaş üstü kullanıcıların, dijital göçmenler olarak internet erişim ve kullanım pratikleri gençlere oranla daha düşük seviyelerde olduğundan; çevrimiçi ortamda da ürettikleri içerik düşük seviyede kalmıştır.

Sosyal ağlar söz konusu olduğunda özellikle markalar, siyasi aktörler, lobi şirketleri vb. tüketicilerin ya da yurttaşların ilgi alanları aracılığıyla onlara hitap etmeyi amaçlarlar. Dolayısı ile Facebook ve Cambridge Analytica veri skandalında görüldüğü üzere hedef kitlenin ilgi alanlarını belirlemek oldukça politik ve değerli bir bilgi haline gelmiştir. Sosyal ağlarda üyelik sırasına ve sonrasında zaman akışına, ilgilenilen konuların gelmesi için kullanıcıların ilgi alanlarını eklemesi istenir. Bu sayede o alan ile ilgili konular hakkında kullanıcıya daha çok içerik gösterilir. Çevrimiçi ortamda engellilik ile ilgili içerik üreten kullanıcıların profillerinde en yüksek sırada Aile ve Ebeveynlik (%22.62) çıkmıştır. Burada ilk sıranın aile ve ebeveynlik olarak çıkması, engelli bireylerinin hem hak savunucularının başta aileleri olmasından hem de toplumsal açıdan engellilik durumundan öncelikle aileler etkilendiği için anlamlı görülmüştür. Diğer yandan en son sırada da olsa hukuk (%5.11) başlığının olması anlamlıdır. Çünkü Türkiye özelinde engelli hakları yukarıdaki bölümlerde ele alındığı üzere yasalar tarafından şekillendirilmektedir.

Bir Türkiye haritası aracılığı ile engellilik ile ilgili çevrimiçi içerik oranlarına bakmak oldukça dikkat çekicidir. Yaklaşık olarak İstanbul'da 15 milyon, Ankara'da 5.5 milyon insan ikamet etmektedir. Bu anlamda çevrimiçi içeriğin en bu illerde üretilmesi şaşırtıcı değildir. Belirlenen tarih aralığında elde edilen verilere göre engelli bireylerle ilgili içerik üretilmeyen altı il olduğu saptanmıştır. Bu sessizliği anlamak için farklı araştırmalar, özellikle saha araştırmalarının yapılması ilerideki çalışmalar için öneri niteliğindedir. Türkiye'nin doğusu ile batısı arasında üretilen içeriğin niceliği açısından ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu durumun nedenleri dijital bölünmenin yanı sıra bu durum gelir dağılımındaki bölgeler arası eşitsizlik, sosyo-politik ve kültürel farklılıklarda vb. aranabilir.

Kelime bulutunda ortaya çıkan verilere göre Türkiye'de çevrimiçi ortamda engelli haklarına yönelik aktivist içerik üretilmektedir. Dijitalleşen engelli aktivizminde iki talep net bir şekilde, Twitter gündemine girmiştir. Birincisi 4857 Sayılı İş Kanunu gereği "Engellilerin atanmasına tahsis edilecek kadro sayısının tespitinde, ilgili kamu kurum veya kuruluşunun, yurtdışı teşkilatı hariç, toplam dolu memur kadro sayısının %3'ü dikkate alınır" hükmünün değişmesi talebi. Engelli aktivizmi, yasada bu oranın %5'e çıkarılmasını #EngelliKotasıYüzde5 etiketi ile çevrimiçi gündeme taşımıştır. Kolektif olarak ifade edilen ikinci net talep ise, #Reis3binEngelliÖğrMüjde ve #EngelliÖğrtmlre3binAtama etiketlerinde görüldüğü üzere, engelli bireylerin eğitim dünyasına yönelik olan istihdam talepleridir.

Engelli aktivizminin çevrimiçi ortamda kendi hareketlerini oluşturmaları sayesinde, başta sempatizan gruplar olmak üzere diğer bireylere eylemleri ve talepleri hakkında bilgi verebilmeleri sağlanmıştır. Ayrıca ana akım medyada yeterince yer bulmayan hak talepleri için çevrimiçi iletişimin etkisini kullanma çabası içinde oldukları gözlenmiştir. Engelli aktivizmi açısından engelli bireylerin kendi fikir ve taleplerini yayınlama, seslerini duyurabilme amacıyla çevrimiçi ortamı yatay ve açık bir iletişim kanalı olarak kullandıkları saptanmıştır. Engelli aktivizmi çerçevesinde tıpkı diğer dijital aktivist hareketlerde görülen ortak pratikler göze çapmaktadır: Aktivist hareketler için çevrimiçi iletişim ortamlarının benimsenmesi ve kullanma süreci, hak savunuculuğu bağlamında ortak hedefler (iş, sağlık, eğitim, sosyal haklar vb.) belirleme ve kolektif becerilerin dijital olarak etkinleştirilmesi; siyasal ve toplumsal örgütlenmelerin dikey yapısına karşı kullanıcıların kendi mesajlarını üretmesi ve yayınlamasına katkı sağlayacak yatay bir örgütlenme biçimi.

Engelli bireyler sosyal hayat başta olmak üzere, eğitimden çalışma hayatına kadar çeşitlilik gösteren, pek çok alanda egemen toplumsal pratikler aracılığı ile inşa edilen toplumsal eşitsizliklerle mücadele etmek zorunda kalmışlardır. Dijital aktivizmde yeni medya deneyimleri, bireylerdeki değişime etki eden ve onları iktidarın nesnelere politik öznelerle dönüştüren, dolayısıyla da toplumsal değişime yol açan alanlar olduğunu göstermiştir. Bu nedenle burada ele alınan engelli aktivizmde olduğu gibi tüm aktivist alanlarda, bireyler kendilerine ya da toplumsal gruplarına ait anlatılarını, arzularını ve taleplerini karşılamak için yeni medyayı nasıl kullanacaklarını öğrenirler. Türkiye’de çevrimiçi platformlarda engelli aktivizminin izlerine rastlanmış; toplumsal eşitsizliklere karşı engelli bireylerin haklarını savunmak için kendi taleplerini dile getirmenin kolektif yöntemlerini yeni medya ortamında kullandıkları saptanmıştır. Makale kapsamında ele alınan engellilik aktivizminin Türkiye’deki dijital boyutları açığa çıkarılmıştır.

Araştırmanın açığa çıkardığı bir diğer önemli husus ise iletişim alanında engelli bireylere yönelik kısıtlı sayıda çalışmanın yapılmış olmasıdır. Bu veri özellikle iletişim alanında engellik konulu araştırmalara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Gelecekte bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için, saha araştırmaları yapılması önemli bir gerekliliktir. Engelli bireylerin, hak savunuculuğunda medyanın rolü, medyadaki temsil biçimleri, medya kullanım alışkanlıkları, dijital medyadan nasıl ve ne amaçlarla yararlandıkları gibi konularda etnografik, nitel ve nicel araştırmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almamıştır.

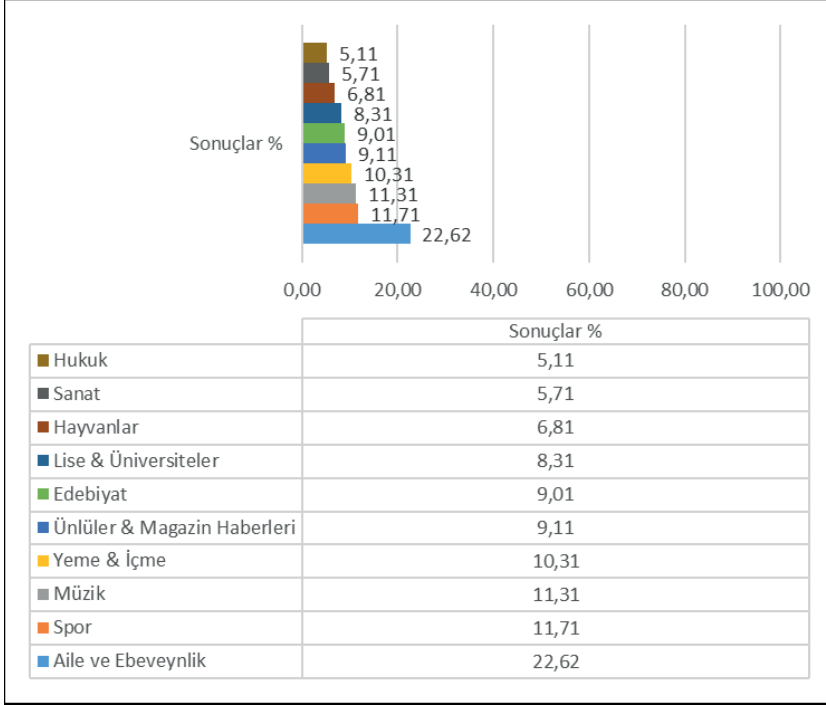
KAYNAKLAR

- 5378 Sayılı Engelliler Hakkında Kanun. (2005). T.C. Resmî Gazete. Retrieved from <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5378.pdf>
- Albrecht, G. L., Snyder, S. L., Bickenbach, J., Mitchell, D. T., & Schalick III, W. O. (2006). *Encyclopedia of disability*. USA: Sage Publication.
- Altman, B. (2001). Disability definitions, models, classification schemes and applications. In G. Albrecht, K. Seelman, & M. Bury (Eds.), *Handbook of Disability Studies* (pp. 97–122). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Atenstaedt, R. (2012). Word cloud analysis of the BJGP. *British Journal of General Practice*, 62(596), 148.
- Barnes, C., & Mercer, G. (2003). *Disability: Key Concepts*. Cambridge, UK: Polity.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bowker, N., & Tuffin, K. (2003). Dicing with deception: People with disabilities’ strategies for managing safety and identity online. *Journal of Computer Mediated Communication*, 8(2). <https://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2003.tb00209.x>
- Brooker, P., Barnett, J., Cribbin, T., & Sharma, S. (2016). İlk ‘büyük veri sorununu’ çözebildik mi? Sosyal medya analizleri için veri toplama ve görsel temsili ilgilendiren uygulamalı konular. In Roberts, S., Snee, H., Hine, C., Morey, Y., Watson, H. (Eds.), *Sosyal Bilimler İçin Dijital Yöntemler* (S.E. Karakulakoğlu, Trans.), (pp. 34-51). İstanbul, Turkey: Nobel Yayınları.
- Burnett, R., & Marshall, D. (2004). *Web Theory: An Introduction*. UK: Routledge.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1. Cilt* (E. Kılıç, Trans.). İstanbul, Turkey: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Chalfoauat, A. (2014). Nijerya’yı işgal et hareketi işçi sendikaları ve petrol sübvasyonu mücadelesi. In B. Çoban (Ed.), *Sosyal Medya Devrimi* (pp. 59-77). İstanbul, Turkey: Su Yayınları.
- Çakır, H., Çetin, Ş., & Abidin, B. A. Ş. (2013). İtme engellilere yönelik dinamik web sayfasının geliştirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 6(2), 1-9.
- Çoban, B. (2014). *Sosyal medya d/evrimi*. In B. Çoban (Ed.), *Sosyal medya devrimi* (pp. 9-22). İstanbul, Turkey: Su Yayınları.
- van de Donk, W., Loader, B.D., Nixon, P.G., & Ruch, D. (2004). *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. London, UK: Routledge.
- Doğru, H., Kaygalak, S., Çavdarlı, M. C., & Bahçeci, V. (2014). Engelli bireylerin turizm hizmetlerine yönelik e-şikâyetleri. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 33-47.
- Engelsiz Türkiye İçin: Yolun Neresindeyiz? Mevcut Durum ve Öneriler Raporu. (2013). Sabancı Üniversitesi. İstanbul, Turkey: Sabancı Üniversitesi Yayınları.

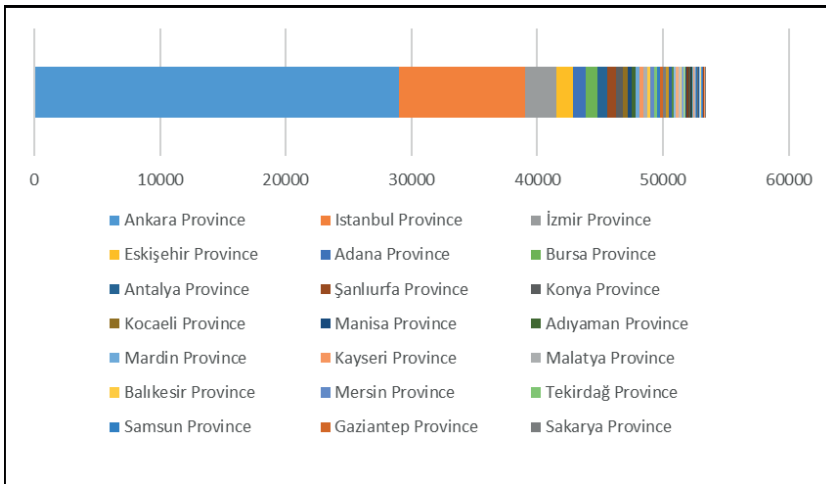
- Erdem, B. K. (2011). Radikal demokrasi kurami bağlamında yeni medyanın geleceği: 'wikileaks örneği'. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 40, 5-24.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. (D. Saraçoğlu & İ. Kalaycı, Trans.). İstanbul, Turkey: Nota Bene Yayınları.
- Gereffi, G. (2001). Beyond the Producerdriven/ Buyer-driven Dichotomy The Evolution of Global Value Chains in the Internet Era. *IDS Bulletin*, 32(3), 30-40.
- Hughes, B. (2009). Disability activism: Social model stalwarts and biological citizens. *Disability & Society*, 24(6), 677-688.
- Huffaker, D. (2006). Teen blogs exposed: The private lives of teens made public. Presented at the American Association for the Advancement of Science (AAAS) in St. Louis, MO., February 16-19. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.556.1504&rep=rep1&type=pdf>
- Joyce, M. C. (2010). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. New York, USA: International Debate Education Association.
- Kınay, Ö. (2016). Bedensel engellilerin kamusal alanda ulaşılabilirliği: "Engelsiz dünya" mobil uygulamasının sosyal sorumluluk projesi olarak incelenmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 6(2), 168-180.
- Köten, E., & Erdoğan, B. (2014). Sanaldan gerçeğe ağlara tutunmak: Engelli gençlerin Facebook'ta sosyalleşme deneyimleri. *Alternatif Politika*, 6(3), 333-358
- Pearson, C., & Trevisan, F. (2015). Disability activism in the new media ecology: campaigning strategies in the digital era. *Disability & Society*, 30(6), 924-940.
- Polat, R. K. (2005). The Internet and political participation: Exploring the explanatory links. *European Journal of Communication*, 20(4), 435-459.
- Sertaş, A., & Güngör Eral, A. (2017). Türkiye'de Yayınlanan Çizgi Dizilerde Engelli Bireylerin Temsili: TRT Çocuk Kanalı Örneği. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi*, 44.
- Sivitanides, M., & Shah, V. (2011). The era of digital activism. In *Conference for Information Systems Applied Research*, 4(1842).
- Suwana, F. (2019), What motivates digital activism? The case of the Save KPK movement in Indonesia. *Information, Communication & Society*, <https://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2018.1563205>
- Thoreau, E. (2006). Ouch!: An examination of the self-representation of disabled people on the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 442-468.
- Özgökçeler, S., & Alper, Y. (2010). Özürlüler kanunu'nun sosyal model açısından değerlendirilmesi. *Business and Economics Research Journal*, 1(1), 33-54.
- Uçkan, Ö. (2012). "Dijital aktivizm" mi, "aktivizm" mi? Retrieved from <https://spotdergi.wordpress.com/2012/05/30/dijital-aktivizm-mi-aktivizm-mi/>
- Uçkan, Ö., & Ertem, C. (2011). *Wikileaks: Yeni Dünya Düzenine Hoşgeldiniz*. İstanbul, Turkey: Etkileşim Yayınları
- vanDijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Trans.). İstanbul, Turkey: Kafka Yayınları.
- Wearesocial Digital Report (2018). Retrieved from <https://digitalreport.wearesocial.com/>

TABLolar VE ŞEKİLLER

Tablo 1: Kullanıcıların İlgi Alanı Dağılımı



Tablo 2: Türkiye'de Çevrimiçi İçerik Üretiminin illere Göre Dağılımı

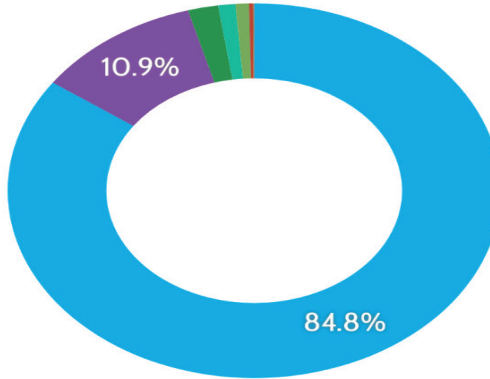


Tablo 3: Kelime Bulutu: En Çok Paylaşım Yapılan İçerikler

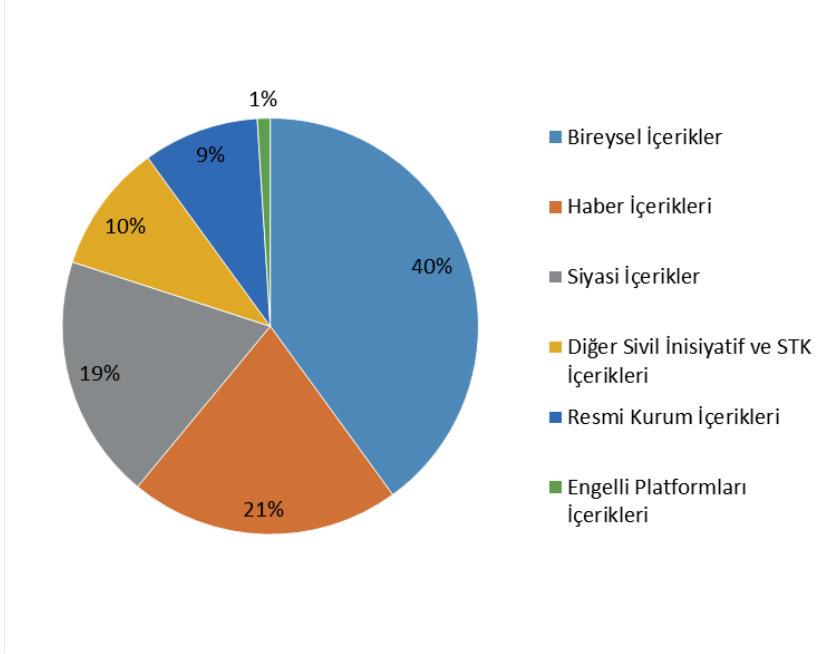
RELATED TOPICS



Tablo 4: İçeriğin Çevrimiçi Medya Türlerindeki Dağılımı



Tablo 5: Twitter’da En Çok Etkileşim Alan İlk 100 İçeriğin Kategorisel Analizi



EK 1: Kodlama Listesi

A. Kullanıcıların Yaş Dağılımı

1. 13-17 yaş aralığı
2. 18-24 yaş aralığı
3. 25-34 yaş aralığı
4. 35-44 yaş aralığı
5. 45-54 yaş aralığı
6. 55-64 yaş aralığı
7. 65 yaş ve üstü

B. Kullanıcıların Mesleki Dağılımı

1. "Gazeteci
2. Müzisyen
3. Mühendis
4. Avukat
5. Öğretmen
6. Girişimci
7. Sanatçı
8. Yönetici
9. Öğrenci
10. Yazar

C. Kullanıcıların İlgi Alanları Dağılımı

1. Hukuk
2. Sanat
3. Hayvanlar
4. Lise ve Üniversite
5. Edebiyat
6. Ünlüler ve Magazin
7. Yeme ve İçme
8. Müzik
9. Spor
10. Aile ve Ebeveynlik

D. İçeriğin Çevrimiçi Medya Türlerine Göre Dağılımı

1. Twitter
2. Çevrimiçi Haberler
3. Bloglar
4. Forumlar
5. Gazeteler
6. Tv Radyo
7. Ekşi Sözlük
8. YouTube
9. Google +

Twitter'da En Çok Etkileşim Alan İçeriklerin Kategorisel Analiz Tablosu

Kodlama Listesi	Dijital İçerik
Bireysel İçerik	Kullanıcıların engellilik durumu ile ilgili bireysel paylaşımları (Ör: Yardım talebi, yasal konularla ilgili görüş bildirme, farkındalık içerikleri vb.)
Haber İçerikleri	Engelli bireyler hakkında çevrimiçi haber paylaşımları (Ör: Çevrimiçi haber platformlarının engellilik üzerine yaptığı haberler vb.)
Siyasi İçerikler	Engellilerle ilgili siyasi aktörlerin paylaştığı içerikler (Ör: Yerel seçimler kapsamında yaptıkları ziyaretler, projeler vb. üzerine paylaşımları)
Diğer Sivil İnisiyatif ve STK İçerikleri	Çalışma sahası engelli olmayan fakat engelliler hakkında içerik paylaşan diğer sivil inisiyatif ve STK'lar (farkındalık ve yardım kampanyaları vb. hakkında yapılan paylaşımlar)
Resmi Kurum İçerikleri	Resmi kurumlar tarafından yapılan paylaşımlar (Ör: Türk Polis Teşkilatı, Belediyeler gibi resmi kurumların engelli bireyleri ilgilendiren faaliyetleri ile ilgili resmi duyuruların paylaşımı)
Engelli Platformları İçerikleri	Engelli bireylere fayda sağlamaya yönelik olarak çalışan sivil inisiyatif ve STK'ların ürettikleri içerikler

EK 2: Değişkenler Listesi

Twitter / Etkileşime İlişkin Değişkenler	Kullanıcıların Yorum Sayısı
	Kullanıcıların Beğenme Sayısı
	Kullanıcıların Yeniden Tivit Etme Sayısı
	Paylaşımı Yapan Hesabın Etki (Impact) Faktörü

Rhetorical Activism in Politics: Stability Discourse and Pragmatic Practicality in Times of Crisis

Şermin TEKİNALP¹, Seyra KESTEL²



¹ Prof. Dr., İstanbul Esenyurt University,
Department of Public Relations and
Advertising, İstanbul, Turkey

² Res. Asst., İstanbul Esenyurt University,
Department of Public Relations and
Advertising, İstanbul, Turkey

ORCID: Ş.T. 0000-0002-9874-6059;
S.K. 0000-0001-6105-8810

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Şermin Tekinalp,
İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Halkla İlişkiler
ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye
E-posta/E-mail: sermintekinalp@esenyurt.edu.tr

Geliş tarihi/Received: 09.03.2019

Revizyon talebi/ Revision requested:
20.03.2019

**Son revizyon teslimi/ Last revision
received:** 10.05.2019

Kabul tarihi/ Accepted: 29.05.2019

Atf/Citation: Tekinalp, S., & Kestel, S. (2019).
Rhetorical activism in politics: Stability
discourse and pragmatic practicality in times
of crisis. *Connectist: Istanbul University Journal
of Communication Sciences*, 56, 153-178.
<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0022>

ABSTRACT

This article aims to investigate how successfully the dichotomy between stability and crisis is used as a medium of effective political activism and power in a critical election. The main question of the article is how the parties took advantage of the political climate in their political rhetoric to activate the mental cognitions of the majority at a time when Turkey was struggling with internal and external problems. In the framework of the research question, it is analyzed whether the parties, which were represented in the Turkish Parliament, utilized the dichotomy between stability and crisis in the context of pragmatic practicality or were lost obsessively in the normative, theoretically inductive long term ideals such as democracy, human rights and gender equality. In this context the term 'rhetorical activism' is associated to the term 'pragmatic practicality'. The principal objective of the article is to help increase consciousness of how the political rhetoric of the ruling party AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi/Justice and Development Party) comprising the catchword "stability" contributed to the domination of the mental cognitions of the electorates, and so increased its votes by 10% in five months in November 1, 2015 elections.

Keywords: Rhetorical activism, crisis, stability, pragmatic practicality, idealism

EXTENDED ABSTRACT

The principal objective of the article is to help increase consciousness how the political rhetoric of the ruling party AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi/Justice and Development Party) comprising the catchword “stability” contributed to the domination of the mental cognitions of the electorates, and so increased its votes by 10% in five months in November 1, 2015 elections. The article investigates how the political parties made use of the political and social situation of the country in their political rhetoric to activate the voters’ preferences. Drawing on this aim, the article focuses on the contextual critical analysis of the propaganda speeches of the four parties, (AKP/Justice and Development Party, CHP/Republican People’s Party, MHP/Nationalist Movement Party, HDP/Peoples’ Democratic Party) given on October 31, 2015 on Turkish State Channel TRT1, broadcast just one day before the November 1 general election. TRT1 was chosen, because each party was allowed equal time to make their last propaganda speeches (10 minutes) a day before, on the eve of the elections. The propaganda speeches of each party is analyzed in the context of rhetorical activism, which can closely be associated to pragmatic purposive practicality, reinforced mainly by the theories of context Van Dick’s (2010, p.10), commonsense (Fairclough, 1989, p. 89) and Aristotle’s (1992) master rhetorical tools (pathos, logos) to project how each party utilized these 10 minutes.

Propaganda speeches of four political parties are recorded and categorized to investigate how parties conceptualized the political situation in Turkey, whether they pursued pragmatic practicality in the contexts based on the present or in the contexts of future-based idealistic goals. To analyze how parties conceptualized the political and social issues to get public consent, four discourse analysis tools of Gee (2011, pp. 150-184) are used. Situated Meaning Tool (SMT) covers the analysis of the meanings behind words to capture the parties’ world views and values, Figured World Tool (FWT) helped us to analyze how parties refer to a picture of a simplified world view they take ideal, typical or normal and the Big “D” Discourse Tool (BDDT) refers to how party spokespersons talk as members of the party’s social and cultural background. The discourse topics to be investigated were categorized under six headings. They are ‘stability’, ‘exhortation for voting’, ‘inveigling the voters’, ‘promotion of the party’, ‘condemnation’, ‘woman issues.’

Topics in political speech may influence what people see as the most important information of text or talk (Duin & Grayes, 1988). We have found that topics, if presented in the right time and setting with the right discourse materials (metaphor, metonymy, myth, emotional linguistic references, practical reasoning) correspond to the top levels of people's mental models. In the context of rhetorical activism and pragmatic practicality, we found that the AKP speaker tried to penetrate into the cognitive framework of the conservative audience by concentrating on facts at hand rather than long term idealistic goals and made the best use of the chaotic political and social situation, in other words, infused into the electorates' internal thought processes through a powerful Turkey image to end the crisis. All the other parties, in the midst of increasing terror, spent more time on the constant criticisms of the AKP, mostly on the lack of democracy, corruption, poor governance, women issues and promotion of their party ideals. Drawing on Chilton's (2014, p. 204) assumption pointing out to the "fear of intruders and unknown people", we can claim that fear and rescue dichotomy stimulated automatically mental frames of the voters. We have seen that the AKP categorized its political priorities over and the advantages of a powerful Turkey ornamented with Islamic and nationalist myths. The use of stability metaphor has different connotations in the party messages. We strongly claim that, if controlled with an effective rhetoric, crises benefit a strong government in office and further empower its status.

INTRODUCTION

The AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi/Justice and Development Party), which held a majority of seats for 16 years in Turkey, obtained 258 seats in the Parliament with 40.9% of the votes in the June 7, 2015 election. The result was a shock to the party as it lost its majority so could not form a government. Only five months later, on November 1, 2015 the elections were renewed resulting in victory for the AKP who increased its votes over the June 7 elections by almost 10 % with 317 seats. As for the political situation in Turkey before and during the election, four main issues attracted public opinion: Conflict between Turkey and the PKK (Partiya Karkerên Kurdistan) had been ongoing since 1984 and resulted in some 40,000-100,000 fatalities and great economic losses for Turkey as well as spiritual and physical damage to the Kurdish population. The 'Peace Process' with the Kurdish movement did not generate a real confidence in public opinion. Another crucial problem area was the problems created by Gülen Movement (Hizmet) led by Fethullah Gülen, who made severe attacks to overthrow the Government. The Syrian war was another hot topic especially by the opposition. Turkish government's strategy was "based on the assumption that the USA and the West would put their weight behind toppling the Assad regime in the fall of 2011, as in Libya earlier in the same year." (Yetkin, 2016). Syrian war affected negatively the Turkey-Syria border security, army expenses, economy and tourism. Overwhelming influx of refugees into Turkey during the Syrian war had reached over 2.5 million by 2015. This made Turkey the host country with the largest refugee population in the world (Carpio & Wagner, 2015).

When AKP came into power in 2002 by the support of religious conservative votes in the main, the current polarization between the secularists and Islamists changed its direction in favor of the religious conservatives. The rise of the new conservative capitalist new class has been influential in the transformation and moderation of the AKP. This conservative middle class played an important role across Anatolia in the transformation, globalization and moderation of the AKP in the first five years. However, poorly planned state and public expenditures, overconfidence, insistence mainly on souping up religious societies, conservative capitalists, clinging to uncontrolled power, ignoring the needs and demands of the opposition and impoverished sections of the society led the country to economic and political crisis. As the crisis started to show its visible effects in public, AKP adhered to a mythic nationalistic discourse promoting a sociocognitive context for stability and power against real and imaginary enemies inside and outside the country.

The article focuses on the contextual critical analysis of the propaganda speeches of the four parties, (AKP/Justice and Development Party, CHP/Republican People's Party, MHP/Nationalist Movement Party, HDP/Peoples' Democratic Party) given on October 31, 2015 on Turkish State Channel TRT1, broadcast just one day before the November 1 general election. TRT1 was chosen, because each party was allowed equal time to make their last propaganda speeches (10 minutes) a day before, on the eve of the elections. It is assumed that each party, given such a limited time on the eve of a very critical election would concentrate on their core political messages in order to maximize perceptions. The propaganda speeches of each party is analyzed in the context of rhetorical activism, which can closely be associated to pragmatic purposive practicality, reinforced by the theories of context, relevance, commonsense and Aristotle's (1992) master rhetorical tools (pathos, logos) to project how each party utilized these 10 minutes.

Background Literature

Critical sociocognitive approaches to language use, discourse and power, discourse and discrimination, discourse and ideology and creating common sense by media messages grew into an international research methodology for critical studies (Fairclough, 1995, 2001; Fowler, 1991; Gamson, 1992; Gee, 2011; Smitherman & van Dijk, 1988; Van Dijk, 1989, 2002, 2010; Wortham & Reyes, 2015). Critical Discourse Analysis (CDA) primarily examines this control, dominance, abuse of power and inequality. This article investigates the discourse structures of political parties' propaganda speeches, how they legitimate their demands, reproduce or challenge relations of power and dominance, how they use discourse as a tool of power, authority, oppression, perception management and persuasion, how they are divided between idealism and materialism, in what meaning they use conceptual instruments such as metaphors and metonymies. To understand the sociocognitive structure of the discourse we have to refer to certain theories and assumptions which will contribute to understanding how power and perception management is reproduced. Aristotle's (1992) widely discussed rhetorical tools, pathos and logos, form the interrelated elements of the persuasive arts. Pathos appeals to feelings and emotions such as excitement, fear, love, and patriotism. Logos, which appeals to logic, means to convince audience by use of reasonable explanations. The AKP, for example, focused its political campaign on a powerful one-party rule and stability by referring to inside and outside dangers and created a mental frame that no other party has the capacity to perform the demanding tasks for the country.

Context model of Van Dijk (2010) claims that political situation affects speech. "It is not social situation that influences (or is influenced by) discourse, but the way the participants define such a situation" (p. 10). Edelman's (1977, p. 47) example attracts attention to how a contextual reality was distorted by the political rhetoric during President Kennedy's administration on the threat of Soviet missiles. They did not show "the maintenance of American missiles in Turkey, a few miles from the borders of the Soviet Union, as creating a crisis, but chose to define Russian missiles in Cuba as an intolerable threat." Drawing on the theoretical conclusion of Waisbord (2012, pp. 438-440), we can put forth that the strength and effect of a speech cannot be analyzed without reading the cultural and ideological DNA of a nation and the speaker. These assumptions simply indicate that discourse is shaped (or distorted) for power, economic and political interests in line with the expectations of the nation.

Common Sense Theory assumes that "a dominant discourse is subject of naturalization" (Fairclough, 1989, p. 89). Drawing on the theory, we can argue that AKP's political agenda, which were constructed on domestic and global enemies and effectively supported by the mainline media, have created a common sense consensus. The theory explains how power dominates sociocognitive frames of brains and is perceived as natural. Politicians usually apply to common fears of people such as enemies, terrorists, chaos, economic collapse, underdevelopment, unemployment, etc. As Chilton (2014, p. 204) points out "Fear of intruders and unknown people... might have an innate basis and be stimulated automatically in the political use of language. In the analysis we also investigate how parties make use of socio-economic fears.

AIM AND METHODOLOGY

Aim

The article investigates the power of rhetorical activism and its means leading to success. By 'pragmatic practicality' we mean concentration on facts rather than ideals, meeting political problems with practical solutions rather than ideological ones to secure practical goals. In the study we hypothesize that among all other reasons, pragmatic practicality making the best use of the political situation (in our case, crisis) at hand instead of long-term idealistic goals (in our sample, women's rights) and canalizing electorates' perceptions to stability and security played a

great role in the election results. The literature is reevaluated in the context of political activism, which is a policy of taking direct, and often militant action to achieve a political and social end. Drawing from this description, we can put pragmatic practicality into the category of most effectual means of rhetorical activism to achieve an end in politics. In broader terms, we can conceptualize activism in two contexts: Rhetorical (political propaganda speeches, political debates) and operational (demonstrations, protests, strikes, etc.). This paper analyzes the propaganda speeches of four political parties broadcast in TRT on the eve of the November 1, 2015 general election to find out the tools of rhetorical activism in the context of pragmatic practicality to affect the electorate.

Methodology

To analyze how parties conceptualized the political and social issues to get public consent, Critical Discourse Analysis (CDA) is chosen as research technique, because it deals with social problems, power relations, political issues (Fairclough & Wodak, 1997, pp. 271-280). Gee's (2011, pp. 150-184) critical analysis tools are used to explore the meanings behind the nuanced words/phrases of the party speakers. Situated Meaning Tool (SMT) covers the analysis of the meanings behind words to capture the parties' world views and values, Figured World Tool (FWT) helped us to analyze how parties refer to a picture of a simplified world view they take ideal, typical or normal and the Big "D" Discourse Tool (BDDT) refers to how party spokespersons talk as members of the party's social and cultural background.

Sampling and Categorization of the Discourse Topics

Propaganda speeches of the four political parties broadcast in State Television Channel TRT1. These speeches are recorded and categorized to investigate in which mental frame and how parties conceptualized the political situation in Turkey. Did they pursue pragmatic practicality in the contexts based on the present or on the future story or in the context of future-based idealistic goals?

The discourse topics were categorized under six headings and the minutes each party allocated for each topic were calculated. The categorization involved 'stability' (commitments for a stable and peaceful Turkey), 'exhortation for voting' (encouraging citizens in the context of their story to go to ballot box), 'inveigling the electorate'

(praising voters by appealing to religious, traditional or ideological codes in salutations), 'promotion of the party' (highlighting their mission and commitments), 'condemnation' (criticizing opposition parties or other nations in the context of their cognitive mental frames), 'woman issues' (gender equality, democracy, human rights in the context of idealistic goals).

FINDINGS

Data obtained as a result of the critical discourse analysis of the propaganda speech of the AKP Prime Minister, Ahmet Davutoğlu broadcast in State Television Channel TRT1 focusing mainly on "stability" and "power":

Stability for a Powerful Turkey (04.55 mins)

The Prime Minister draws two very simplified contradictory world pictures between Turkey and conceptualizes a rigid dichotomy between fear of chaos and stability (FWT). He thus addresses to the emotional centers of the electorates' brain (pathos) to share a common view about what is harmful, good-evil, just-unjust and pragmatically attempts to rationalize his mythical focal priority by situating Turkey (SWT) as an island of stability. Charteris -Black (2014, p. 7) calls this 'epideictic' oratory originating from Greek Word 'show' or 'display'. He pragmatically reinforces the importance of stability by associating it to the story of democracy and development (logos), because he expects that the audience already knows the cognitive framework of his hints and relies on them to fill in the gaps and details (relevance theory).

The metonymy of 'one party rule' corresponds to the peaceful Turkey under AKP's rule. The Prime Minister makes a very simplified practical reasoning (FWT) by using two contradictory concepts (the stable versus the unstable) to emphasize the difference not only between the AKP and other parties, but also the Turkey under AKP's rule and all the other nations. In the context of logos (reasoning) incomplete syllogism (enthymeme) is a classical political persuasion method. Peace is practically associated in broader sense with pragmatic simple reasoning to Quranic "halal and good votes" (lawful, permissible by God), which is suitable to the party's ideological background (BDDT) and that of the religious electorates. By religious metaphors he activates the unconscious and mythic emotional responses in electorates' mental frames (pathos).

The Prime Minister pragmatically conceptualizes the fear of terrorists by relating it to the increase of terrorism after the results of 7 June elections, in which AKP had lost its majority in the Parliament (logos: enthymeme). This means that AKP governance is a must to end terrorism and voters' fears. He therefore emphasizes in broader terms the inevitability of stability to make democratic reforms with a very practical reasoning (logos: enthymeme). "Menzil" metaphor, which denotes AKP's background (BDDT) and covertly implies a Turkey transformed into an Islamic system (relevance theory), is an Arabic word meaning in the above context 'the last point of the destination'. Associated with the "menzil" metaphor, AKP quite frequently uses the 'word' and 'road' metaphors pointing to their holy mission to arouse the electorate's feelings in such a way to gain sympathy (Aristotle's pathos).

On the 2nd of November, what kind of Turkey do you want to see? Do you want an unstable Turkey that looks to the future with fear or a Turkey hopeful for the future that promises democracy?... In many countries millions of people are protesting against their governments in streets for unemployment...6 to 7 neighboring countries are struggling with serious political crisis...Turkey has been an island of stability and development for 13 years... Everybody should concentrate on just a single thought. Look! We promise you stability. We want a developed Turkey, stability is a must...During one party rule, the country has been more secure, more peaceful and more developed...We promise you stability. Other parties do not promise you stability. Why? Because they have no chance to come to power by themselves. 'İnşallah' (if God wishes) AKP will come to power with your 'helal' (halal) and good votes and, thus, Turkey will experience another four stable years...We promise you peace, security and a democratic environment in such unstable times...Look! After the 7 June election results, all the terror organizations (PKK, DHKP-C, ISID), started to attack, fancying that Turkey will fall into a management void...We strived to take them down a notch day and night...To keep this peaceful and secure environment, we have to enhance democracy and make political reforms...We promise you a civil constitution...A political environment totally democratic, cleaned out from coup context. To fulfill this aim we need your support, your prayers and your votes...We have a message and a road to walk on... Support us, empower us, pray and vote for us... Thus our road will take us to our target (menzil).

Exhortation For Voting (02.15 mins)

To incite the electorate to vote, the prior concern of the speaker is security and the use of votes freely in terror areas. He attempts to appeal to the ordinary electorate's cognitive mental frames by simplified practical populist reasoning and over flattering statements: "No pressure and terror is more crucial than your free will," "Your votes are all blessed and valuable." is an exaggerated pragmatism buried in profound mythic cognitions.

Go to the ballot boxes confidently in peace...Use your votes with your free will in accordance to your decision...No pressure and terror is more crucial than your free will... I especially want to address my citizens in the South-East who would worry about the security of the elections in the region. Never hesitate to use your votes in peace as before. No pressure or terror is more crucial than your free will... (He addresses the young and disabled voters) Like others your votes are all blessed and valuable...Use your votes with your free will... (pathos, BDDT)

Inveigling the Electorate (00.56 mins)

The following quotation displays that the Prime Minister talks as a member of his social and cultural background through time and history (BDDT) and provides us with evidence with AKP's cultural and religious background. The contradictory terminologies of 'hayır/şer' (good/evil) is Quranic and prevails mostly in Islamic discourses, in which the word 'hayır' is preferred to secular substitute "iyi" (good); 'şer' to 'kötü' (bad). The cognitive references to conventional Islamic laudatory phrases such as "sizlerin huzurundayım" (I am in your presence), "hayırlı günler" (good days), reflects the highly reverential conservative and religious profile of the party (pathos). He salutes the audience with this reverential Islamic style of rhetoric.

Metaphoric or metonymic use of language reflects the cultural identity of the participants in a communication process (Chilton, 1985; Lakoff, 1993; Lakoff & Johnson, 1980; McGlone, 1996). As Lakoff (1993) argues, figurative language is mediated by unconscious metaphoric correspondences that structure human concepts, or as stated by Gibbs (1996, p. 309), metaphor "is a specific mental mapping that influences a good deal of how people think, reason, and imagine in everyday life". "It is through metaphor, metonymy, and syntax that linguistic references evoke mythic cognitive structures in people's minds" (Edelman, 1977). On the version of this view, we claim that the Prime

Minister uses the language to arouse emotions (pathos) for pragmatic purpose. The myth of grandfathers who shed their blood for this country is quite often used in Turkish political rhetoric. Metonymic evocation of 'shedding blood' for this country covers a larger structure of beliefs: Şehit (martyr) who died for this country, nationalism, enemies of the country. 'Şehit' is the highest honor accorded to the dead in Islam. If you have a 'word to say' and a 'road to walk on the way of Islam and Allah evokes mythic influence arousing feelings. They simplify issues by establishing trust for the AKP that is walking on the way of Allah. "If you have a word to say (if you prefer AKP) and 'a road to walk on' (the way we are directing you), "you only rely on Allah and the nation."

...I wish you good ("hayırlı") days. I hope this election will be "hayırlı" for our country, for all humanity and for each of you. We all came into your presence...This country is yours...Your grandfathers shed blood and lost their lives in the independence war. Each of your children will have rights in this country... None is superior to the other...If you have a word to say and a road to walk on, you only rely on Allah and the nation...I wish this election will be good ("hayırlı") for our people, for our heart geography ("gönül coğrafyası") and for all humanity... I promise you "hayırlı" election and a future with the prospect of a Turkey that we will be proud of, "inşallah" (if God wishes).

Promotion of the Party (01.33 mins)

In the following quotation 'Great Turkey' metonymy, which is a substitution of an attribute to great projects, reflects the social and cultural background of the AKP (BDDT) as well as the expectations engraved into the cognitive mental frames of its supporters. Development and greatness is associated only with tangible ostentatious construction and production projects rather than forming and pursuing ideals like human rights, democracy, gender equality, etc. The Prime Minister pursues pragmatic practicality by referring to a picture of a simplified world view, which is situated as ideal by the party (SMT).

We promise you to prospect a great Turkey...A Turkey which will be in the greatest ten in the global economy... A Turkey who is building the greatest airport in the world...A Turkey that has built three-storey tunnel under the Bosphorus ... A Turkey that will build Canal Istanbul...A Turkey that has built its own tanks...national instruments and weapons for defense ...A Turkey developing with totally national production... As Turkey grows, you will get a bigger share from the welfare. We observe the gap between the need and claim of wide sections of the society...

Condemnation

Null.

Woman Issues

Null.

Data obtained as a result of the critical discourse analysis of the propaganda speech of the CHP leader Kemal Kılıçdaroğlu broadcast in the State Television Channel TRT1 focusing mainly on the “promotion” of the CHP:

Stability for Honourable Future (00:10 mins)

The quotation below points out the promise of the CHP Leader to the electorate a ‘peaceful’ and ‘honorable future’. He does not focus on the current events which destroy peace, but situates a Turkey with an honorable future (SMT). By the ‘honorable future’ locution, he alludes to the ideals of democracy, respectable governance etc., which can be achieved in the long-term process. CHP, founded in 1923, has been a beacon for Turkish progressivism, which involved deep-rooted reformist ideologies (democracy, justice, equal distribution of wealth, gender equality, and reforms in every area) rather than pragmatic practicalities (BDDT). The speaker wants the electorate to use their votes for a Turkey the party is dreaming of. However vague, he implies a more democratic Turkey, albeit rather ambiguously.

On 1 November we will go to the ballot boxes. The key of a peaceful, honourable future, of a happy Turkey is in our hands...There is only one month to construct the Turkey we are dreaming of. I want you to give us sole authority to design the Turkey we are dreaming of. With love and respect.

Exhortation for Voting (00.15 mins)

The speaker wants the electorate to use their votes for a Turkey the party is dreaming of. However vague, he implies a more democratic Turkey, albeit rather ambiguously. “There is only one month to construct the Turkey we are dreaming of. I want you to give us sole authority to design the Turkey we are dreaming of. With love and respect.”

Inveigling the Electorate

Null.

Promotion of the Party (05.30mins)

There is no analogy, syllogism, enthymeme (logos) and appeals to emotions (pathos), positioning himself with relation to the audience. So many idealistic promises in one swoop encompassing directly democracy and development to be realized in the long term, which might have sounded vacuous for an ordinary citizen in the midst of terror actions.

...There is only one party to solve the problems of Turkey.... in the first 100 days first, we will pay one month extra wage every Ramadan and Kurban Bayram; second, we will issue the family insurance law, thus every family will get at least 750 TL...we will issue the Political Ethic Law...(Economic aid commitments to individuals, students, small and medium-sized enterprises, peasants)...Turkey will be a developing country competing with the World... We will restructure the education system... State will provide free lunch to all school children... We will abolish YOK (Higher Education Council) and bring autonomy to universities. In CHP's rule Turkey will impress the World agenda with great discoveries not with illegally built palaces... (reforms in media an internet) In this country nobody will be 'reasonable guilty', everybody will be a first class citizen...Under CHP rule there will neither be streets smelling of pepper gas, neither there will be journalists, writers, scientists prisoned because of their thoughts... We will provide international standards for free expression of thoughts and freedom of information...We will provide social peace and end fight among brothers. Nobody will feel the other as 'the other'.

Condemnation (03.56 mins)

The CHP Leader spends 3.56 minutes criticizing the state Turkish Radio and Television (TRT), the AKP and the lack of democracy in the country. He reads the law, gives the time allocated to the parties in the last 25 days and the money paid to the state channel TRT from the pockets of the citizens and condemns AKP. The state channel TRT received continuous criticism from the opposition for serving AKP and not representing all other parties. All these complaints, which is true and openly implies lack of media freedom

and democracy, might have sounded vacuous and too ideological for an ordinary citizen in the midst of terror actions. The speaker focuses his criticism on the AKP (as CHP repeatedly does) mostly on the lack of democracy, corruption and poor governance. We assume that in the midst of increasing terror actions, constant criticisms of the AKP, which lacks emotion (pathos) and striking persuasive appeals (logos) might have had vacuous impact on the mental frames of the electorate.

...I am addressing you from the TRT screen...This TRT is broadcasting against the law and is biased promoting just one party's interests... I want a Turkey creditable in the region and the world, rich and powerful. I want a Turkey who will not be identified with corruptions, prohibitions, terror, but with democracy... (He refers to the gender equality, unemployment, dying of young people during protests, and wants a peaceful Turkey)... A party, which is the source of all these problems cannot solve the problems of Turkey. Politics is not a place to make a living, it should not be done by building palaces and waterside mansions for the Sultan, by forming media pools. politics is for serving people.

Women Issue (00.01 min)

I want a Turkey where gender equality is ensured and our women could take part in all areas of life.

The social democratic party CHP, which should be a keen advocate of gender equality describes the party's ideology about women's issues in a single routinely stereotyped sentence, which might have sounded unmarked and lost among many other promises given in one swoop.

Data obtained as a result of critical discourse analysis of the propaganda speech of the HDP Spoke Person Pervin Buldan broadcast in the State Television Channel TRT1 focusing mainly on "women issue":

Stability for a Democratic Turkey (01.17mins)

'1 November' is used as the metonymy of a door leading to a democratic Turkey, where peoples of Turkey can live within all their differences on the basis of equal citizenship. In the context of peace and democracy, the speaker's main concern is on

equality of peoples and genders. Contrary to the AKP speaker who portrays a powerful government to establish security, HDP speaker focuses on the ideological outcomes of a long term reformist restructuring, which reflects the cultural and political mission of the party (BDDT). She situates her discourse on local democracies as well national (SMT). In this sense, stability and security can be established by democratic reforms. We can label these demands under the label of 'ideal' rather than 'practical' and 'pragmatic'.

7 June election was a turning point, in which our people said "yes" to peace, democracy and justice. HDP always advocated peace under every condition...we organized peace meetings. Because democratic policy is only possible in an environment, where people speak, not guns. We need real democracy and the greatest peace for this land together. You are not without alternatives. You are not obliged to carry robbers, tyrants on your back... the only formula is democracy, justice and peace. We are ready to take responsibility to provide an everlasting peace, deep-rooted democracy, local democracy, gender equality in every area, social rights of the retired, security in work and life conditions, protect ecologic life, freedom for all the oppressed. 1 November can open a door for a democratic Turkey where we can live within all our differences on the basis of equal citizenship...Let us open this door together.

Exhortation for Voting (00.20 mins)

She condemns war and encourages his electorates to vote for restarting the "peace process", which posits an ideally stereotyped picture for Turkey (democracy, gender equality, justice and peace).

Our people should respond to the Government (by their votes) that is vigorously fighting. We believe that these peace votes will cause the peace process to restart. You are not without alternative...

Promotion of the Party (02.07 mins)

The speaker figures an ideally stereotyped democratic picture for Turkey, which the party takes ideal, typical or normal (FWT).

My beloved citizens, The Government is trying to oppress our life styles by conflict policies, which we won by 7 June elections...In that election we had made a call for a democratic Constitution, limitless speech, thought, media, demonstration freedom... We had made a call for the autonomy of villages, provinces, cities... diffusion of democracy into the roots of the public, self-management, pluralism, rights for education in the native languages of all peoples, freedom to all beliefs, elimination of a single man rule and assimilation... We had a call for secure life styles, electricity, water, housing, education and health services free of charge... making the lives of our disabled citizens able...agricultural reform, for the workers.

Inveigling the Electorate (00.15 mins)

Starting the propaganda speech with the native language of the Kurds is in itself a temptation to draw Kurdish votes, which also gives an indirect hint for the Party's core ideological priorities in Turkey. They demand education of the Kurdish public in their native language, local democracy, autonomy or separation.

Gelen me yên bi rûmet û hevalên hêja ez we hemûyan digel rêz û hezkinên xwe bi dil can silav dikim. / My beloved people, my beloved friends I greet you all with my most sincere feelings, respect and love.

Condemnation (01.47 mins)

The "Palace" metonymy (President Erdoğan) is the central focus of accusation for the ban of 'peace process' activities, all the accusations projected directly or implicitly are long term ideals of the Party. In other words, the party is mainly concentrated on the problems of Kurdish population and implies self-rule, democracy, pluralism and recognition of their identities.

...We destroyed the antidemocratic dictatorial 10% threshold (and won 80 seats in the Parliament)...The Palace (The president Erdoğan) and the Government could not tolerate this result, spent all their energy to exterminate HDP by ending the 'peace process' and declared war (against Kurds)...Why did the 'peace process' end?... Our Mayors were detained. How will this fight end? How will we return to the 'peace table' before the November 1 election, Erdoğan had ended the 'peace process' under the pretext that there is no Kurdish problem. Now they put the 'peace process' into the refrigerator to bring back the single government rule by fights and violence...

Women Issue (04.06 mins)

HDP projects a perspective of building a democratic nation where gender differences coexist upon free will on the basis of equality. Gender equality is the core priority of the party (BDDT) as it denotes to more democracy. I strongly claim that the party carries out its political work for the future of the Kurds on political and gender freedom paradigm. We cannot evaluate these commitments in the context of pragmatic practicality, which simply refers to practically pragmatic solutions for the current problems. They are highly idealized, imaginary picture of advanced democracy. They appeal to reason rather than emotions (logos).

...Women coalesced in HDP and gained seats in the Parliament. We make a call for the removal of all kinds of violence to women, equal gender rights to be the basis of women's freedom and foundation of a Ministry of Woman... AKP governance manifested itself on us women as death, sexual and physical violence. War means for women expatriation, poverty, not getting education, unemployment and empowerment...War means for us...the murder of Dilek Doğan by a police bullet... all the women we lost in the Ankara Peace Meeting... We women want our sisters and brothers, our beloved ones to grow up, not to be victims of a filthy war...We know that without women peace will not come and a more just and independent life will not be established... HDP is the only party that reflects the women's will for peace...Dear women, AKP will take its place in history not only with its war policies but with its hostility against women...During AKP rule female murders increased 1400 percent.. This party does not believe in female and male equality. A government, which announces that 'A woman who is raped should give birth to the child, the state will undertake care of the child', 'women violence is exaggerated' cannot protect the lives of women...Let us come hand in hand and walk against women's enemies, dark mentality for the freedom of women, for a greater humanity and a greater peace. Come, let us build a Turkey in which we will make a claim for our bodies, identities and a peaceful life.

Data obtained as a result of critical discourse analysis of the propaganda speech of the MHP Spoke Person Semih Yalçın broadcast in the State Television Channel TRT1 focusing mainly on the "promotion" of the MHP.

Stability for Security (00.49 mins)

MHP's call for stability is contextually symbolic, commonplace and ungrounded. MHP implicitly reflects the party's stern and uncompromising mission about terrorism and corruption (BDDT), but their rhetoric are not compatible with logic. It does not have a strong persuasive appeal.

We shall establish peace and security permanently everywhere in Turkey... My beloved citizens, 1 November 2015 election is important for the future of Turkey. You will decide whether our country will be split up; whether terror, bribery, corruption, day to day survival worries will stop...Vote for stopping conflict, fighting and confrontations.

Exhortation for Voting (00.23 mins)

MHP is a nationalistic, pan-Turkist right wing party focusing on Turkish identity as well as Islam. Although the language of the party's political discourses reflects this in the most extreme tone, it is lacking mythic persuasive appeals. The speaker just puts a counter-position.

Vote for MHP. We expect that your votes will maintain our 1000 years old brotherhood. Vote for peace, for your future. I wish Allah will bring peace, comfort and joy to Turkey.

Promotion of the Party (05.13 mins)

The Party gives so many promises at one swoop, which might have sounded so much in the air for an ordinary citizen in the midst of chaos. However, we can evaluate the election promises from the point of party ideology.

My dear citizens, MHP is waiting for you to give us a mission to solve the problems of Turkey and to make Turkey a respectable, esteemed and developed country with great projects... From this perspective, MHP is the only party that will end terror...If you authorize us, we will make economic reforms in seven different areas...struggle against poverty, make reforms in taxing, labor force and agriculture. We will pay 2800 TL every year to the retired...We will increase the minimum wage

and exempt it from tax and give 100 TL transportation support to those who are living in big cities on minimum wage. We will provide employment for 700000 unemployed youth. ...We will erase all the health insurance debts of the unemployed youth...To end terror and restore peace we will employ 60000 personnel. We will ban university entrance exams... We will activate a system to canalize middle school graduates to higher education according to their talents... We will reconstruct The Directorate of Religion Affairs so as to include Alevite...

Inveigling the Electorate

Null.

Condemnation (02.35 mins)

There is no analogy, syllogism, enthymeme (logos) and appeals to emotions (pathos), MHP's criticism is on the deteriorating economy, mainly on the 'peace process' and the PKK terror. He calls the "Peace Process" as the "Betrayal Process", because the process betrayed Turkish identity and unity. Ideological differences among MHP, CHP and HDP manifest itself in their speeches. CHP and HDP focus on democracy whilst the MHP focuses on ethnic/racial identity and do not evaluate the deteriorating situation in the context of democracy, but in terms of lack of determination to take necessary precautions against terrorists.

...We have all seen that 'Peace Process' did not bring peace and democracy, but polarization and division. PKK started a bloody war, when they understood they could not realize their projects. However, people's common sense did not allow neither a civil war nor polarization... 'Peace Process' made Turkey open to terror and made defenseless...In spite of repeated warnings, the Government did not take the necessary precautions... The death of our 102 citizens in Ankara is the result of this dark process...Those subcontractors, who turned Turkey into a terror hell, are still hiding behind the slogans such as democracy, peace, and freedom. We will erase the roots of all kinds of terror...We see the 'Peace Process' as a 'Betrayal Process' ... The Party ruling the country for 13 years carried Turkey into darkness... For the last 10 years economic and employment equilibrium has deteriorated. Distribution of wealth is not just...There is an unemployed crowd of university graduates.

Women Issue (00.42 mins)

Though shortly, it is the second party after HDP to refer to women's rights. Contextually we can explain this from the point of its pan-Turkist mental cognitions, because in ancient Turks women were equal to the men in family, they would work and fight with men together. In ancient Turks Han means emperor. There is a well-known story about the Mongolian emperor Cengiz Han. In meetings he used to address people as "I am your 'Han'", then pointing to his wife sitting next to him, "and this is 'my Han'" (Hanım). 'Hanım' means today lady, wife. However, the rhetoric on women's rights does compromise a reformist ideology, but some commonplace wishes for women's rights..

We give prominence to the policies that will heighten woman's status and strengthen family institution... We will increase the number of women employed... we will support woman entrepreneurs by financial aid, 50% of it free... We will fight against gender inequality and violence against women...provide child-birth facilities for them.

DISCUSSION AND CONCLUSION

In the context of pragmatic practicality, we found that the AKP speaker tried to penetrate into the cognitive framework of the conservative audience by concentrating on facts at hand rather than long term idealistic goals. He reflected a highly reverential, powerful, conservative and religious profile.

All the other parties, in the midst of increasing terror, spent more time on the constant criticisms of the AKP, mostly on the lack of democracy, corruption, poor governance and promotion of their party ideals. We found out that AKP did its best to benefit from the situation to persuade people by using the dichotomy between crisis and stability effectively. Opposition parties who wanted to benefit from the deteriorated situation in the country conventionally criticized the ruling party and, as they routinely did, were suffocated in superfluous criticism and idealistic promises in one swoop, which might have sounded vacuous for an ordinary citizen in the midst of terror actions.

In the study we hypothesized that the party, which made the best use of the chaotic political and social situation, in other words, infused into the electorates'

internal thought processes through a powerful Turkey image to end the crisis. In this contextual domain, we placed all the political maneuvers dealing with problems at hand into the contextual discourse domain of “pragmatic practicality”. Conversely, in the broader context of ‘the ideal’ we chose women’s rights and examined to what extent each party devoted time to the most crucial democratic challenge (gender inequality and abuse of women) in Turkey. We chose women’s rights, because women in Turkey cope with problems such as gender discrimination in education and workplace, violence (domestic, physical, sexual and verbal), inadequate representation in decision making positions, which are among Turkey’s most widespread human rights violations (Türkiye İstatistik Kurumu/Turkish Statistical Institute, 2016). We found that only HDP dedicated comparatively considerable time to women’s rights.

Topics in political speech may influence what people see as the most important information of text or talk (Duin & Grayes, 1988). Topics, if presented in the right time and setting with the right discourse materials (metaphor, metonymy, myth, emotional linguistic references, practical reasoning) correspond to the top levels of people’s mental models. In this context, drawing on Chilton’s (2014, p. 204) assumption pointing out to the “fear of intruders and unknown people”, we can claim that fear and rescue dichotomy stimulated automatically mental frames of the voters and the political use of language of the AKP. The AKP categorized its political priorities over and the advantages of a powerful rule ornamented with Islamic and nationalist myths. The use of stability metaphor has different connotations in the party messages. We strongly claim that, if controlled with an effective rhetoric, crises benefit a strong government in office and further empower its status (Aristotles, 1992). We have also to point out to the propaganda performance of the AKP during the political campaign. Based on Van Dijk’s (2010, p.10) hypothesis on context: “It is not social situation that influences (or is influenced by) discourse, but the way the participants define such a situation”, we can claim that AKP made the best use of the situation in evaluating it in their own context.

We can summarize three robust findings in the study closely related to the AKP’s rhetorical activism, which comprises pragmatic practical goals versus idealist goals. The AKP 1) pragmatically reinforced the importance of stability by associating it to the fear of enemies and crisis in the country by creating a strong dichotomy between them. 2) Framed its messages between two simplified contradictory dichotomies:

Turkey as an island of stability versus the world in political turmoil. 3) Pragmatically invigorated conservative, religious and nationalistic electorate to vote for the AKP by flattering them and their votes with mythic and religious terminology, thus activating the emotional responses in electorate's mental cognitions. On the other hand, other parties either focused primarily on more democratic and honorable Turkey or on nationalistic ideals by criticizing the government and promoting their parties in the context of their ideals.

Grant Support: The author received no financial support for this work.

REFERENCES

- Aristotle. (1992). *The art of rhetoric* (H. Lawson-Tancred, Trans.). London, UK: Penguin Books.
- Black, C. J. (2011). *Politicians and rhetoric the persuasive power of metaphor*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Carpio, X. V., & Wagner, M. C. (2015). The impact of Syrian refugees on the Turkish labor market : The impact of Syrians refugees on the Turkish labor market. Policy Research working paper; no. WPS 7402. Washington D.C., USA: World Bank Group. Retrieved from <http://documents.worldbank.org/curated/en/505471468194980180/The-impact-of-Syrians-refugees-on-the-Turkish-labor-market>
- Charteris-Black, J. (2014). *Analyzing political speeches: Rhetoric discourse and metaphor*. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Chilton, P. (1985). Words, discourse and metaphors: The meanings of deter, deterrent, and deterrence. In P. Chilton (Ed.), *Language and the nuclear arms debate* (pp. 27-103). London, UK: Pinter.
- Chilton, P. (2014). *Language, space and mind: The conceptual geometry of linguistic meaning*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Duin, A., Roen, D., & Graves, M. (1988). Excellence or malpractice: The effects of headlines on readers' recall and biases. In J. Readence, & S. Baldwin (Eds.), *Dialogues in Literacy Research* (pp. 245-250). Chicago, USA: National Reading Conference.
- Edelman, M. (1977). *Political language words that succeed and policies that fail*. New York, USA: Academic Press.
- Fairclough, I., & Fairclough, N. (2013). *Political discourse analysis: A method for advanced students*. New York, USA: Routledge.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London, UK: Longman.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In Van Dijk, T. A. (Ed.), *Discourse studies: A multidisciplinary introduction* (pp. 84-258). London, UK: Sage.
- Gee, J. P. (2011). *How to do discourse analysis*. London, UK: Routledge.
- Gibbs, R.W. (1996). Why many concepts are metaphorical. *Cognition*, 61, 309-319. Retrieved from http://psychology.illinoisstate.edu/jccutti/psych480_24/readings/gibbs1996.pdf

- Harman, G. (1976). Practical reasoning. *The Review of Metaphysics*, 29(3), 431-463.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (pp. 203-251). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, USA: University of Chicago Press.
- McGlone, M. S. (1996). Conceptual metaphors and figurative language interpretation: Food for thought. *Journal of Memory and Language*. 35(4), 544-565.
- Smitherman, G., & Van Dijk, T. A. (1988). *Discourse and discrimination*. Detroit, USA: Wayne State University Press.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1995). *Relevance communication and cognition*. Cambridge, USA: Blackwell Publishers.
- Turkish Statistical Institute. (2016). *Women Statistics: 2015* (Publication no: 21519). Retrieved from <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21519>
- Van Dijk, T. A. (1989). New developments discourse analysis (1978-1988). *Gazette*, 43, 229-253.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. London, UK: Sage Publications.
- Van Dijk, T.A. (2002). Political discourse and political cognition. In P. A. Chilton & C.Schäffner (Eds.), *Politics as Text and Talk. Analytical approaches to political discourse* (pp. 204-236). Amsterdam, Netherlands: Benjamins.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and context: A sociocognitive approach*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Van Dijk, T.A. (2010) Political identities in parliamentary debates. In C. Ilie (Ed.), *European parliaments under scrutiny. Discourse strategies and interaction practices* (pp. 29-56). Amsterdam, Netherlands: Benjamins.
- Yetkin, M. (2016, 23 February). Erdoğan has to find an exit from the Syria situation. *Hurriyet Daily News*. Retrieved from <http://www.hurriyetdailynews.com/opinion/murat-yetkin/erdogan-has-to-find-an-exit-from-the-syria-situation-95558>

TABLES AND FIGURES

Table 1: Time Devoted to Each Topic of AKP

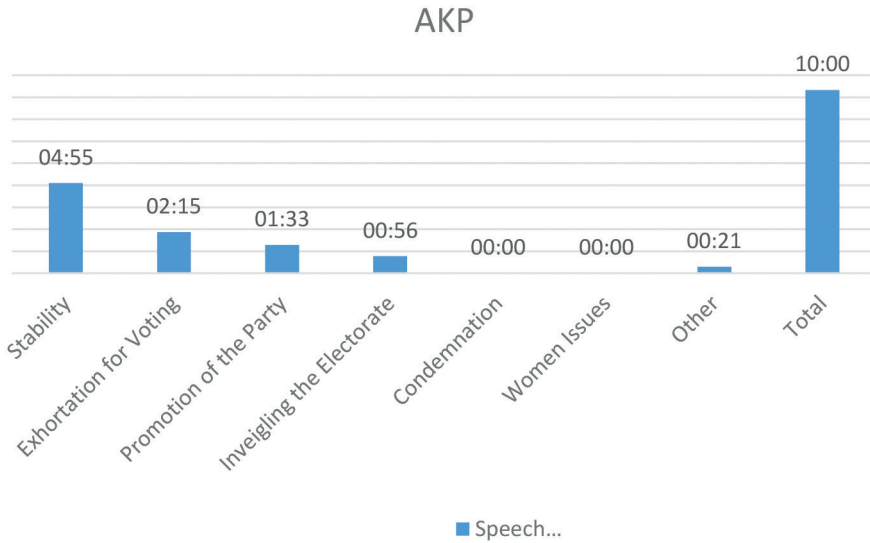


Table 2: Time Devoted to Each Topic of CHP

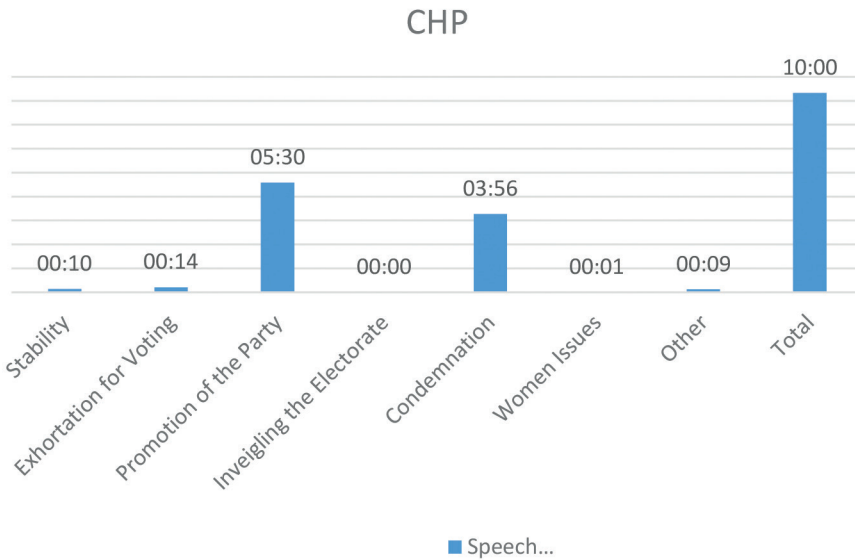


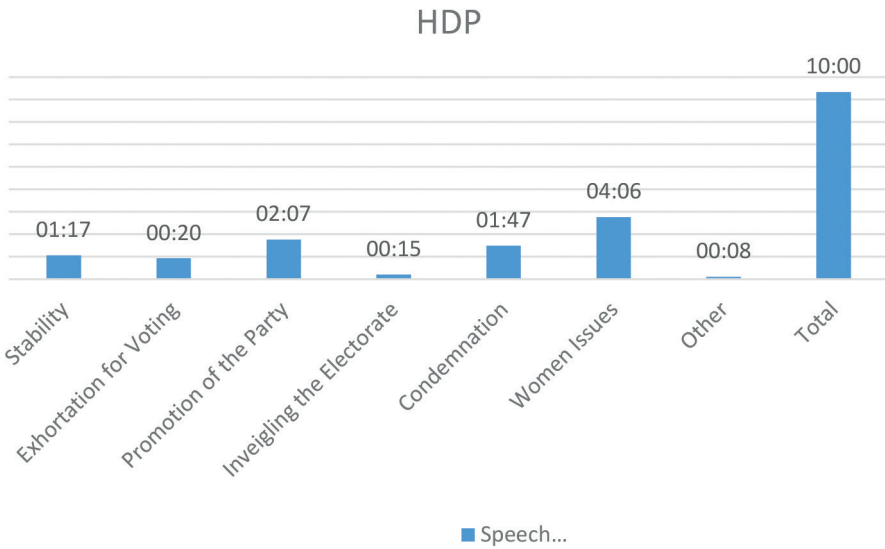
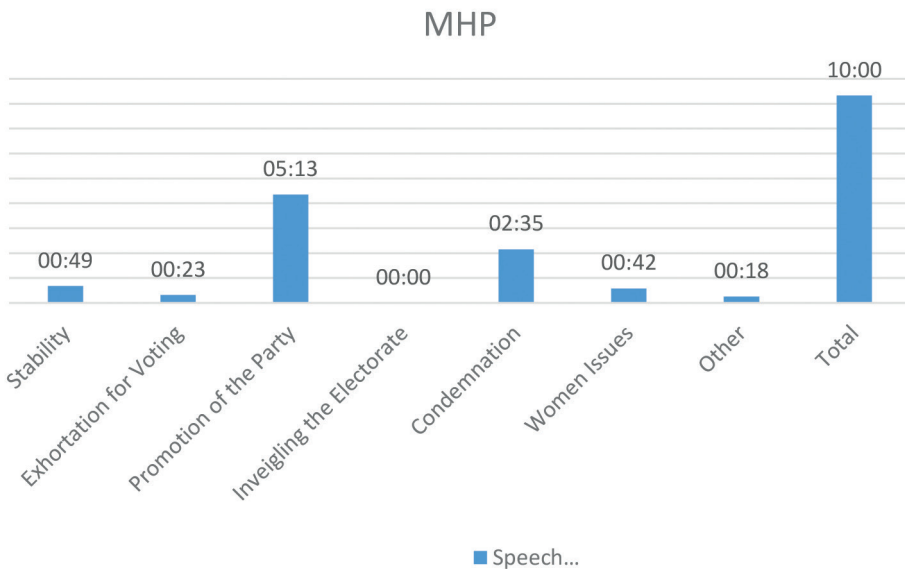
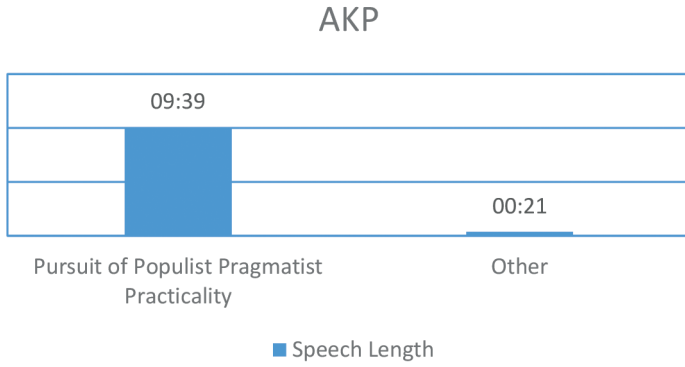
Table 3: Time Devoted to Each Topic of HDP**Table 4: Time Devoted to Each Topic of MHP**

Table 5: Messages in the Context of Pragmatic Practicality



Yeni Medyada Aktivizm Hareketleri Üzerine Zengin Medya Kısır Aktivizm Tartışmaları

Rich (New) Media Poor Activism Debates on Activism Movements in New Media

Akan YANIK¹, Mikail BATU²



¹Assoc. Prof. Dr., Adnan Menderes University, Atca Vocational School, Marketing and Advertisement Department, Aydın, Turkey
²Assoc. Prof. Dr., Ege University, Communication Faculty, Public Relation and Publicity Department, İzmir, Turkey

ORCID: A.Y. 0000-0001-6231-1822;
M. B. 0000-0002-6791-0098

Sorumlu yazar/Corresponding author:

Akan Yanık,
Adnan Menderes Üniversitesi, Atça Meslek
Yüksek Okulu, Pazarlama ve Reklamcılık
Bölümü, Aydın, Türkiye
E-posta/E-mail: akanyanik@gmail.com

Geliş tarihi/Received: 05.02.2019

Revizyon talebi/Revision Requested:
08.04.2019

Son revizyon teslimi/Last revision
received: 15.05.2019

Kabul tarihi/Accepted: 31.05.2019

Atıf/Citation: Yanık, A., & Batu, M. (2019).
Yeni medyada aktivizm hareketleri üzerine
zengin medya kısır aktivizm tartışmaları.
*Connectist: Istanbul University Journal of
Communication Sciences*, 56, 179-208.
<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2019-0011>

ÖZ

İnternet ve medya yakınsaması yalnızca insanların değil makinelerin de çevreleriyle olan iletişim ve etkileşim kurma potansiyelini önemli ölçüde dönüştürmüş ve katımlı biçimlerini genişletmiştir. Bazı yakınsamaların sonucu olan yeni medyanın bir katalizör olarak, bilgi arama, fikirleri ifade etme, sosyalleşme ve eğlence gibi fonksiyonel faydaları öne çıksa da medya okuryazarlığı ve iletişim davranışları üzerindeki dönüştürücü rolü gözden kaçmamalıdır. Günümüzde farklı yaşlardan kişilerin, yoğun bir şekilde yeni medya kullanıcısı olduğu ve çevrimdışı dünya etkileşimlerinin de sanal olabildiği göze alındığında bu dönüştürücü rolün çok daha geniş etkilere sahip olacağını tahmin etmek mümkündür. Bu çalışmada, özellikle ideoloji kuramları ışığında, kişileri, döneminin öznesi yapan aktivizm yeteneğinin günümüzde yeni medyayla nasıl bir dönüşüm geçirdiği ve etkilerinin ne olduğu yönündeki araştırmanın büyük önem taşıdığı düşünülmektedir. Dolayısıyla yeni medyanın etkilerini aktivizm çerçevesinden inceleyerek, yeni medya-aktivizm ilişkisi, yeni dijital aktivizm türleri, bu türler arasındaki farklılıklar ve tartışmalar, farklı bakış açıları altında sunulmaya çalışılmıştır.

Çevrimiçi siber aktivizmin gerçek yaşam aktivizmi üzerindeki etkisine ışık tutmaya çalışan bu çalışmada, öncelikle siber aktivizm türleri bir tipoloji altında toplanmış daha sonra bu türler üzerindeki tartışmalar iki farklı cephenin yorumlarıyla sunulmaya çalışılmıştır. Yeni medyayı demokratikleştirmenin yeni aracı olarak görüp uluslararası güncel örneklerdeki başarısını işaret eden 'medya carta' anlayışı ile siber aktivizmin yanlış bir fark yaratma duygusu yaratıp gerçek yaşam aktivizmini baltaladığını iddia eden 'slacktivism' anlayışı arasındaki tartışmalar yorumlanarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aktivizm, internet, yeni medya, siber aktivizm, eleştiri

ABSTRACT

The convergence of the Internet and the media has enormously transformed the way in which the communication and interaction potential not only of the people, but also of the machines with their surroundings, and expanded their forms of participation. While the new media, which is the result of this convergence, has come to the forefront with its functional benefits as a catalyst such as information searching, expressing ideas, socializing and entertainment, its transformational role on media literacy and communication behaviours should also not be overlooked. Today, it is not difficult to predict that this transformational role will have much wider effects considering that people from every generation are heavy new media users and that even offline world interactions are virtual. In this study, we thought that it is vital to investigate how the activism ability of humans that made them the subject of their era will be transformed with the new media and what the effects will be, especially in the

light of ideological theories. Therefore, by studying the effects of the new media within the scope of activism, we tried to present the new media-activism relations, new types of digital activism, differences between these types and discussions under different perspectives.

In this study, which tries to shed light on the effect of online cyber activism on real-life activism, firstly cyber activism types were gathered under a typology and then discussions on these types were tried to be presented with the interpretations of two different fronts. The discussions between 'media carta' approach, which sees the new media as the new tool of democratization and points out to its success on recent international examples, and 'slacktivism' approach claiming that cyber activism creates a sense of misunderstanding and undermines real-life activism were interpreted.

Keywords: Activism, internet, new media, cyber activism, criticism

EXTENDED ABSTRACT

The most obvious benefit of the new media emerging as a result of convergence is that it begins to easily convey all the information, ideas and facts, without any political, social and geographical boundaries. Although this benefit more often enables the transformation and globalization of communication systems, it has also made possible the rise of global protest networks (Ayers & Maccaughey, 2003). Today, the potentials offered by the new media for social collective movements are more likely seen in practices such as co-ordinating activities, meeting and mobilizing new activists, planning protests and publicizing highly strategic information. However, recent studies emphasize that new media should focus not only on cost-effective solutions created in communication techniques, but also on new motivations, creative and tactical potential, propagation speed, participation frequency and power of legitimacy which are added to the collective actions. However, the detailed literature review in this study shows that although the technical and functional relationship between new media and activism is explicit, its effects on activist participation psychology and the capacity to create sustainable solutions are highly controversial. While the studies focusing on the intensity of online participation and

the frequency of messages created by the new media in social movements shows an optimistic table, studies focusing on offline participation forms, sustainability and psychological details emphasize pessimistic results.

According to techno-supporters who focus on the process of technology-supported cognitive demonstrations and who are optimistic about the relationship between activism and new media, the new media has created an activist approach that forms creative collective identities with the opportunities it offers, calls for transnational support by transcending borders, and organizes demonstrations against political pressures. Thus, the new media is the new intersection point between the social context, the political objective and the actional stance, which create social movements. At this point of intersection, the new media first settles into daily practices with functional benefit and then transforms the practices of creating needs, ideas, and actions with new usage behaviours and transformed media literacy. In other words, as a result of mobility, advanced interface and multimedia supported infrastructure, firstly the practices and media literacy changes, and subsequently the typographic and phonetic signification practices in communication begin to transform. Techno-supporters argue that this transformation process directly supports the idealistic concepts such as multicenterism, liberty, disconnection, cooperation and accessibility in the ideological infrastructure of social movements (Tarrow, 2011). The techno-supporter front, who views the new media as the most important center of media democracy and symbolizes it as 'media carta', supports this argument by the emergence of new types of digital activism and by the fact that the actions it carries out can create sensational effects. The optimistic approaches of the techno-supporters have been tried to be conveyed under the umbrella of cyber activism via new activist methods such as clicktivism, netactivism, smartmob, cyberdisobedience, hacktivism, cybervigilantism, netwarism and cyberterrorism.

Techno-critics address the new media with the critical theories put forward by the representatives of Marshall McLuhan and the Frankfurt School, and seeing it as a global ideological device, state that it is an area that needs to be carefully managed. In addition, it is emphasized that the level of autonomy that the new media, which is announced as the new instrument of revolution in the events like Arab Spring and seen as the new fourth force, provides for such powerful promises is highly controversial. That is to say, the liberties and the opportunities offered for the production of content provide an asymmetric autonomy for the access and

distribution of the created content. For example, it is completely enigmatic when a content spreading through popular monopolized platforms such as Google, Facebook, Instagram, and Twitter will pass through Sandbox-style filter algorithms placed on search consoles, and on which page or how often it will be accessed after being ranked. According to Horkheimer and Adorno (2002), as the sovereignty of this intelligent digital status quo, developed by algorithms, becomes legitimate, the presentations in the media will be seen as the only reality, and this situation, as predicted by techno-supporters, will result in a homology that imposes uniformity under the name of harmony rather than diversity of ideas. From this point of view, some techno-critics consider the analogous mass, called the new subject, as populist intellectuals with low self-consciousness and interpret cyber activism as 'slacktivism', i.e. activism of the lazy (Christensen, 2011). Consequently, two basic facts lie in the essence of the techno-critics' thoughts. First, focusing on the potential benefits of the new media with complex adaptive and SPIN characteristics but ignoring the tyrannies it might legitimize may cause huge fallacies and consequences. The second point of criticism emphasized by the techno-critics is ignoring the fact that the change that the media will initiate in the reading style would cover a large area such as media literacy and have psychological effects. Techno-critics, pointing out to conformist individualization as those rushing to leave a mark behind by Gramsci (1997) emphasize that an activism that develops based on the belief in feeling good and not the belief in making a difference is a conformist approach and the enthusiasm and motivation directed by the media as the subject cannot make the actions sustainable.

In conclusion, this study provides a technical and theoretical explanation that focuses on the effect of new media on the social, communicative, psychological and ideological dynamics underlying the collective social movements. Therefore, the perceptions and motives that enable the individual to participate in collective or individualistic networks in contemporary society, the debates between passive digital participation and active participation suggested as the new model of activism, and the important paradoxes in digital collective social movements will be further clarified.

GİRİŞ

Medyanın yakınsama etkisiyle etkileşimli olarak birleşmesinin belki de en net faydası, fikirleri ve olguları barındıran tüm bilgilerin politik, sosyal ve coğrafi sınırlar tanımaksızın kolayca taşınmaya başlamasıdır. Her ne kadar bu fayda, daha bariz şekilde, sosyal ve kişisel iletişimin dönüşümünü ve küreselleşmesini sağlasa da küresel protesto ağlarının yükselişini de mümkün kılmıştır (Ayers & Maccaughey, 2003). Çünkü bu teknolojik gelişme sadece zaman, mekân, ağ ve maliyetlerdeki değişimleri değil, bilgi üreticisi ve tüketicisinin rol dönüşümünü de yaratmış ve sonuç olarak sosyal hareket örgütlenmelerinin hızla uyarlanmasına, dönüştürülmesine ve yeni güç ilişkilerinin yaratılmasına olanak tanımıştır. Günümüzde yakınsanmış yeni medyanın sosyal kolektif hareketler için sunduğu potansiyeller daha çok faaliyetleri koordine etmek, yeni eylemcilerle tanışıp harekete geçirmek, protestoları planlamak ve yüksek stratejik bilgileri kamuoyuna duyurmak gibi eylemlerde görünmektedir. Fakat güncel çalışmalar, yeni medyanın yalnızca gelişmiş iletişim tekniklerine ve yarattığı maliyetin etkin çözümlere değil kolektif eylemlere kattığı yeni motivasyonlara, yaratıcı ve taktiksel potansiyele, yayılma hızına, katılım frekansına ve meşrulaştırma gücüne odaklanılması gerektiğini de vurgulamaktadır. Seattle Savaşı, Occupy Wall Street, Wikileaks, Arap Baharı, Ukrayna Turuncu Devrimi, Tayvan Ayçiçeği Hareketi, İtalya SoSts Enternasyonal Hareketi gibi küresel sosyal olayları ele alan bu çalışmalar (Ayers & Maccaughey, 2003; Ho, 2011; Tüfekçi & Wilson, 2012; Delmas, 2018) yeni medya etkilerinin daha fazla görünür olmasını sağlamıştır.

Bu çalışmada yapılan detaylı literatür incelemesi göstermektedir ki, yeni medya-aktivizm arasındaki teknik ve fonksiyonel fayda ilişkisi net olmasına rağmen bu teknik ve fonksiyonel faydanın aktivist katılım psikolojisi üzerindeki etkileri ve sürdürülebilir çözümler yaratabilme kapasitesi tartışmalıdır. Aktivizm ve yeni medya ilişkisine yönelik bu tartışmalı alanları açıklayabilmek için etnografik bir çalışma ortaya koyan Postill (2012), yeni medyanın aktivizm üzerindeki dönüştürücü potansiyeline ilişkin çeşitli iyimser ve kötümser yaklaşımlara ulaşmıştır. Yeni medyanın fikirleri dile getirmede, sosyal hareketleri düzenlemede ve olayları teşvik etmede sağladığı olanaklar ve potansiyellere odaklanan tekno-taraftarlar, yeni medyanın politik katılım üzerindeki potansiyel etkisinin tutarlı olduğunu (Vesnic-Alujeviç, 2012) ve Seattle Savaşı, Arap Baharı, Turuncu Devrim başta olmak üzere birçok güncel küresel eylemlerdeki başarısının da bunun kanıtı olduğunu savunmaktadır. İnternet ve yeni medyanın toplumların iletişim paradigmalarında bir kayma yarattığını ileri süren

Castells (2010) ve McLuhan (2007) taraftarları da kötümser bir tablo çizerek özellikle sosyal medya devrimi olarak anılan fakat başarısızlıkla sonuçlanan devrimleri (Morozov, 2011) işaret etmektedir. Ayrıca yeni medyanın aktivizmin temelindeki ideolojik birikimden uzak ve popüler akımlara dayalı haz temelli motivasyonlar yaratmasını ve sonuçlarını ağır şekilde eleştirmektedir.

Yeni medyanın aktivizme etkileri üzerine yapılan sınırları belirgin etnografik tanımlamalar, pozitivist yaklaşımın ve klasik indirgemeci sistem anlayışının bir tezahürü olarak yorumlanabilir ve eleştirilebilir. Çünkü yeni medya bir sistem olarak dinamik, yakınsanmış, dolanık, dağıtık ve çevresel koşullara uyum sağlayacak kadar esnek örüntülere sahip (robust) bir sistemdir (Manovich, 2002). Dolayısıyla yeni medyanın etkileri, tek ve iki boyutlu klasik indirgemeci bir sistem yaklaşımıyla değil kompleks adaptif sistem yaklaşımıyla (CAST - Complex Adaptive System Theory) daha doğru şekilde anlaşılabilir. Ayrıca, yeni medya özellikle yakınsama özelliği nedeniyle, geçmişte birbirinden farklı yapıları evrimleşen bir etkileşimle bir araya getiren devasa bir sistemdir. Her kompleks adaptif sistemde olduğu üzere yeni medyayı oluşturan her yapı ve bunları kullanan her kullanıcı hem birbirine bağlı (dolanık ve dağıtık) hem de birbirinden özgür şekilde (esnek, dinamik) hareket edebilmektedir. Fakat basit toplam etkisinde olduğu gibi, birbirinden ayrı ve dolanık şekildeki bu hareketlerin toplamı davranışın tümünü yine de açıklayamaz. Böylesi bir sistemde davranış modeli, tıpkı Poincaré'in matematiksel çarpışan parçacıkları gibi, ilişki ağını da içeren endojen ve ekzojen bilgi kümelerinin sunduğu çok boyutlu bir görüntü ile anlaşılabilir. Postill'in etnografik sunumunda görüldüğü üzere, yeni medyanın sosyal hareketlerde yarattığı çevrimiçi katılım yoğunluğuna ve mesaj frekansına odaklanan çalışmalar iyimser bir tablo çizerken; çevrimdışı katılım formlarına, sürdürülebilirliğe ve psikolojik detaylara odaklanan çalışmalar kötümser sonuçları vurgulamaktadır. Oysaki kompleks adaptif sistem, iyimser ve kötümser yaklaşımların vurguladığı çatışmaları bir sorun olarak görmez, karmaşık etkileşimler zincirinin bir sonucu olarak değerlendirir, yeni bir davranış modeli olarak benimser ve özel değerini öğrenmek için çaba harcanmasını önerir. Dolayısıyla, yeni medyanın kompleks adaptif bir sistem olması gerçeği, günümüzde medyaya dayanmayan hiçbir hareketin artık olmadığı söylemi ve sosyal hareketlerin farklı medya kalıpları tarafından karakterize edildiği tezi (Bennett, 2003) göstermektedir ki, yeni medya ve sosyal hareketlere dair kesin genellemelerin desteklenmesi oldukça zordur. Anderson (2011) da benzer olarak, kitle iletişim araçlarının ve izleyicilerinin parçalanması ve yeni dijital iletişim formatlarının çoğalmasıyla, farklı medya küreleri etrafında keskin sınırların

çizilmesinin zor olduğunu vurgulamakta ve kolektif eylem hareketlerinin medya ile ilişkisinin konudan konuya önemli ölçüde değiştiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, yeni medyanın kolektif sosyal hareketlerin altında yatan toplumsal, iletişimsel, psikolojik ve ideolojik dinamiklere olan etkisini teknik ve kuramsal boyuttaki açıklamalarla ortaya koymaktadır. Makalenin içeriği çağdaş toplumda bireyin kolektif veya bireyci ağlara katılmasını sağlayan algı ve güdüler, yeni tür aktivizm modeli olarak ortaya konulan pasif dijital katılım ile aktif katılım arasındaki tartışmalar ve dijital kolektif sosyal hareketlerdeki önemli paradoksları kuramsal bazda tartışmaktadır. Dolayısıyla kolektif sosyal hareketlerin ve yeni medyanın kompleks adaptif bir sistem olması gerçeğinden hareketle, ilişkiye dair literatür taramasının kapsamı oldukça geniş tutulmuş, tüm yaklaşımlar nesnel şekilde kategorize edilmiş ve yeni bakış açısı yaratabilmek için yorumlar getirilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada yeni medya sosyal aktivist hareketler arasındaki bağ literatür eşliğinde tartışmaya açılmıştır.

Sosyal Hareketler ve Yeni Medya Destekli Aktivizm Üzerine Tartışmalar

Sosyal kolektif hareketler, kolektif aktörlerin çıkarlarını, seslerini ve eleştirilerini ifade ettiği, toplumsal ve küresel sorunlara çözüm önerileri geliştirdiği veya sosyal, politik, ekonomik veya çevresel değişimi canlandırmak için giriştiği örgütsel bir çabadır (Thompson, Hickey & Thompson, 2016). Bu çaba, kolektif meydan okuma, ortak amaç, sosyal dayanışma ve sürekli etkileşim gibi dört temel özelliğe ve protesto, toplanma, dilekçe, karşı eğitim, lobcilik, abluka, gönüllü koruma ve yeniden canlandırma gibi (Edelman, 2001) etkin hareketlere sahiptir. Bunun yanı sıra literatürde sosyal hareketlerin temel özelliklerine ve hareket yapılarına ilişkin farklı veya eleştirel fikirler de bulunmaktadır. Bu farklı fikirler yeni medya ile aktivizm arasındaki iyimser ve kötümser yaklaşımların kökenini oluşturduğundan dikkatle incelenmelidir.

Della Porta ve Mosca (2007), aktivistlerin çatışma halinde olunan ve açıkça tanımlanmış ideolojik rakiplerin olması gerektiğini, kolektif kimliği ve çıkarları dayatmak, paylaşmak ve sürdürmek için eylemlerde bulunma zorunluğunu ve bunlar için gayri resmi ağlar yaratması gerektiğini temel özellikler olarak aktarmaktadır.

Kolektif eylem teorisi ise (Olson, 1971) ortak bir hedefe ulaşmak için çeşitli sosyal grupların ortak sorunda buluşmasını, ortak çıkarlar yaratmasını ve özgün kolektif hareket eğilimleriyle öne çıkmasını temel özellikler olarak görmektedir. Benzer temel

özellikleri vurgulayan çalışmaların (Thompson, Hickey & Thompson, 2016) dışında, Huntington (1993) çağdaş aktivizmin tarihsel arka planına dayanarak, politika ve ideolojinin de aktivizmin temel özellikleri arasında olduğunu savunmaktadır.

Benzer şekilde, Della Porta ve Kriesi (1999) toplumsal kolektif hareketlerin temel özellikleri olarak, kolektif politik zihniyeti, ideolojik çerçeveyi ve sınırları net olmayan bir üyelik biçimine sahip olmasını gösterir. Bu fikir, aktivist hareketlerin egemen devletlerin gelişmesinden bu yana sosyo-politik ortamın önemli bir bileşeni olduğu anlayışıyla ve bu hareketlerin devletlerin siyasal ortam özelliklerine göre farklı aralıklarda ve farklı derecelerde kullanıldığı gerçeğiyle (Caren, 2007) oldukça uyumludur.

Tarihsel arka plandan bakıldığında da sosyal hareketlerdeki politik ve ideolojik temel özelliklerin öne çıktığı görülmektedir. Özellikle Fransız Devrimi'nin bir sonucu olarak başlayan ve 19. yüzyılda başta imparatorluklar olmak üzere yönetim biçimlerini tehdit eden 'Demokratik Dalgı' adı verilen milliyetçi ve sosyal protestolar, çağdaş aktivizmin bu temel özelliklerini belirginleştirdiği önemli gelişmelerdir (Huntington, 1993).

Bu politik, felsefi ve ideolojik temelli gelişmelerin en önemli kazanımı şüphesiz siyasal katılımın aristokrat veya soylu kesimden olağan kitlelere indirilmesidir (Buechler, 1995). Bu kazanımın verdiği güç ve dönemin demokrasi dalgasıyla yükselen sosyal protestoları meşrulaştırma akımı sonucunda, reaya ve kitleler vatandaş haline gelmiş, kanunsuz veya vigilant hareketler daha meşru olan çağdaş bir aktivist forma bürünmüş ve yeni hakların kazanılması için toplumda aktif bir eylem bilinci yaratılmıştır. Dolayısıyla klasik toplumsal hareket teorilerinin vurguladığı, bireyleri sadece yerleşik düzene karşı isyan etmeye motive etme anlayışı (Huntington, 1993) çağdaş kolektif sosyal hareket yaklaşımların vurguladığı özgür, politik ve ideolojik kazanımlarla dönüşerek yaratıcı kolektif kimlikler yaratan, sınırları aşır ulus ötesi destekler arayan ve politik baskıları arkasına alarak eylemler düzenleyen (Caren, 2007) bir anlayışa kavuşmuştur.

Fransız devrimi sonrası ortaya çıkan çağdaş sosyal hareket anlayışının erken dönemlerinde yeni politika yapıcılar ve ideoloji liderleri ön plana çıkarken, daha geç dönemlerde yani bugüne gelindiğinde, medya etkisi ve aktivist katılımcıların dönüşen rolleri önem kazanmıştır. Bunun nedeni olarak, kolektif sosyal hareketlerin toplumsal değişimi yaratması için yüksek etkileşimli faaliyetlere dayanması ve özellikle internet tabanlı medya ve bağlantılı teknolojik ilerlemelerin sosyal değişimi daha da ileriye götüreceğ çok önemli fırsatlar barındırması gösterilebilir.

Teknolojik kapasitenin yarattığı devrimsel nitelikteki fırsatlar, başta politika ve ideoloji olmak üzere sosyal hareketlerin tüm temel özelliklerini güçlendirip yayılım gücünü homojenleştirirken, aynı zamanda da bu süreç sonunda oluşan yüksek etkileşim ile birlikte tüm temel özellikler, aktivist katılımcıların özellikleriyle harmanlanarak dönüşmektedir. Böylece, çağdaş sosyal hareketin erken döneminde önemli olan, politika yapıcılarının ve ideoloji liderlerinin sürükleyici gücü yerini, günümüzde, sosyal ağlardaki kitlesel eğilimlere (hashtag, tracking), akımlara (mention, trendtopic) ve yeni tür sosyo-dijital fenomen adı verilen entelektüellere bırakmıştır. Kuramsal ve tarihsel olarak bu dönüşüm aslında çok da karmaşık değildir. Çünkü yeni medya da tıpkı yazının, kâğıdın veya matbaanın icadı gibi bilinç düzeyinde değişime ilham veren bir medyadır (McLuhan, 2007). Bu tür gelişmelerde süreç, önce bireysel ve sosyal zihinsel alanın yeniden oluşturulmasıyla başlar daha sonra ise 'Döneminin Yeni Öznesini' (Marcuse, 1965, pp. 52-53) yaratacak olan bilinçteki radikal değişimle devam eder.

Medya alanındaki tüm gelişmelerin, diğer gelişmelerin ötesinde sadece içeriği değil tüm çevreyi bir kozmik zar (noosfer) gibi sardığını aktaran Chardin'in (1959) yaklaşımını dikkate alarak, günümüzde de yeni öznelere yaratan asıl gücün medyaya gömülü olan sosyo-dijital beyin olduğu iddia edilebilir. Bu iddia Jacques Barzun'un (1959) 'Akıllı Ev' olarak tanımladığı ve detaylandığı gerçeklerle uyumludur.

Bugün yeni medyanın sosyal ağlar, bulut bilişim, nesnelerin interneti, büyük veri ve yapay zekâ gibi gelişmelerle yükseldiği göz önüne alınırsa, sosyo-dijital beynin teknik olarak mümkün olduğu net olarak söylenebilir. Fakat unutulmamalıdır ki, bu durum sadece yeni medya özelinde değil aslında medyanın tüm gelişmelerinde yaşanmıştır. Örneğin, Platon'un Phaidros Diyaloglarında geçtiği üzere (Platon, 1996), Thoth, Firavun ve Sokrates üçlüsünün yazının icadı üzerindeki tartışmalarında da üst bir aklın ortaya çıkışı ve insanın üst bilişsel (metacognitive) dönüşümü vurgulanır. Bu üst akıl oluşumu ve insanın üst bilişsel hâkimiyeti üzerindeki dönüşümler kâğıdın ve matbaanın icadındaki tarihsel detaylarda da net olarak görülebilir (McLuhan, 2007; Poe, 2014).

Medya ile ilgili her gelişmenin semboller ve psikoloji üzerindeki ağır etkisi ve sonuçları konusu, bu çalışmanın kapsamını aşan bir alandır. Bu nedenle medyanın semboller ve yansıtıcı araçlar üzerindeki etkisinden hareketle yeni anlamlandırma pratiklerine ve sosyal hareketler üzerindeki etkilerine odaklanılmıştır. Bu odaklanma sonucunda yeni medya ile sosyal hareketler arasındaki ilişkinin iki farklı bakış açısıyla

ele alındığı görülmektedir. Bu bakış açıları ile sunulan detaylara bakıldığında, yeni medya ile sosyal hareketler arasında birbirine zıt birçok görüşün olduğu anlaşılmaktadır. Siber aktivist biçimlerinin günümüzde kalıcı sonuçlar yaratamamasının altında yatan psikolojik, sosyolojik, politik ve teknik nedenlerin açıklamaları sosyal hareketlerdeki medya planlamasına önemli katkılar sunabilmektedir.

Tekno-Taraftarlar ve 'Media Carta' Yaklaşımı

Aktivizm, sadece toplumsal ve siyasal bir eylem biçimi değil (Tarrow, 2011); eylemlerin öncesi, anı ve sonrası için yapılan holistik bir stratejik planlama ve bilişsel bir eylem sürecidir. Bilgi iletişim teknolojilerinin aktivizm kavramı için bu kadar önemli ve tamamlayıcı bir role sahip olmasının kökeninde de bu bilişsel eylem süreci yatmaktadır. Teknoloji destekli bilişsel eylem sürecine odaklanan ve aktivizm ile yeni medya arasındaki ilişkiye iyimser olarak yaklaşan tekno-taraftarlar, özellikle Lohmann'ın Enformasyon Çağlayan Modelini ve Opp'un Yapısal-Bilişsel Modelini öne çıkararak teknolojinin sosyal protestolar üzerindeki yeni ve özel bağlantılarına dikkat çekmektedir (Sandoval-Almazan & Gil-Garcia, 2014). Özellikle yeni medyanın fikirleri dile getirmede, sosyal hareketler düzenlemede ve olayları teşvik etmede sağladığı olanaklar ve potansiyeller yeni medyanın politik katılım üzerindeki potansiyel etkisini tutarlı bir şekilde göstermiştir (Vesnic-Alujević, 2012). Bu iyimser ve teknik odaklı bakış açısı, internetin yükselişiyle birlikte gerçekleşen, 1999 Seattle Savaşı, 2004 Ukrayna Turuncu Devrimi, 2010 Arap Baharı Eylemleri ve WikiLeaks açıklamaları, 2011 Wall Street'i İşgal Et Eylemleri, 2012 Kony Hareketi ve Ice Bucket Challenge gibi sosyal ve siyasal aktivist eylemler sonrasında (Beckett & Ball, 2011; DiGrazia, 2014; Donguines, 2014; Meikle, 2014) daha geniş kabul görmüştür.

Tekno-taraftar bakış açısının en belirgin özelliği, bütün olayları teknolojinin teknik özellikleriyle ve fonksiyonel faydalarıyla açıklamaya çalışmasıdır. Sosyal inovasyon yaklaşımı ile paralel bir çizgide ilerleyen bu bakış açısına göre, teknik altyapı nedenleri oluştururken, fonksiyonel fayda ve kullanım davranışları ise süreçleri temsil etmektedir. Dolayısıyla bu bakış açısı yeni medyayı, sosyal hareketleri yaratan sosyal bağlam, politik amaç ve eylemsel duruş arasındaki yeni kesişme noktası (Carty & Onyett, 2006) olarak görmektedir. Tekno-eleştircilerinde aynı fikirde olduğu bu kesişme noktasında teknoloji, tıpkı tümevarım anlayışındaki gibi, önce merkezden çevreye doğru fonksiyonel fayda ile günlük uygulamalara yerleşir daha sonra yeni kullanım şekilleri ve ağsal sosyal meşrulaştırma yoluyla ihtiyaçların, amaçların,

fikirlerin ve eylemlerin yaratılma pratiklerini dönüştürür. Diğer deyişle, mobilite, gelişmiş arayüz ve multimedya destekli altyapı sonucunda önce kullanım pratikleri ve medya okuryazarlığı dönüşür daha sonra iletişimdeki tipografik ve fonetik anlamlandırma pratikleri dönüşmeye başlar. Bu dönüşüm, McLuhan'ın *Gutenberg Galaksisi* (2007) adlı eserinde ayrıntılı ve mükemmel şekilde vurguladığı üzere, sadece anlamlık davranışları değil uzun dönemli eylem güdüsünü de etkiler.

Erken dönem tekno-taraftar bakış açısında yeni medyanın sosyal hareketler için yeni bir kesişme noktası olmasının temel nedeni farklı dijital protokollerin birleşmesi gösterilmektedir. Öne sürülen bu fikrin destek noktaları internetin tarihsel gelişiminde görülebilir. İnternet protokolü (IPS) ilk zamanlar tek başına oldukça sınırlı bir iletişim sunarken zamanla posta protokolleriyle (POP ve SMTP) veya Telnet ve internet aktarmalı sohbet protokolleriyle (IRC) çok yönlü bir iletişim sağlamıştır. IMAP adlı protokol devreye girdiğinde ise posta ve sohbet iletişimleri internete bağlı tüm cihazlara otomatik senkronize olmaya başlamış, iletişimdeki merkezileşme yıkılmış ve dağıtık bir modelin önü açılmıştır. İlerleyen zamanda Usenet protokolüyle iletişim artık kitleler halinde ve haber grupları olarak gerçekleşebilecek yazılım altyapısına kavuşmuştur. Nihayet bu altyapılar üzerinde, köprülü metin aktarım protokolü (http), küresel web protokolü (www) ve web işaretleme dilleri (html, asp, php, vb.) birleşerek iletişim sistemine gelişmiş arayüzler ve multimedya destekler sunmuştur (Kim & Chen, 2015). Yazılım temelli bu gelişmeler Moore Yasasına uyumlu olarak donanım teknolojilerindeki ucuzlamayla birleştiğinde ve telefon veya tablet gibi taşınabilir cihazlara sığdırıldığında iletişim artık eşzamanlı ve sürekli hale gelmiştir. Bu noktada temel motivasyon iletişimdeki zaman, mekan, araç, içerik, hız ve koşul sınırlarının olağanüstü derecede esneyebilmesi ve önemli avantajlar sunmasıdır. Bu gelişmeler ışığında bakıldığında, yeni medyanın sosyal hareketler için yeni bir kesişme noktası olmasının temel dayanağının yeni medyanın altyapı olarak sunduğu olağanüstü potansiyel ve avantajlar olduğu söylenebilir.

Tekno-taraftarlar için, bire-bir, bire-çok ve çoktan çoğa gibi çeşitli etkileşim biçimlerini sağlayan protokollerin yakınsak teknolojilerle tek bir cihaz veya platformda toplanabilmesi (Kim & Chen, 2015) şüphesiz eylemsel bir üstünlük potansiyeli olarak yansiyacaktır. Bu ağ yapılarında sunulan teknik ve fonksiyonel faydaların aslında sosyal hareketlerin ideolojik altyapısındaki çok merkezlilik, özgürlük, bağlantısızlık, işbirlikçilik ve ulaşılabilirlik gibi (Tarrow, 2011) idealist kavramları doğrudan desteklemesi çok önemli bir ayrıntıdır. Örneğin, bütünleşik protokoller ve yakınsak

teknolojilerin dağıtık kurgusu olan yeni medya platformları, başta hükümetler olmak üzere, güç merkezleri tarafından kontrolü çok zor yapılar olduğu için aktivist hareketlere açık, bağlantısız ve özgür platformlar sunabilmektedir. Birçok düğüm (node) ve bağlantı noktasına (hub) sahip olan böylesine bir ağda ulusal veya uluslararası bir güç merkezinin hamlesi sonucu bazı düğüm ve bağlantı noktaları engellense dahi ağ etkileşimi tamamen kesilememekte ve çok merkezli protesto yapıları devam edebilmektedir. Merkezi olmayan ve anonim sosyal aktiviteleri destekleyen böylesi bir ağ modelinde, geniş çaplı bir iletişimin sansürlenmesi imkânsızdır. Bunun yanı sıra, geleneksel medya yapısındaki Weberci kurumsal yayıncılık anlayışının bürokratik, teknolojik ve ekonomik bariyerlerinden uzak yeni medya ortamı hem ucuz hem de kendi kendine yayın izni verdiği için ulaşılabilir ve işbirlikçi bir açık kamusal alan olarak kabul edilebilir. Bu açık kamusal alanda kullanıcılar hem anonim hem de gerçek kimlikler yaratarak kamusal, sosyal ve psikolojik baskıları yönetme şansı bulmaktadır. Böylece sosyal hareketlerle ortaya koyulan eylemler, fikirler ve direniş hikâyeleri hem kolayca, hızla ve küresel olarak yayılmakta hem de sosyal ağlardaki meşrulaştırıcı güç ve medya taktikleriyle bulaşıcı bir etkiye sahip olmaktadır.

Son dönem tekno-taraftar, yeni medyanın teknik altyapı, kolay iletişim, hızlı ve geniş organizasyon, bilgi paylaşımı, ulaşılabilirlik, mobilite ve uzaktan katılım gibi (Ayres, 1999) fonksiyonel faydalarına değil; medya okuryazarlık eğilimleri, kullanım davranışları ve anlamlandırma pratiklerinin aktivist davranışlar ve hareket biçimleri üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır (Arquilla & Ronfeldt, 2001; Bennett & Segerberg, 2012; Fuchs, 2014). Şüphesiz ki bunun nedeni, hem yeni medyanın sosyal hareketler üzerindeki etkileri çok daha belirgin ve örnekler çok daha fazladır hem de kitleleri birleştiren platformlar çok daha fazla ve çeşitlidir.

Artık, 1999 yılında gerçekleşen Seattle Savaşı adlı eylemlerde canlı bilgiler üreten ve kolektif muhabirlik fırsatı sunan Indymedia gibi dijital haber merkezi platformu (www.indymedia.org) ötesinde çok daha gelişmiş, fazla ve çeşitli platform mevcuttur. Hatta 'Hacktivism' çatısı altında değerlendirilen Anonymous, Wikileaks ve LulzSec gibi interneti sosyal hareketin merkezine alan platformlar yüksek etki düzeyine ulaşarak, siyasilerden spor dünyasına, sanatçılardan iş adamlarına kadar birçok güç merkezini hiç olmadığı kadar baskı altına alabilmiştir. Günümüzde birçok farklı yeni medya platformu ve kullanım pratiği, yeni dijital aktivizm türleri yaratarak demokratikleşmeye büyük katkıda bulunmakta ve halkın kendisini ifade etmesi için gelişmiş fırsatlar sunmaktadır.

Son dönem tekno-taraftarların 'Medya Demokrasisi' olarak adlandırdığı bu söylem anti-ticari ajans Adbusters (www.adbusters.org) ortaklığıyla yaratılan 'Media-Carta' gibi önemli bir yaklaşıma ve değerli bir sosyal meme (mim) dönüşmüştür (Lasn, 1999). Bu fikir yeni medyanın politik bilgi toplama, politika yapma, tartışma ve muhalif eylemler gerçekleştirme gibi demokratik uygulamaları geliştirdiği fikrini sembolleştirmektedir.

Yeni medyayı medya demokrasisinin en önemli merkezi olarak gören ve sosyal hareketlerin önlemez yükselişi için eşsiz bir platform olduğunu aktaran tekno-taraftar cephe bu iddiasını, yeni dijital aktivizm türlerinin ortaya çıkmasıyla ve gerçekleştirdiği eylemlerin sansasyonel etkiler yaratabilmesiyle desteklemektedir. Aslında 20-25 yıllık bir geçmişe sahip olan ağ tabanlı bir medyanın oldukça çeşitli ve farklı seviyelerde etkilere sahip aktivizm türleri geliştirmesi gerçekten de takdire şayan ve ilgi çekicidir. Bu çalışmada siber aktivizm şemsiyesi altında birçok dijital aktivizm türü ve mücadele şekliyle karşılaşılmıştır. Orijinal isimleriyle clicktivism, netactivism, smartmob (akıllı çeteler), cyberdisobedience (siber itaatsizlik), hacktivism, cybervigilantism, netwar ve cyberterrorism gibi birçok siber aktivizm türü altında milyonlarca insan farklı eylemlerle pasif ve aktif sosyal hareketler gerçekleştirmektedir. Literatür taramasında keşfedilen bir gerçek var ki, siber aktivizm türleriyle ilgili bir tipoloji yapılmadığından bu konuyu ele alan çalışmalar maalesef orijinal eserlerde bahsedilen temel özellikleri ya barındırmamakta ya da kavramlar birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Bu çalışmada siber aktivizm türleri arasında bir derecelendirme yaparak literatüre katkıda bulunma fırsatı yakalanmış ve türler arasındaki geçişi sağlayan farklar yorumlanmaya çalışılmıştır (Şekil 1).

Siber aktivizm türleriyle ilgili hazırlanan derecelendirmenin temel sınıflandırma mantığı, pasif aktivist eylemlerden aktif olanlara doğru bir sınıflandırmadır. Literatürde de benzer bir sınıflandırma anlayışı olmakla birlikte farklı isimlendirmeler kullanılmıştır. Pasif ve aktif, yumuşak ve sert, düşük ve yüksek riskli (Corning & Meyers, 2002), konvansiyonel ve olağandışı gibi isimlendirmeler farklı olsa da yorumlar son derece benzerdir. Kolektif sosyal harekette bulunmayla ilgili bu derecelendirme ve seviyeler, özellikle risk faktörü ile etkileşim ve hareketlilik özelliklerini (Corning & Meyers, 2002, pp. 701-703)) öne çıkararak, bireyin sosyo-politik problem çözme katılımındaki değişken yönelimleri olduğunu vurgulamaktadır.

Tipolojide de vurgulandığı üzere sosyo-politik sorunlarla ilgili haberleri okumak, beğenmek, paylaşmak ve tartışmak gibi davranışlardan dilekçe toplama ve taraftar

toplamaya; sivil itaatsizliği teşvik edip hareket çevresi yaratmaktan siber sistemlere saldırıp gizli bilgileri ifşa etmeye kadar çeşitli eylemler ve sayısız yönelim biçimleri vardır. Fakat özellikle bu tür ve yönelim biçimleri arasında clicktivism ve sosyal medya aktivizmi ile ilgili çok daha fazla detaya odaklanılmıştır. Çünkü bunlar hakkında en fazla tartışmanın olduğu iki siber aktivizm türüdür.

Clicktivism ve sosyal medya aktivizmi temel olarak, sosyo-politik bir içeriği desteklemek için beğenmek, etiketlemek ve paylaşmak, profil resmini değiştirmek, dilekçe imzalamak gibi düşük riskli çevrimiçi eylemleri ve yönelimleri içerir (Lee & Hsieh, 2013). Çevrimdışı aktiviteyle etkileşime girmeyen bu tür eylemler çoğunlukla bir tıklama kadar basitleştirildiğinden dolayı clicktivism olarak adlandırılmaktadır.

Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ele alınacağı üzere, clicktivism ve sosyal medya aktivizmi geniş şekilde eleştirilmesine ve tembel aktivizm olarak tartışılmasına rağmen ileri seviye aktivist yönelimler için hem tetikleyici, kolaylaştırıcı ve destekleyici hem de değişimi etkileme yeteneği ve hazzını (Bandura, 1994) geliştireci etkilere sahiptir.

Clicktivist bir kitle, yeni medyanın gücünü arkasına alarak ana akım medyanın hızını ve kapsamını aşabilir ve sosyo-politik aktivist söylemlerin yayılma, küresel seferberlik desteği oluşturma, gündem yaratma ve kamuoyu oluşturma gibi iletişim sorunlarına önemli desteklerde bulunabilir (Whelan, 2011). Ayrıca sosyal ağlardaki bu pasif ve önceden planlanmamış spontane direniş ve destekler, sosyal harekete, güçlü bir imaj ve meşruluk yaratmasının yanı sıra gündem yönetimini ve katılımı kolaylaştıran bulaşıcı davranışlar ve içerikler sunabilir (Azab, 2012). Dolayısıyla, sosyal ağ platformları üzerinde gerçekleşen bu düşük riskli aktivist eylem akımı aslında toplu eyleme katılım hissi, politik bilgi edinimi (Bennett & Segerberg, 2012, p. 750) ve pozitif sosyal algı gibi temel sosyo-psikolojik faktörleri etkilediğinden, aktivist adayları için harika bir laboratuvar ve gelişme ortamıdır. Bu ortamda birey, çoklu sosyo-politik konularla ilgilenerken (Bennett, 2003) hem potansiyelini geliştirir hem de aktivist kimliğini bulması ve yaratması için daha güvenli ve düşük riskli imkânlar bulur.

Çok sınırlı bir kaynakta slacktivismin bir türü olarak görülen sosyal aktivizm veya netactivizm ise (Whelan, 2011, McPhilips, 2006), clicktivism ile benzer taktiklere ve faydalara sahip olsa da direniş ve mücadele yönünden spontane değil daha planlıdır. Sosyal aktivizm ile clicktivism arasındaki en önemli fark, temel aktivist kimliğin

oluşmaya başlaması olarak görülmektedir. Buna dair en önemli ipucu, bireyin çoklu sosyo-politik konuları desteklemesine rağmen belirli temalara çok daha fazla odaklanması ve gerçek kimliğiyle yaptığı istikrarlı paylaşımlarıdır (McPhilips, 2006).

Sosyal aktivizmi clicktivizmden ayıran bir diğer önemli nokta ise, mücadeleyi temsil eden söylemler yaratma, alıntıları vurgulama, içerik üretme ve bu öznel söylemleri yayma arzudur (Whelan, 2011). Bu davranış, düşük riskli bir ortamda aktivist kimliği geliştirme eğilimi olarak yorumlanabilir.

Clicktivizm ve sosyal aktivizm gibi pasif aktivist türlerinden ayrılan akıllı çeteler (smartmob) ve siber itaatsizlerde (cyberdisobedience) öne çıkan ayırt edici faktör, eylemcilerin mücadele organizasyonlarına üye olması ve oyun kurucu olarak işbirlikçi yeni mücadele ağları yaratabilme arzularıdır (Carty & Onyett, 2006). Dijital kolektif çete ittifakı olarak tanımlanan smartmob yani akıllı çete kavramı, daha ileri siber aktivizm türleri için organize olma ve aktivist kimliği geliştirme laboratuvarları olarak incelenmelidir. Çünkü nispeten etki düzeyi az olan eylemler yapmalarına rağmen çok sık ve planlı şekilde gerçekleşen akıllı çete eylemleri daha ileri eylemler için büyük önem taşımaktadır. Akıllı çeteler özellikle toplumsal hareketlerin ulus ötesi düzeyde örgütlenmesinde büyük etkisi olan Sousveillance adı verilen taktikleri gerçekleştirmek için önemli ağ inşacılarını ve liderlerini barındırır (Arquilla & Ronfeldt, 2001). Akıllı çeteler altında yapılan sosyal ve barışçıl aktivist eylemler çok seri ve sayıca fazla olmasına rağmen siber itaatsizlik eylemleri kadar etki düzeyine sahip değildir.

Dünya siyasi aktivist deneyiminin bir parçası olarak sivil itaatsizliğin sanal dünya gerçekleriyle birleşmesiyle birlikte yeni ve etkili siber itaatsizlik biçimleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel ve siber sivil itaatsizlik biçimleri, reddedilen sosyal politikaları servis eden yolları kapatma, çalışanları engelleme ve politikayı işlevsiz hale getirmeyi hedefleyen şiddet içermeyen doğrudan eylemlerdir (Delmas, 2018). Örneğin, geleneksel anlamda yerel veya ulusal konulara duyarlı halkın termik veya hidroelektrik santrallere veya maden ocaklarına karşı yapılan yol kesme gibi itaatsizlik eylemleri, günümüzde, siber anlamda da ilgili şirket veya hükümet programlarını yürüten yayın organlarına karşı engelleyici ve aksatıcı itaatsizlik eylemleri olarak devam edebilmektedir.

Zapatista olayına karşı Electronic Disturbance Theater tarafından geliştirilen FloodNet adlı program ile Meksika Hükümet sisteminin işlevsiz hale getirilmesi, McDonald's Küresel Eylem Günü, Adbuster ve Greenpeace tarafından düzenlenen

Coca-Cola karşıtı cokespotlight.org çalışması ve Nike Anti-Sweatshop eylemleri önemli siber itaatsizlik eylemlerdir. Fakat bu gibi eylemler teknik bilgi eksikliğinden kaynaklı yanlış yorumlamalar nedeniyle siber vigilant ve hack aktivizmiyle karıştırıldığından ayırt edici faktörlerini vurgulamak gerekmektedir.

Siber vigilant ve hacktivism eylemleri temel olarak örgütlenmiş bilgisayar uzmanlarının şahsi, kurum veya kuruluş sunucularına sızma ve sunuculardaki bilgileri silme, değiştirme, şifreleme, paylaşma veya taşıma yoluyla baskı aracına çevirmesidir. Fakat siber itaatsizlikte sisteme atak yapanlar bilgisayar uzmanları değil, bir bilgisayar uzmanının geliştirdiği aracı yazılımı kullanan yığın (swarm) sosyal kitledir. Ayrıca bu atakta, sadece swarm adı verilen teknikle sistemi kilitleyen yığın mesajlar (flood) gönderilir ve sisteme sızma veya bilgileri manipüle gerçekleşmez. Uyguladıkları teknikler ve barışçıl vurguları nedeniyle siber itaatsizlik eylemleri siber ghandinizm olarak da adlandırılır ve bu önemli ayırt edici özelliğe dikkat edilmelidir.

Nasıl ki siber itaatsizlikte ghandizm anlayışı temel felsefi biçimlendirici ise siber vigilantizm anlayışında da Aldous Huxley'in *Cesur Yeni Dünya* ilhamı temel biçimlendirici olarak belirlemektedir. Bu cesur yenedünya, insanları özgür şekilde birleştirecek, topyekûn mücadeleyi mümkün kılacak, hükümet veya ulus ötesi hegemonya kontrolünü kaldıracak (Delmas, 2018) yeni araçlara muhtaçtır ve siber vigilant aktivist hareketler bunu mümkün kılacak yolları yaratma hedefindedir. Bu görüşü destekleyecek en önemli ayrıntı, siber vigilant aktivistlerin kendilerini, William Gibson'ın 'yabancılaştırılmış, toplumun kenarına itilmiş ve kapatılmış marjinal aydınlık' bir tip yani arketipsel cyberpunk olarak (Arquilla & Ronfeldt, 2001) görmeleri gösterilebilir. Geleneksel güç yapılarına ve yaptırımlarına karşı yeni yollar yaratarak aşmaya çalışan bu aktivizm türü kendisini birçok önemli eylemde gösterebilmiştir.

Tüketim ekonomisine karşı yeni yönelimlerin yaratılması (freecycle.org), anonim proxy desteği sunularak hükümetlerin internet sansürlerinin aşılması (Çin Hükümeti Vakası), ücretli yayınların ücretsiz olarak dağıtılması (JStore Olayı), stratejik içerikler ve yazılımlarla ilgili sansür, engel ve içerik şifrelemelerinin aşılması (Telecomix Yazılımları) siber vigilant hareketlerin mücadele tekniklerine de ışık tutmaktadır. Yarı kapalı organizasyon biçimlerine sahip olan siber vigilant hareketlerin daha gri bir alanı olarak beliren hacktivism, vigilantlara göre çok daha örgütlü ve kapalı organizasyonlara sahiptir.

Vigilant hareketlerde temel motivasyon, sosyal adaletsizliğin çözümü ve gelişmişlik uçurumunun kapanması için varlıkların bozulması ve yok edilmesi değil baskıyla veya çeşitli tekniklerle bölüşülmesi ve paylaşılmasıdır. Bu motivasyon yerine getirilirken vigilantlar, kanuni yetki olmadan, sosyal ve bireysel fikirlere dayalı ve intikamdan bağımsız şekilde çalışmaktadır. Fakat hacktivism, kapalı bir örgüt yapısı ve (nispi olarak) radikal bir ideoloji şemsiyesinde, lidersiz fakat öncü ideolojik fikirlere dayalı ve intikam hissini temel motivasyon veya strateji olarak kullanan yıkıcı bir mücadele şeklidir. Hacktivism örnekleri, teknikleri, görselleri ve medya demeçleri analiz edildiğinde, yıkıcı stratejisinin altında geleneksel güç merkezlerine karşı simetrik bir gücün yaratılabileceği mesajı görülebilir.

Son olarak siber aktivizmin karanlık ve oldukça eleştirilen biçimleri olan netwars ve siber terörizm, doğrudan bir aktivizm kavramı olmamakla birlikte aktivizm hareketlerinde de görülen kapalı ve gizli örgüt yapılarına sahip ve yasadışı bir siber aktivizm mücadelesidir. Bir düşünce kuruluşu olan RAND Corporation (www.rand.org) tarafından ortaya atılan netwar kavramı (Arquilla & Ronfeldt, 1996), hacktivist organizasyonların aksine, kurumsallaşmış ve yüksek hiyerarşiye dayalı merkezi kanallara göre hareket eden bir yapıya sahiptir. Richard Hunter tarafından da 'Network Army' olarak tanımlanan netwar yapılarında siber terörizm yapıları gibi çok resmi ve belirgin bir liderlik yapısı yoktur ve hücre yapısıyla mücadele ederler (Arquilla & Ronfeldt, 2001). Casusluk ve sabotaj gibi militarist eylemlerle özdeşleştirilen bu kavram aslında antagonist bir çerçeve gibi toplum ile egemen güçler arasındaki içsel güçlü çatışmayı ve savaşı eylemleştirir.

Genel ideolojilerden ziyade özelleştirilmiş doktrinlere dayalı olarak geliştirilen netwar siber karşı savaş taktikleri, kaynakları ele geçirmekten ziyade bölgeleri kontrol etme ve proaktif eylemler için akışı izleme üzerine odaklanmıştır. Bu yönüyle hem hacktivism hem de siber terörizmden kesin olarak ayrılan netwar, proaktif akış bilgileriyle, egemen gücün sosyo-politik hamlesini daha önceden keşfeder ve karşı mücadeleler geliştirebilecek zaman yaratabilir. Karşı güçlerin düşük yoğunluklu çatışmaların ötesi olan siber terörizm, doktrinlerden ziyade liderler ışığında eylemler yürüten, yıkıcı ve aşırı illegal bir mücadele şeklidir (Arquilla & Ronfeldt, 2001). İsrail ve ABD'nin Filistin politikalarına karşı özellikle havayolu şirketlerini ve kamu kurumlarını hedefleyen Cyber-Jihad eylemleri ve Yugoslavya iç savaşında NATO ve BM güvenlik yazılımlarına saldıran ve Hollanda askeri arşivlerinde bulunan soykırım görüntülerini medyaya sızdıran siber terörizm eylemleri aktivist bir eylem parçası olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak tekno-taraftarlar, yeni medyayı kompleks adaptif bir sistem olarak görmekte ve SPIN tipi kaotik bir ağ potansiyeli taşıdığını hatırlatarak hem önemli avantajlar yaratacağını hem de yeni tür siber aktivizm türleri oluşturacağını iddia etmektedir. Bu teknik özelliklerinden dolayı katılımcılar, zaman, mekan, kanun ve kimlik sınırlarını aşarak, kolektif eylemler için toplanma, protesto organize etme ve karşı mücadele yaratma kapasitelerini esnek risk ortamları üzerinde sınavabilmekte ve geliştirebilmektedir. Böylece yeni medya, ana akım medyanın politik veya ticari kaygıları nedeniyle dikkatini çekemeyen hareketlerin (Azab, 2012) ve ötekileştirilmiş kesimlerin önemli bir platformu haline gelir. Sosyal hareketlerin yönünü ve işleyişini geri dönülemez şekilde değiştiren yeni medya haber atlatma, açık içerik, açık katılım, ulus ötesi lobicilik, meşrulaştırma, çoklu sosyal konulara katılım olmak üzere aktivizmin ihtiyacı olan demokratik uygulamaları olağanüstü şekilde desteklemektedir (Ayers & Maccaughey, 2003). Tekno-taraftarların yeni medyanın teknik faydalarına dayandırdığı bu demokratik kolaylıklar aslında öz olarak, Bandura (1994) tarafından sıklıkla vurgulanan bireyin değişimi etkileme yeteneğini, arzusunu ve inancını şekillendirmesinden kaynaklanmaktadır.

Bireyin değişimi etkileme yeteneği, arzusu ve inancı, yeni medyanın sağladığı faydalar ile etkileşime geçerek sırasıyla toplu eylem katılımı için politik bilgiyi artırır, etkinlik algılarını geliştirir, yeni sosyal ağlar ile kolektif yapılara dahil olur ve sonuç olarak genelleştirilmiş bir aktivist kimliği oluşturabilir (Valenzuela, Arriagada & Scherman, 2012). Fakat yeni medyanın kapsamı sadece bireysel etkilerle sınırlı kalmaz, aynı zamanda sosyo-politik gündemi ve endişeleri günlük yaşamın bir parçası haline getirerek toplumsal ve uluslararası seferberliği de tetikler (Eltantawy & Wiest, 2011). Dolayısıyla tekno-taraftarlar, yeni medyayı sosyal hareketlerin merkezine alarak, teknik her gelişmenin çevresel etkiyle sosyal hareketleri de etkileyeceğini ve geliştireceğini savunmaktadır. Bu açıdan baktığımızda yeni medyanın sosyal hareketlere getireceği etkilerin heyecan verici olacağını söylemek mümkündür. Çünkü daha şimdiden yeni medyalarla yakınsanan holografik görüntüleme sistemleri, sanal ve artırılmış gerçeklik sistemleri, nesnelere interneti, yapay zekâ, büyük veri gibi hayata yeni giren gelişmelerin sosyal hareketler için getireceği yenilikler düşünülmesi ve odaklanması gereken bir konudur.

Tekno-Eleştirciler ve 'Slacktivizm' Anlayışı

Dijital çağın tasarruf zarafeti olarak görülen yeni medya, başta Marshall McLuhan ve Frankfurt Okulu temsilcileri tarafından ağa dayalı alternatif medya başlığıyla ele

alınmakta ve küresel bir ideolojik aygıt görülüp eleştirilmektedir. Ortaya konulan tartışmalar analiz edildiğinde, Arap Baharı olaylarında devrimin yeni aygıtı olarak müjdelenen ve yeni dördüncü kuvvet olarak görülen yeni medyanın, güçlü vaatler için sağlayabileceği otonomi seviyesi oldukça tartışmalı ve bulanıktır. Tekno-eleştirciler, günümüzde yerlere göklere sığdıramayan yeni medyanın sunduğu otonomi seviyesinin de zamanla azalacağını öngörmektedir.

Teknik olarak simetrik kontrolü, anonim kimlikler yaratımını ve açık medya özelliklerini mümkün kılan yeni medya altyapısı unutulmamalıdır ki yine teknik olarak yüksek asimetrik kontrolleri mümkün kılan kaotik ağ tipolojisine, 'Big Brother' adı verilen gözetleme ağını hiç olmadığı kadar genişleten yakınsanmış reseptörlere (kamera, gsm ses iletimi, gps, beacon tipi ble etkileşimleri vs.), hedef seçerek içerik bombardımanı sağlayan yapay zekâlı filtreleme algoritmalarını da mümkün kılmaktadır. Ayrıca, içerik üretimiyle ilgili kullanıcılarına özgürlükler ve fırsatlar sunan yeni medya sistemi, yaratılan içeriğin erişimi ve dağıtımı konusunda çok kısıtlı bir kontrol yeteneği sunmakta ve zaman geçtikçe bu yetenek de ticarileştirilmektedir.

Yeni medya yoluyla yaratılan içeriğin aşırı gürültülü veri okyanusunda dağıtımı, bulunabilirliği ve erişilebilirliği arama motoru algoritmalarının nihai tekel rehberliği doğrultusunda gerçekleşmektedir. Mesela, Google, Facebook, Instagram, Twitter gibi popüler tekelleşmiş platformlar üzerinden yayılan bir içeriğin arama konsollarına yerleştirilmiş Sandbox tarzı filtre algoritmalarından geçerek ne zaman erişileceği ve derecelenerek hangi sayfada veya hangi sıklıkta görüntüleneceği tamamen muammadır. Horkheimer ve Adorno (2002), algoritmalarla geliştirilen akıllı dijital statükonun yeterince sorgulanmadığını, tek gerçeklik olarak görüldüğünü, insan eyleminin limiti ve birleşik bir zirvesi olarak algılandığını ve insanoğlunun gelişmişliğinin doğrudan bir göstergesi olarak resmileştiğini aktarmakta ve bu durumu eleştirmektedir.

Ağ tipolojisi, kompleks adaptif bir SPIN ağ yapısına sahip olmasından dolayı sansürlenemez, engellenemez. Öte yandan Ayres (1999) yeni medya platformlarının anonim ve çoklu kimlikler yaratabilme potansiyeline odaklanarak, bu potansiyelin güvenilmez ve doğrulanamaz bilgilerine ve bu durumun gerçek politik tartışmalarda belirsizlik yaratabileceğine işaret etmektedir. Benzer şekilde Castells (1997) ağdaki esneklikle yaratılan içeriklerin arka sahnedeki hangi kimliklerle yaratıldığı ve onları kullanan insanların ideolojik ara yüzleri bilinmeksizin

değerlendirilmesinin zor olduğunu ve bunun sosyal hareketler için önemli bir risk teşkil ettiğini aktarmaktadır.

Tekno-eleştirciler de alandaki hassasiyetlere odaklanarak, yeni medyanın fonksiyonel üstünlüklerinin medya kuramlarıyla ve iletişim tarihiyle birlikte işlenmediği için ortaya konulan faydaların hem sürdürülebilirliği ve geleceği hem de nasıl bir medya okuryazarlık yaratacağı konularının gerçeği yansıtmadığını ileri sürmektedir (Poe, 2014). İletişim tarihinde yaşanan, satın alımlar yoluyla büyüyen medya tekelleri, hükümet regülasyonları, platform ve hizmetlerin ticarileştirilmesi ve sosyal sorumluluğun karlı kurumsal normlar ile değiştirilmesi (Dahlgren, 2011) gibi her medyanın yaşayabildiği tarihsel gelişmelerin, günümüzde yeni medya platformları için de geçerli olacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

Tekno-eleştircilerin medya okuryazarlığına ve iletişim tarihine odaklanan yorumlarındaki hassasiyet, siber aktivizmin kitlesel ve çoklu aracı (multi-mediated) bir platformda yürütüldüğü gerçeği ışığında bakıldığında daha net olarak anlaşılmaktadır (Dahlgren, 2011). Çünkü böyle bir ortamda hareket eden aktivist bir girişimin, medya üzerine uygulanacak politik ve ekonomik strangülasyonlardan etkilenmesi çok daha muhtemeldir. Sonuçta aracı medya platformlarının ticarileşmesi, küresel eğilimlerin etkisini artıracak ve sosyo-politik içeriklerin niceliğinde, niteliğinde ve çeşitliliğinde çok önemli etkiler yaratacaktır. Marcuse (1964, pp. 60-63) tarafından yaratılan endüstrileşen kültürel aygıtlar çerçevesinden bakıldığında, ticarileşmenin önce muhalif içeriğin popüler sanatsal boyut ile asimile edildiği, daha sonra aşkın ve dirençli bir duygu olan değişimi etkileme inancının (Bandura, 1994) geçici hazsal güdülere ve eğlenceli akımlara dönüştüğü görülmektedir. Bu öngörü, moda gibi tahakkümleri reddeden punk hareketinin moda olması, cultural jaming gibi gerilla uygulamalarının pazarlama stratejisi olması, mob gibi sosyal çete taktiklerinin flashmob gibi gençlerin eğlence unsuruna dönüşmesi ve challenge olarak adlandırılan hareketlerin sosyal sorundan ziyade ünlülerin öne çıktığı bir tür sosyal medya eğlencesine dönüşmesi gibi güncel örnekler göz önüne alındığında gerçekçi görülmektedir.

Marcuse (1964) tarafından yıllar önce ortaya koyulan 'endüstrileşen kültürel aygıtlar' öngörüsü ve sonuçları Charles Lemert'in ünlü *Durkheim'in Hayaletleri* kitabında (Lemert, 2011) Durkheim, Lévi-Strauss, Saussure, McLuhan, Derrida, Barthes, Foucault ve Deleuze gibi alanın öncü bilim insanlarının alıntılarıyla

desteklenmektedir. Yazının, kağıdın veya matbaanın icadı gibi bilinç düzeyinde değişime ilham veren yeni medya (McLuhan, 2007) yarattığı gelişmelerle önce bireysel ve sosyal zihinsel alanı yeniden oluşturmakta (Lemert, 2011) daha sonra 'Döneminin Yeni Öznesini' (Marcuse, 1965, pp. 52-53) yaratacak olan bilinçteki radikal değişimi tetiklemektedir. Tekno-eleştircilere göre, medyanın tüm çevreyi kozmik bir zar gibi sarması (Barzun, 1959; Chardin, 1959; McLuhan, 2007, Poe, 2014) tekno-taraftarların öngördüğü gibi fikirlerin çeşitliliğine değil tam aksine uyumluluk adı altında aynılığın dayatıldığı bir homolojiye yani benzeşime (Horkheimer & Adorno 2002) neden olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bazı tekno-eleştirciler (Beckett & Ball, 2011; Kristofferson, White & Pelosa, 2014; Morozov, 2011) yeni özne olarak adlandırılan benzeşik kitleyi zayıf öz bilince sahip popülist entelektüeller olarak görmektedir. Duncombe'a göre (2008, p. 25) modern çağın popülist entelektüelleri, özerk ifadeyi görünürlüğün bir aracı olarak düşündüğünden uyum ve benzeşme de kaçınılmaz olmaktadır.

Kültür endüstrisinin kamusal ifade konusundaki tekeli, kamu kabulü ve bilincini kapsayacak şekilde genişlemesine neden olmuştur (Horkheimer & Adorno, 2002). Bu genişlemenin bir sonucu olarak, herkesin kendi medyasına sahip olmasına ve içerikler üretmesine rağmen, yani tıpkı magmadaki metaller gibi sirkülasyon ve devinim olmasına rağmen, dışarı püskürmek ve ağıın dışına taşımakla ilgili öznel bir güdü oluşmamaktadır (Gaggi & Narduzzi, 2006). Bu durum, söylemlerin sayısında olağanüstü artışın ilk başta faydalıyken neden zamanla gürültüye sebep olduğunu ve platformların herkesin birbirine sesini duyurmak için yarıştığı yükselen bir kakofoniye dönüşmesinin sebebini de açıklamaktadır. Uyum ve benzeşimin arttığı yani özgürleşemeyen bir bilincin yükseldiği (Marcuse, 1969: 15) yeni medya ortamında, yaratılan trendler ve akış ile tekel içeriklerin yaratılması ve gerçeklerin, estetik kaygı ile asimile edilerek yeni gerçekliklere dönüşmesi, memory hole adı verilen bir bellek deliği sendromuna neden olabilir. Gelişmiş teknolojik sistemlere rağmen ağ üzerindeki tekel platformlar ve bu platformdaki fenomenlerin sürükleyici gücüne karşı koyacak özgürleşmiş bilincin olmaması, aktivizm hareketlerini tıpkı 1984 veya *Hayvan Çiftliği* romanlarında bahsedildiği gibi distopik, imkansız ve iktidarsız kılabilir, teknolojiyi de tahakkümün bir aracı haline getirebilir.

Tekno-eleştirciler, medya okuryazarlığı ve iletişim tarihindeki önemli gelişmelere dayandırdığı eleştirel bakış açısı nedeniyle siber aktivizmi slaktivizm yani tembellerin aktivizmi olarak görmektedir (Christensen, 2011; Kristofferson et al., 2014; Morozov,

2011). Slacktivism hipotezi ile tutarlı olarak (Fuchs, 2014), çevrimiçi eylemlerin yarattığı eğlence, haz ve tatmin edici his nedeniyle çevrimdışı katılımı engellediğini iddia etmekte ve internetteki etkin eylemlerin gelecekteki katılımı engellediği görüşünü desteklemektedir. Christensen (2011) ise sanal ortamda desteklenen dilekçeler, flashmob veya challenge tarzı viral ve gerilla eylemler, sosyal ağlarda yapılan paylaşımlar gibi siber aktivist eylem biçimlerinin, fark yaratmanın yanlış bir duygusunu yarattığını, sosyal hareketlerin psikolojik ve ideolojik doğasını bozduğunu ve gelecekteki gerçek hayat faaliyetlerini baltalayabileceğini iddia etmektedir.

Clicktivism ve sosyal medya aktivizmi olarak da kavramlaştırılan slacktivism (Gladwell, 2010; Tarrow, 2011), ek eylemleri azaltarak özellikle sosyal ağ kullanıcıları üzerinde aktivist eğilimleri beslemediğini öne sürmektedir (Fuchs, 2014). Medyaya hâkim olan eğlence mottosunun gerçekte kültürel bir aldatma olduğunu iddia eden Adorno'ya göre (2002b) ise, emek gücünün yeniden kazanılması için gerekli olan boş zamanlar medyanın akış teorisile özenle kurguladığı platformlarla inisiyatif dışında düzenlenmekte ve hayal gücü bastırılmaktadır. Bu görüş televizyon izlemenin, internetin ve sosyal ağ sitelerinin (Shah, Cho, Eveland, & Kwak, 2005) boş zamanı özelleştirdiği görüşleriyle uyumludur.

Slacktivism hipotezi etrafında şekillenen eleştirel yaklaşımlara bütünsel olarak bakıldığında temel kaygı, yeni medya kullanıcılarının eğlence odaklı olması nedeniyle aktivist öz bilinci geliştirecek okuryazarlık pratiklerine sahip olmamasıdır. Bu kaygıyı doğrulamaya çalışan Meikle'ye göre (2014) Uganda Direniş Ordusu (LRA) hâkimiyetindeki çocuk askerler problemini ele alan Kony2012 viral kampanyası çok ses getirmesine rağmen, bir yıl gibi kısa bir sürede hiçbir sonuç yaratamadan son bulmuştur. Benzer olarak, siber aktivizm eylemleri için örnek gösterilen Wall Street'i İşgal Et eylemleri çok ses getirmesine rağmen bir sonuç yaratamadığı gibi daha negatif ve radikal değişimlere karşı koyamamıştır (Meikle, 2014). Arap Baharı sürecinde Mısır'daki Tahrir Olayları, Twitter başta olmak üzere sosyal ağlarda büyük bir destek bulmasına rağmen (Azab, 2012) kısa bir demokratik zafer sonrası gelen yeni askeri darbeye aynı heyecanla karşı koyamamış ve küresel sonucu değiştirememiştir. Yine sosyal ağların başarısı olarak gösterilen Ukrayna Turuncu Devrimi protestolarının kazanımları bir sonraki seçimle kaybedilmiş ve Rusya-Ukrayna arasında günümüzde de devam eden daha büyük toplumsal problemler yaratmıştır. Yeni medyayı devrimin yeni aracı olarak gören çalışmalarda örnek gösterilen bu direnişler, kazanımların korunmasında ve tekrar elde edilmesinde aynı inancı ve motivasyonu yaratamadığından eleştirilmekte ve siber

aktivizm eylemlerine şüpheyle yaklaşılmaktadır. Geleneksel sosyal aktivist hareketlerde görülen sürekli, sürdürülebilir ve kazanımları sürekli kılan ideolojik motivasyonla karşılaştırıldığında (Bennett, 2008) siber aktivizmdeki dönüştürülmüş motivasyonların eleştirilmesi doğal karşılanmalıdır. Dolayısıyla siber aktivizmden beklenecek faydaların bir sınırı olduğu ve medya okuryazarlığı üzerinden ne gibi psikolojik etkiler yaratacağı dikkat edilmesi gereken önemli noktalaradır.

Özetle; tekno-eleştircilerin yeni medya ile ortaya çıkan yeni özneyi ve yeni siber aktivizm türlerini eleştirmesinin özünde temel iki gerçek yatmaktadır. Birincisi, kompleks adaptif ve SPIN özellikleri taşıyan yeni medyanın üreteceği faydalara odaklanıp ağ tipolojisindeki aşırı esnekliğin algoritmalarla meşrulaştırılabilecek tahakkümler yaratabileceğini öngörememek büyük yanılgılara ve sonuçlara neden olabilir. Bu öngörüsüzlüğün sonuçları Y.İ. Zamyatin'in *Biz* (1920), A. Huxley'in *Cesur Yeni Dünya* (1931), G. Orwell'in *1984* (1947), Isaac Asimov'un *Ben Robot* (1950), P. Dick'in *Azınlık Raporu* (1956) ve *Ubik* (1969), D. Brown'ın *Dijital Kale* (1998) gibi eserleriyle dikkatli bir şekilde işlenmiş ve edebiyat dünyasının ünlü fütüristleriyle yaklaşık 100 yıldır tartışılmaktadır.

Tekno-eleştircilerin ikinci olarak üzerinde durdukları eleştiri noktası ise medyanın okuma biçiminde başlatacağı değişimin, medya okuryazarlığı gibi geniş bir alanı kapsayacağı ve psikolojik etkileri olacağı gerçeğinin göz ardı edilmesidir. Gramsci (1997) tarafından 'arkasında bir iz bırakma telaşı olanlar' şeklindeki konformist bireyselleştirmeyi işaret eden tekno-eleştirciler, fark yaratma inancına değil de iyi hissetme inancına bağlı olarak gelişen bir aktivizmin konformist bir anlayış olduğunu ve medyanın özne olarak yönettiği coşku ve güdünün eylemleri sürdürülebilir kılamayacağını vurgulamaktadır (Fuchs, 2014). Dolayısıyla Habermas'ın (2003) 'Ağın Söylemsel ve Demokratik Potansiyeli' konusundaki şüpheciliğiyle bağlantılı olarak yeni medya, dijital kapitalizmin büyüyen alanını temsil ettiğinden ve kritik yeteneği zayıflattığından (Morozov, 2011) sosyal aktörlerin eleştirel ve bilişsel becerilerinin yanı sıra eylem olasılıklarını güçlendirmesi tekno-eleştircilere göre olanaksızdır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

İnternetin ve yeni medyanın etkileyici gücünü aşırı şekilde kutsayan ve aktivizmin özellikle internet ile birlikte küreselleştiğini ve geniş alanlara yayıldığını iddia eden anlayışların aksine, sosyal aktivist hareketler için dünyanın sosyal, politik ve coğrafi

sınırları aktivizm kavramının başlangıcından itibaren sınırsızdır. Kolektif sosyal hareketler, internet ağlarından çok daha erken zamanlarda, savaşlar, ticaret yolları, göç yolları, dini misyoner faaliyetler, partiler, sendikalar gibi ilişkisel temelli sosyal seferberliklerle kozmopolit ve belirsiz uluslar üstü sınırlar yaratabilmiştir (Poe, 2014). Fakat internet ve yeni medya bağlamında kozmopolit bu anlayışın fonksiyonel olarak güçlenmesi, geniş kitlelere yayılması ve kolaylaşması hafife alınacak bir gelişme değildir. Yeni medyanın bireyin çoklu sosyal konularda katılımı arttırma potansiyelinin yanı sıra direnişleri çoklu coğrafyalarda eşzamanlı gerçekleştirebilme yeteneği aktivizm için çok önemli bir katkıdır. Ayrıca, teknoloji destekli bilişsel eylem sürecine odaklanan ve aktivizm ile yeni medya arasındaki ilişkiye iyimser olarak yaklaşan tekno-taraftarlara göre yeni medya, sunduğu olanaklar ile yaratıcı kolektif kimlikler yaratan, sınırları aşıp ulus ötesi destekler arayan ve politik baskıları arkasına alarak eylemler düzenleyen bir aktivist anlayışı yaratmıştır. Tekno-taraftarların iyimser yaklaşımlarındaki detaylar, siber aktivizm şemsiyesi altındaki clicktivism, netactivism, smartmob (akıllı çeteler), cyberdisobedience (siber itaatsizlik), hacktivism, cybervigilantism, netwarism ve cyberterrorism gibi yeni tür aktivist yöntemler üzerinde görülebilmektedir. Bu yeni tür aktivist yöntemler sosyal hareketlerin ideolojik altyapısındaki çok merkezlilik, özgürlük, bağlantısızlık, işbirlikçilik ve ulaşılabilirlik gibi (Tarrow, 2011) idealist kavramları doğrudan desteklemektedir.

Yeni medya, altyapısında yatan muazzam teknik potansiyele ve sunduğu ayırt edici fırsatlara rağmen diğer medya yapılarının yaşadığı küresel ve ideolojik etkilere açık olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Dolayısıyla yeni medyayı medya carta olarak ilan edip demokratikleştirmenin merkezine alan bir anlayışın yalnızca teknik altyapıyı referans göstermesi ve iletişim tarihindeki medya gelişmelerini göz ardı etmesi önemli bir eksiklik olarak görülebilir. Ayrıca kuramlardan ve tarihten bağımsız bir değerlendirme ile yeni medyayı yorumlamak ve yaratacağı her türlü dönüşüme, fonksiyonel faydalarına işaret edilerek, sorgusuz adapte olmak ciddi sonuçlar yaratabilir. Örneğin, yeni medya yakınsama ile muazzam bir çeşitlilik yaratsa da küresel kapitalist sistem gerçeği, geçmişte olduğu gibi, çeşitlenen platformların sahipliğini ve koleksiyonunu ele geçirerek içerikleri kitleleşirebilir ve karşımıza 'Yeni Kitlesele Yeni Medya' denen çok alengirli bir medya çıkarabilir. Ayrıca yeni medya sunduğu faydalarla günlük uygulamaları yalnızca kolaylaştırmaz. Yeni kullanım davranışları ve medya okuryazarlığı yoluyla iletişimdeki tipografik ve fonetik anlamlandırma pratiklerini dönüştürür, bu dönüşüm ise ihtiyaçların, amaçların, fikirlerin ve eylemlerin yaratılmasını etkiler. Örneğin, konvansiyonel medyada birey klasik 'ben-o' düalizmi pratikleriyle kolayca eleştiri geliştirebilirken; yeni medyada birey, içerik üretimindeki

faktörlerin dönüşmesinden dolayı 'ben-biz' şeklinde kurulan yeni düalizme direnemeyebilir, ötekileştirilebilir, sosyal linç yaşayabilir veya uyum kaygısıyla bir homoloji yani benzeşimi tercih edebilir (Horkheimer & Adorno, 2002). Dolayısıyla, aktivist hareketler çevrimiçi olmayan ortamlarda ilerlerken, süreç sosyal normlar ışığında şekillenirken; çevrimiçi veya siber aktivist eylemler medya üzerinden aktığı için süreç medyanın ekonomik bağlamlarla kurumsallaştırılmış ve sistemleştirilmiş medya normlarıyla şekillenir. Diğer deyişle bir gerçekliğin doğasını değiştirdikten sonra değişmemesini beklemek ve kararlılık göstermemesini eleştirmek yersizdir.

Flow teorisinden hareketle (Csikszentmihalyi & Nakamura, 2002), aktivist bir hareketin medya üzerinde yaşayabilmesi ve arzu edilen bir akış yaratabilmesinin fonksiyonu, o medya sisteminin kurumsallaştırılmış normlarına, kullanıcıların amaç ve motivasyonlarına ve çevrenin yaklaşım ve kabullerine bağlıdır.

Bu çalışma, dijital veya çevrimiçi aktivizm konusunu ele alan çalışmalara odaklanarak bulanık ve tek taraflı ele alma şekillerini eleştirmekte, ortaya koyulan yaklaşımları kategorilere ayırmakta ve Şekil 1'de sunulduğu üzere birbiri yerine kullanılan aktivizm türleri arasındaki kavram karışıklığını çözmeye çalışmaktadır. Ayrıca yeni medyanın sosyal hareketlerde yarattığı çevrimiçi katılım yoğunluğuna ve mesaj frekansına odaklanan çalışmaların çizdiği iyimser tablo ile yeni medyanın çevrimdışı katılım formlarına, sürdürülebilirliğe, sosyolojik ve psikolojik etkisine odaklanan çalışmaların çizdiği kötümser tablonun arka planındaki yapıyı açıklamaya çalışmaktadır. Bu noktada özellikle yeni medya-aktivizm ilişkisi üzerine yapılan sınırları belirgin etnografik tanımlamalar eleştirilmiştir. Çünkü yeni medya diğer medya yapılarından çok farklı, etnografik ve indirgemeci tanımlamalarla sınırlanamayacak kadar geniş, dinamik, yakınsanmış, dolanık, dağıtık ve çevresel koşullara uyum sağlayacak kadar esnek örüntülere sahip (robust) bir sistemdir (Manovich, 2002). Bu bilgi ışığında, çalışmada, yeni medyanın etkileri, tek ve iki boyutlu klasik indirgemeci bir sistem yaklaşımıyla değil, kompleks adaptif sistem yaklaşımıyla ele alınmış ve literatüre katkı sunacak önemli ve özgün eleştiriler getirilmeye çalışılmıştır. Örneğin, bu çalışmada vurgulanan kompleks adaptif yaklaşım, klasik indirgemeci iyimser ve kötümser bakış açılarının vurguladığı çatışmaları bir sorun olarak görmemektedir. Tam aksine karmaşık etkileşimler zincirinin bir sonucu olarak görmekte, ortaya koyulan davranışların esnek örüntüsü (robust) sunan bir süreç olarak kabul etmekte ve özel değerini öğrenmek için çaba harcanmasını önermektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, kompleks adaptif anlayışa odaklanarak kavramsal açıklamalar, kategoriler, tanımlamalar, örnekler ve özgün eleştiriler ortaya koyarak, yeni medya-aktivizm ilişkisinin çok daha zengin yönlerinin olabileceğini ve siber aktivizm eylemlerinin sürdürülebilirlik sorununu çözülebileceğini vurgulamaktadır.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almamıştır.

SON NOTLAR

1. Vigilantizm: Huzuru ve adaleti sağlamak için kanuni yetki olmadan kurulan, intikamdan bağımsız şekilde zorla düzen sağlamaya çalışan yasadışı ve alternatif bir mücadele formudur. Gerçek dünyada bir örgütü veya kişiyi vigilant olarak yorumlamak suç ve suçlu övme gibi hukuksal sorunlar yaratabilir. Bu detay bile bu sosyal hareket formunun yasa dışılık özelliğinin ne kadar güçlü olduğunu açıklayabilmektedir. Dolayısıyla Dadaloğlu ve Köroğlu gibi yarı kurgusal figürler ile Robin Hood ve Batman gibi hayali dünyanın kahramanlarının bir vigilant olduğunu söylemek kavram için güvenli bir açıklamadır. Tecavüzcü veya kundakçı gibi suçlulara karşı ayaklanan ve linç girişiminde bulunanlar veya suçluları hedefleyen seri katiller bir vigilant değildir. Çünkü vigilantizmde temel motivasyon intikam ve kin değil adalet, huzur ve sosyal karşılıktır.
2. Yunanca kökenli bir kelime olan Mem ya da Mème, Richard Dawkins'in *The Selfish Gene* (1976) kitabında ortaya attığı kültürel iletim birimi kavramıdır. Dawkins'e göre nesiller değiştiğinde, kültürel ve sosyal içerik bir sonraki nesle memler tarafından aktarılmaktadır. Bu kavramı yeni medya alanına taşıyan ise Texas Üniversitesi'nde biyoloji profesörü olan Lauren Ancel Meyers'tir. Meyers'e göre, meme tarzı söylemler, çevrimiçi sosyal ağlarda hastalıklara benzer şekilde yayılmaktadır ki Dawkins'in "biyolojik içeriğin DNA tarafından aktarılması" söylemiyle uyumludur. 'Internet Memes', günümüzde içeriğin atomize olduğu, Twitter'da bir hashtag ile bir felsefenin veya şakanın sembolize edilip saniyede milyonlarca insana ulaştığı bir iletim akımıdır. Sosyal ağlardaki örnekleri sıklıkla 'Cultural Jamming' olarak adlandırılan gerilla kampanyalarda görülmektedir.
3. Sousveillance, Mathiesen'in 'izleyenleri izleme' gibi sinoptik karşı-izleme taktiği üzerine odaklanan bir kavramdır. Gösteriler sırasında polis davranışının filme alınması, polis veya devlet destekli şiddet olaylarının ifşa edilmesini içeren gözetime dayanan pasif bir karşı-taktiktir. Sousveillance ile protestolar, taktikler, organizasyonlar ve fikirlerle ilgili bir arşiv, bir bellek ve bir metin deposu yaratılır ve kamuoyuna sunulur.
4. Memory Hole: Hafıza veya arşivlerden belirli kayıtların silinmesi ve değiştirilmesi yoluyla bir şeyin yaşanmadığı izlenimi verme veya bir bellek deliği yaratma stratejisidir. Örneğin, George Orwell'in distopik romanı olan *1984*'de doğruluk bakanlığının sistematik olarak tarihsel belgeleri yeniden oluşturması ve devlet propagandasına uydurması bir bellek deliği yaratmaktır. Benzer olarak *Hayvan Çiftliği* adlı romanda devrimden sonra duvar üzerine yazılan ilkelerin domuzlar tarafından sürekli değiştirilmesi de bir bellek deliği örneğidir.

KAYNAKLAR

- Adorno, T. (2002). The culture industry reconsidered, In T. Adorno & J. Bernstein (Eds.), *The culture industry: Selected essays on mass culture*, (pp. 98-106). London, UK: Routledge
- Anderson, L. (2011). *Demystifying the Arab Spring. Foreign Affairs*. Retrieved from <http://www.foreignaffairs.com/articles/67693/lisaanderson/demystifying-the-arab-spring>
- Arquilla, J. & Ronfeldt, D. (1996). *The Advent of Netwar*. Retrieved from https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR789.html
- Arquilla, J. & Ronfeldt, D. (2001). *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy*. Retrieved from https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1382.html
- Ayers, M. D. & Maccaughey, M. (2003). *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. New York, USA: Routledge.
- Ayres, J. M. (1999). From the streets to the internet: The cyber-diffusion of contention. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 566(1), 132-143.
- Azab, N. A. (2012). The role of the internet in shaping the political process in Egypt. *International Journal of E-Politics*, 3(2), 31-51. <http://dx.doi.org/10.4018/jep.2012040103>.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In V. S. Ramachandran (Ed.), *Encyclopaedia of human behavior* (pp. 71-81). New York, USA: Academic Press.
- Barzun, J. (1959) *House of Intellect*, New York, USA: Harper.
- Beckett, C. & Ball, J. (2011). *WikiLeaks*. Cambridge, UK: Wiley.
- Bennett, L. (2003). New Media Power: The Internet and Global Activism. In N. Couldry & J. Curran (Eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (pp. 17-37). London, UK: Rowman & Littlefield.
- 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.
- Buechler, S. M. (1995). New social movement theories. *The Sociological Quarterly*, 36(3), 441-464. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1533-8525.1995.tb00447.x>
- Caren, N. (2007). Political Process Theory. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405165518.wbeosp041>
- Carty, V., & Onyett, J. (2006). Protest, cyberactivism and new social movements: The reemergence of the peace movement post 9/11. *Social Movement Studies*, 5(3), 229-249.
- Castells, M. (1997). *The power of identity*. Cambridge, UK: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2010). *End of millennium, the information age*. Cambridge, UK: Blackwell .
- Chardin, P. (1959) *Phenomenon of Man*. New York, USA: Harper.
- Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, 16(2). Retrieved from <https://firstmonday.org/article/view/3336/2767>
- Corning, A. F., & Myers, D. J. (2002). Individual orientation toward engagement in social action. *Political Psychology*, 23(4), 703-729.

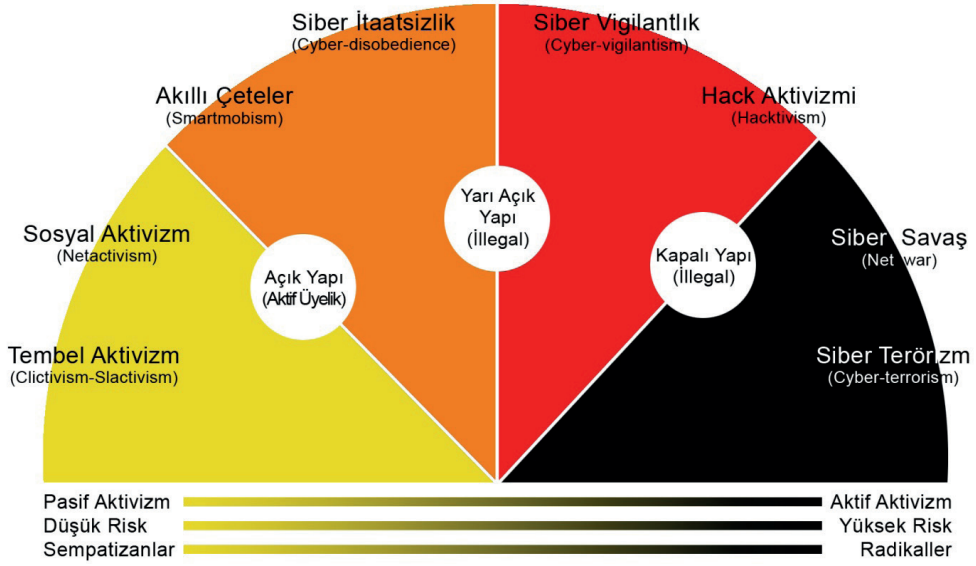
- Csikszentmihalyi, M., & Nakamura, J. (2002). *The concept of flow*. London, UK: Oxford University Press.
- Dahlgren, P. (2011). Parameters of online participation: Conceptualizing civic contingencies. *CM Communication Management Quarterly*, 6(21), 87-110
- Della Porta, D., & Kriesi, H. (1999). *Social movements in a globalizing world: An introduction*. UK: Palgrave Macmillan.
- Della Porta, D., & Mosca, L. (2007). In movimento: "Contamination" in action and the Italian global justice movement. *A Journal of Transnational Affairs*, 7(1), 1-27.
- Delmas, C. (2018). Is Hacktivism the New Civil Disobedience? *Dans Raisons Politiques*, 69(1), 63-81.
- DiGrazia, J. (2014). Individual protest participation in the United States: Conventional and unconventional activism. *Social Science Quarterly*, 95(1), 111-131.
- Donguines, A. (2014). *Ice bucket challenge rules ex-plained: How challenge helps ALS, Lou Gehrig's disease charities?* Retrieved from <https://www.christianpost.com/news/ice-bucket-challenge-rules-explained-how-does-it-help-als-charities-125361>
- Duncombe, S. (2008). *Notes from underground: Zines and the politics of alternative culture*. Oregon, USA: Microcosm Publishing.
- Edelman, M. (2001). Social movements: Changing paradigms and forms of politics. *Annual review of Anthropology*, 30, 285-317.
- Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). Social media in the Egyptian revolution: Reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*, 5, 1207-1224.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. London, UK: Sage.
- Gaggi, M., & Narduzzi, E. (2006). *El fin de la clase media*. Italy: Lengua de Trapo
- Gladwell, M. (2010, September 27). Small change. *The New Yorker*. Retrieved from <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>
- Gramsci, A. (1997). *Hapishane Defterleri* (A. Cemgil, Trans.). İstanbul, Turkey: Belge Yayınları.
- Habermas, Jürgen, (2003). *İnsan Doğasının Geleceği* (K. H. Öktem, Trans.) İstanbul, Turkey: Everest Yayınları.
- Ho, M.-S. (2010). Understanding the trajectory of social movements in Taiwan. *Journal of Current Chinese Affairs*, 39(3), 3-22.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments* (E. Jephcott, Trans.). Stanford, USA: Stanford University Press.
- Huntington, S. P. (1993). *The thirdwave: Democratization in the late 20th century*. Oklahoma, USA: University of Oklahoma Press.
- Kim, Y., & Chen, H.-T. (2015). Discussion network heterogeneity matters: Examining a moderated mediation model of social media use and civic engagement. *International Journal of Communication*, 9, 2344-2365.
- Kristofferson, K., White, K., & Peloza, J. (2014). The nature of slacktivism: How the social observability of an initial act of token support affects subsequent prosocial action. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1149-1166. <https://dx.doi.org/10.1086/674137>.
- Lasn, Kalle (1999). Media Carta, *Journal of Social Justice*, 11(1), 121-124.

- Lee, Y. H., & Hsieh, G. (2013). Does slacktivism hurt activism? The effects of moral balancing and consistency in online activism. *In Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings* (pp. 811-820). <https://dx.doi.org/10.1145/2470654.2470770>
- Lemert, C. (2011). *Durkheim'in Hayaletleri* (F. B. Aydar, Trans.). İstanbul, Turkey: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*, Cambridge, UK: MIT Press.
- Marcuse, H. (1964). *One-dimensional man*. Boston, USA: Beacon.
- Marcuse, H. (1965). The individual in the great society. In A. Feenberg and W. Leiss (Eds.), *The essential Marcuse: Selected writings of philosopher and social critic Herbert Marcuse* (pp. 3-12). Boston, USA: Beacon.
- Marcuse, H. (1969). *An essay on liberation*. Boston, USA: Beacon.
- McLuhan, M. (2007). *Gutenberg Galaksisi* (G. Ç. Güven, Trans.). İstanbul, Turkey: YKY.
- McPhilips, F. (2006). *Internet Activism: Towards A Framework for Emergent Democracy*, Retrieved from <http://www.iadisportal.org/digital-library/internet-activism-towards-a-framework-for-emergent-democracy>.
- Meikle, G. (2014). Social media, visibility, and activism: The kony2012 campaign. In M. Ratto & M. Boler (Eds.), *DIY Citizenship: Critical Making and Social Media*. London, UK: MIT Press.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: the dark side of internet freedom*. New York, USA: Public Affairs.
- Olson, M. (1971). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups, second printing with new preface and appendix*. Cambridge, UK: Harvard University Press.
- Platon (1996) *Diyaloglar* (S. Eyüboğlu & A. Cemgil, Trans.) İstanbul, Turkey: Remzi Kitabevi.
- Poe, M. (2014). *İletişim Tarihi* (U. Y. Kaya, Trans.), İstanbul, Turkey: İslık Yayınları.
- Postill, J. (2012). Digital politics and political engagement. In H. A. Horst & D. Miller (Eds.), *Digital Anthropology*. Oxford, UK: Berg Publishers.
- Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, R. (2014). Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. *Government Information Quarterly*, 31(3), 365-378. <https://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.016>
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age. *Communication Research*, 32(5), 531-565. <https://dx.doi.org/10.1177/0093650205279209>
- Tarrow, S. G. (2011). *Power in movement: Social movements and contentious politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Thompson, W. E., Hickey, J. V., & Thompson, M. L. (2016). *Society in focus: An introduction to sociology*. London, UK: Rowman & Littlefield.
- Tüfekçi, Z. & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: observations from Tahrir square. *Journal of Communication*, 62(3), 63-379. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2), 299-314. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x>
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38, 466-470.

Whelan, J. (2011). *Online Activism: Insights to Guide Social Movement Electronic Communication*. Retrieved from <http://thechangeagency.org>.

TABLolar VE ŞEKİLLER

Şekil 1: Siber Aktivizm Türleri Hakkında Genel Bir Sınıflandırma



DERGİNİN TANIMI

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, hakemli, açık erişimli ve yılda iki kere Haziran ve Aralık aylarında, 1992 yılından beri yayınlanan uluslararası, bilimsel bir dergidir. Dergiye yayınlanması için gönderilen bilimsel makaleler Türkçe ya da İngilizce olmalıdır.

AMAÇ VE KAPSAM

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, iletişim konusunda sistemler, kuramlar, yöntemler ve uygulamalara odaklanır. Akademik araştırmacılar, iletişim profesyonelleri ve iletişim politikası belirleyicilerine yönelik bilimsel bilginin paylaşıldığı global bir platform oluşturmak için iletişim konusunu çeşitli açılardan ele alan orijinal araştırma, derleme, olgu sunumu ve kitap incelemesi yazıları yayımlar. İletişim konusuyla ilgili ve derinlikli yorumlar içeren antropoloji, felsefe, tarih, siyaset bilimi, psikoloji ve diğer alanlardan da katkılara açıktır. Akademisyenler, araştırmacılar, profesyoneller, öğrenciler ve ilgili mesleki, akademik kurum ve kuruluşlar derginin hedef kitlesini oluşturur.

EDİTORYAL POLİTİKALAR VE HAKEM SÜRECİ

Yayın Politikası

Dergiye yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin içeriği derginin amaç ve kapsamı ile uyumlu olmalıdır. Dergi, orijinal araştırma niteliğindeki yazıları yayınlamaya öncelik vermektedir.

Genel İlkeler

Daha önce yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere başka bir dergide halen değerlendirilmediği ve her bir yazar tarafından onaylanan makaleler değerlendirilmek üzere kabul edilir.

Ön değerlendirmeyi geçen yazılar iThenticate intihal tarama programından geçirilir. İntihal incelemesinden sonra, uygun makaleler Editör tarafından orijinaliteleri, metodolojileri, makalede ele alınan konunun önemi ve derginin kapsamına uygunluğu açısından değerlendirilir.

Bilimsel toplantılarda sunulan özet bildirimler, makalede belirtilmesi koşulu ile kaynak olarak kabul edilir. Editör, gönderilen makale biçimsel esaslara uygun ise, gelen yazıyı yurtiçinden ve /veya yurtdışından en az iki hakemin değerlendirmesine sunar, hakemler gerek gördüğü takdirde yazıda istenen değişiklikler yazarlar tarafından yapıldıktan sonra yayınlanmasına onay verir.

Makale yayınlanmak üzere Dergiye gönderildikten sonra yazarlardan hiçbirinin ismi, tüm yazarların yazılı izni olmadan yazar listesinden silinemez ve yeni bir isim yazar olarak eklenemez ve yazar sırası değiştirilemez.

Yayına kabul edilmeyen makale, resim ve fotoğraflar yazarlara geri gönderilmez. Yayınlanan yazı ve resimlerin tüm hakları Dergiye aittir.

Yazarların Sorumluluğu

Makalelerin bilimsel ve etik kurallara uygunluğu yazarların sorumluluğundadır. Yazar makalenin orijinal olduğu, daha önce başka bir yerde yayınlanmadığı ve başka bir yerde, başka bir dilde yayınlanmak üzere değerlendirilmediği konusunda teminat sağlamalıdır. Uygulamadaki telif kanunları ve anlaşmaları gözetilmelidir. Telifle bağlı materyaller (örneğin tablolar, şekiller veya büyük alıntılar) gerekli izin ve teşekkürle kullanılmalıdır. Başka yazarların, katkıda bulunanların çalışmaları ya da yararlanılan kaynaklar uygun biçimde kullanılmalı ve referanslarda belirtilmelidir.

Gönderilen makalede tüm yazarların akademik ve bilimsel olarak doğrudan katkısı olmalıdır, bu bağlamda “yazar” yayınlanan bir araştırmanın kavramsallaştırılmasına ve dizaynına, verilerin elde edilmesine, analizine ya da yorumlanmasına belirgin katkı yapan, yazının yazılması ya da bunun içerik açısından eleştirel biçimde gözden geçirilmesinde görev yapan birisi olarak görülür. Yazar olabilmenin diğer koşulları ise, makaledeki çalışmayı planlamak veya icra etmek ve / veya revize etmektir. Fon sağlanması, veri toplanması ya da araştırma grubunun genel süpervizyonu tek başına yazarlık hakkı kazandırmaz. Yazar olarak gösterilen tüm bireyler sayılan tüm ölçütleri karşılamalıdır ve yukarıdaki ölçütleri karşılayan her birey yazar olarak gösterilebilir. Yazarların isim sıralaması ortak verilen bir karar olmalıdır. Tüm yazarlar yazar sıralamasını [Telif Hakkı Devir Formunda](#) imzalı olarak belirtmek zorundadırlar.

Yazarlık için yeterli ölçütleri karşılamayan ancak çalışmaya katkısı olan tüm bireyler “teşekkür / bilgiler” kısmında sıralanmalıdır. Bunlara örnek olarak ise sadece teknik destek sağlayan, yazıma yardımcı olan ya da sadece genel bir destek sağlayan, finansal ve materyal desteği sunan kişiler verilebilir.

Bütün yazarlar, araştırmanın sonuçlarını ya da bilimsel değerlendirmeyi etkileyebilme potansiyeli olan finansal ilişkiler, çıkar çatışması ve çıkar rekabetini beyan etmelidirler. Bir yazar kendi yayınlanmış yazısında belirgin bir hata ya da yanlışlık tespit ederse, bu yanlışlıklara ilişkin düzeltme ya da geri çekme için editör ile hemen temasa geçme ve işbirliği yapma sorumluluğunu taşır.

Editör ve Hakem Sorumlulukları ve Değerlendirme Süreci

Editörler, makaleleri, yazarların etnik kökeninden, cinsiyetinden, cinsel yöneliminden, uyruğundan, dini inancından ve siyasi felsefesinden bağımsız olarak değerlendirirler. Yayına gönderilen makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmelerini sağlarlar. Gönderilen makalelere ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalacağını garanti

YAZARLARA BİLGİ

ederler. Editörler içerik ve yayının toplam kalitesinden sorumludurlar. Gereğinde hata sayfası yayınlanmalı ya da düzeltme yapılmalıdır.

Editör; yazarlar, editörler ve hakemler arasında çıkar çatışmasına izin vermez. Hakem atama konusunda tam yetkiye sahiptir ve Dergide yayınlanacak makalelerle ilgili nihai kararı vermekte yükümlüdür.

Hakemler makaleleri, yazarların etnik kökeninden, cinsiyetinden, cinsel yöneliminden, uyruğundan, dini inancından ve siyasi felsefesinden bağımsız olarak değerlendirirler. Araştırmayla ilgili, yazarlarla ve/veya araştırmanın finansal destekçileriyle çıkar çatışmaları olmamalıdır. Değerlendirmelerinin sonucunda tarafsız bir yargıya varmalıdırlar. Hakemler yazarların atıfta bulunmadığı konuyla ilgili yayınlanmış çalışmaları tespit etmelidirler. Gönderilmiş yazılara ilişkin tüm bilginin gizli tutulmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdırlar. Hakem, makale konusu hakkında kendini vasıflı hissetmiyor ya da zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu bildirmeli ve hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde editör hakemlere gözden geçirme için gönderilen makalelerin, yazarların özel mülkü olduğunu ve bunun imtiyazlı bir iletişim olduğunu açıkça belirtir. Hakemler ve yayın kurulu üyeleri başka kişilerle makaleleri tartışamazlar. Hakemlerin kendileri için makalelerin kopyalarını çıkarmalarına izin verilmez ve editörün izni olmadan makaleleri başkasına veremezler. Yazarın ve editörün izni olmadan hakemlerin gözden geçirmeleri basılamaz ve açıklanamaz. Hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir. Bazı durumlarda editörün kararıyla, ilgili hakemlerin makaleye ait yorumları aynı makaleyi yorumlayan diğer hakemlere gönderilerek hakemlerin bu süreçte aydınlatılması sağlanabilir.

AÇIK ERIŞİM İLKESİ

Açık erişimli bir yayın olan Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, tüm içeriği okura ya da okurun dahil olduğu kuruma ücretsiz olarak sunulur. Okurlar, ticari amaç haricinde, yayıncı ya da yazardan izin almadan dergi makalelerinin tam metnini okuyabilir, indirebilir, kopyalayabilir, arayabilir ve link sağlayabilir. Bu BOAI açık erişim tanımıyla uyumludur.

YAYIN ETİĞİ

İlke ve Standartlar

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, yayın etiğinde en yüksek standartlara bağlıdır ve Committee on Publication Ethics (COPE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) ve World Association of Medical Editors (WAME) tarafından yayınlanan etik yayıncılık ilkelerini benimser; Principles of Transparency

YAZARLARA BİLGİ

and Best Practice in Scholarly Publishing başlığı altında ifade edilen ilkeler için adres: <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

Gönderilen tüm makaleler orijinal, yayınlanmamış ve başka bir dergide değerlendirme sürecinde olmamalıdır. Her bir makale editörlerden biri ve en az iki hakem tarafından çift kör değerlendirmeden geçirilir. İntihal, duplikasyon, sahte yazarlık/inkar edilen yazarlık, araştırma/veri fabrikasyonu, makale dilimleme, dilimleyerek yayın, telif hakları ihlali ve çıkar çatışmasının gizlenmesi, etik dışı davranışlar olarak kabul edilir.

Kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Buna yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de dahildir.

DİL

Derginin yayın dili Türkçe ve Amerikan İngilizce'sidir.

YAZILARIN HAZIRLANMASI

Aksi belirtilmedikçe gönderilen yazılarla ilgili tüm yazışmalar ilk yazarla yapılacaktır. Makale gönderimi online olarak ve <http://connectist.istanbul.edu.tr> üzerinden yapılmalıdır. Gönderilen yazılar, yazının yayınlanmak üzere gönderildiğini ifade eden, makale türünü belirten ve makaleyle ilgili bilgileri içeren (bkz: Son Kontrol Listesi) bir mektup; yazının elektronik formunu içeren Microsoft Word 2003 ve üzerindeki versiyonları ile yazılmış elektronik dosya ve tüm yazarların imzaladığı [Telif Hakkı Devir Formu](#) eklenerek gönderilmelidir.

1. Çalışmalar, A4 boyutundaki kağıdın bir yüzüne, üst, alt, sağ ve sol taraftan 2,5 cm. boşluk bırakılarak, 10 punto Times New Roman harf karakterleriyle ve 1,5 satır aralık ölçüsü ile hazırlanmalıdır.
2. Çalışmalar 4500 - 8250 sözcük arasında olmalı ve sayfa numaraları sayfanın altında ve ortada yer almalıdır.
3. Yazar/yazarların adları çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik şekilde verilmelidir. Ayrıca yıldız dipnot şeklinde (*) yazarın unvanı, kurumu ve e-posta adresi sayfanın en altında dipnotta belirtilmelidir.
4. Giriş bölümünden önce 180-200 sözcük arasında çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi kaydeden Türkçe ve İngilizce öz ile 600-800 kelimelik İngilizce genişletilmiş özet yer almalıdır. Çalışmanın İngilizce başlığı İngilizce özün üzerinde yer almalıdır. İngilizce ve Türkçe özlerin altında çalışmanın içeriğini temsil eden 5 İngilizce, 5 Türkçe anahtar kelime yer almalıdır.
5. Çalışmaların başlıca şu unsurları içermesi gerekmektedir: Başlık, Türkçe öz ve anahtar kelimeler; yabancı dilde başlık, İngilizce öz ve anahtar kelimeler; (makale Türkçe ise) İngilizce genişletilmiş özet, ana metin bölümleri, son notlar ve kaynaklar.

YAZARLARA BİLGİ

6. Araştırma makalelerinde bölümler şu şekilde olmalıdır: "GİRİŞ", "AMAÇ VE YÖNTEM", "BULGULAR", "TARTIŞMA VE SONUÇ", "SON NOTLAR" "KAYNAKLAR" ve "TABLOLAR VE ŞEKİLLER". Derleme ve yorum yazıları için ise, çalışmanın öneminin belirtildiği, sorunsal ve amacın somutlaştırıldığı "GİRİŞ" bölümünün ardından diğer bölümler gelmeli ve çalışma "TARTIŞMA VE SONUÇ", "SON NOTLAR", "KAYNAKLAR" ve "TABLOLAR VE ŞEKİLLER" şeklinde bitirilmelidir.
7. Çalışmalarda tablo, grafik ve şekil gibi göstergeler ancak çalışmanın takip edilebilmesi açısından gereklilik arz ettiği durumlarda, numaralandırılarak, tanımlayıcı bir başlık ile birlikte "KAYNAKLAR" bölümünden sonra verilmelidir. Demografik özellikler gibi metin içinde verilebilecek veriler, ayrıca tablolar ile ifade edilmemelidir.
8. Yayınlanmak üzere gönderilen makale ile birlikte yazar bilgilerini içeren kapak sayfası gönderilmelidir. Kapak sayfasında, makalenin başlığı, yazar veya yazarların bağlı oldukları kurum ve unvanları, kendilerine ulaşılabilecek adresler, cep, iş ve faks numaraları ve e-posta adresleri yer almalıdır (bkz. Son Kontrol Listesi).
9. Kurallar dâhilinde dergimize yayınlanmak üzere gönderilen çalışmaların her türlü sorumluluğu ve çalışmada geçen görüşler yazar/yazarlarına aittir.
10. Yayın kurulu ve hakem raporları doğrultusunda yazarlardan, metin üzerinde bazı düzeltmeler yapmaları istenebilir.
11. Yayınlanmasına karar verilen çalışmaların, yazar/yazarlarının her birine istekleri halinde dergi gönderilir.
12. Dergiye gönderilen çalışmalar yayınlansın veya yayınlanmasın geri gönderilmez.
13. Yayın kurulu tarafından yayınlanması uygun bulunan makalelerin telif hakkı İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne aittir; başka bir yerde yayınlanamaz. Yazarlara telif ücreti ödenmez.

KAYNAKLAR

Derleme yazıları okuyucular için bir konudaki kaynaklara ulaşmayı kolaylaştıran bir araç olsa da, her zaman orijinal çalışmayı doğru olarak yansıtmaz. Bu yüzden mümkün olduğunca yazarlar orijinal çalışmalarını kaynak göstermelidir. Öte yandan, bir konuda çok fazla sayıda orijinal çalışmanın kaynak gösterilmesi yer israfına neden olabilir. Birkaç anahtar orijinal çalışmanın kaynak gösterilmesi genelde uzun listelerle aynı işi görür. Ayrıca günümüzde kaynaklar elektronik versiyonlara eklenebilmekte ve okuyucular elektronik literatür taramalarıyla yayınlara kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Kabul edilmiş ancak henüz sayıya dahil edilmemiş makaleler Early View olarak yayınlanır ve bu makalelere atıflar "advance online publication" şeklinde verilmelidir. Genel bir kaynaktan elde edilemeyecek temel bir konu olmadıkça "kişisel iletişimlere" atıfta bulunulmamalıdır. Eğer atıfta bulunulursa parantez içinde iletişim kurulan kişinin adı ve iletişimin tarihi belirtilmelidir. Bilimsel makaleler için yazarlar bu kaynaktan yazılı izin ve iletişimin doğruluğunu gösterir belge almalıdır. Kaynakların doğruluğundan yazar(lar) sorumludur. Tüm kaynaklar metinde belirtilmelidir. Kaynaklar alfabetik olarak sıralanmalıdır.

Referans Stili ve Formatı

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, metin içi alıntılama ve kaynak gösterme için APA (American Psychological Association) kaynak sitilinin 6. edisyonunu benimser. APA 6.Edisyon hakkında bilgi için:

- American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: APA.
- <http://www.apastyle.org/>

Kaynakların doğruluğundan yazar(lar) sorumludur. Tüm kaynaklar metinde belirtilmelidir. Kaynaklar aşağıdaki örneklerdeki gibi gösterilmelidir.

Metin İçinde Kaynak Gösterme

Kaynaklar metinde parantez içinde yazarların soyadı ve yayın tarihi yazılarak belirtilmelidir. Birden fazla kaynak gösterilecekse kaynaklar arasında (;) işareti kullanılmalıdır. Kaynaklar alfabetik olarak sıralanmalıdır.

Örnekler:

Tek yazarlı kaynak;

(Akyolcu, 2007)

İki yazarlı kaynak;

(Sayiner & Demirci, 2007, p. 72)

Üç, dört ve beş yazarlı kaynak;

(Ailen, Ciabrune, & Welch, 2000, pp. 12–13) Metin içinde tekrarlayan kullanımlarda:

(Ailen et al., 2000)

Altı ve daha çok yazarlı kaynak;

(Çavdar et al., 2003)

Atıflar parantez içinde alfabetik olarak sıralanmalıdır

(Akyolcu, 2007; Sayiner & Demirci, 2007, p. 72)

Kaynaklar Bölümünde Kaynak Gösterme

Kullanılan tüm kaynaklar metnin sonunda ayrı bir bölüm halinde yazar soyadlarına göre alfabetik olarak numaralandırılmadan verilmelidir.

Kaynak yazımı ile ilgili örnekler aşağıda verilmiştir.

Kitap

a) Türkçe Kitap

Karasar, N. (1995). *Araştırmalarda rapor hazırlama* (8th ed.). Ankara, Turkey: 3A Eğitim Danışmanlık Ltd.

b) Türkçeye Çevrilmiş Kitap

Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler* (A. Kotil, Trans.). İstanbul, Turkey: İletişim Yayınları.

c) Editörlü Kitap

Ören, T., Üney, T., & Çölkese, R. (Eds.). (2006). *Türkiye bilişim ansiklopedisi*. İstanbul, Turkey: Papatya Yayıncılık.

d) Çok Yazarlı Türkçe Kitap

Tonta, Y., Bitirim, Y., & Sever, H. (2002). *Türkçe arama motorlarında performans değerlendirme*. Ankara, Turkey: Total Bilişim.

e) İngilizce Kitap

Kamien R., & Kamien A. (2014). *Music: An appreciation*. New York, NY: McGraw-Hill Education.

f) İngilizce Kitap İçerisinde Bölüm

Bassett, C. (2006). Cultural studies and new media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New cultural studies: Adventures in theory* (pp. 220–237). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

g) Türkçe Kitap İçerisinde Bölüm

Erkmen, T. (2012). Örgüt kültürü: Fonksiyonları, öğeleri, işletme yönetimi ve liderlikteki önemi. In M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi* (pp. 233–263). Bursa, Turkey: Dora Basım Yayın.

h) Yayımcının ve Yazarın Kurum Olduğu Yayın

American Psychological Association. (2009). *Publication manual of the American psychological association* (6th ed.). Washington, DC: Author.

Makale

a) Türkçe Makale

Mutlu, B., & Savaşer, S. (2007). Çocuğu ameliyat sonrası yoğun bakımda olan ebeveynlerde stres nedenleri ve azaltma girişimleri. *Istanbul University Florence Nightingale Journal of Nursing*, 15(60), 179–182.

b) İngilizce Makale

de Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149–173. <http://dx.doi.org/10.1177/0957926599010002002>

c) Yediden Fazla Yazarlı ve DOI'li Makale

Lal, H., Cunningham, A. L., Godeaux, O., Chlibek, R., Diez-Domingo, J., Hwang, S.-J. ... Heineman, T. C. (2015). Efficacy of an adjuvanted herpes zoster subunit vaccine in older adults. *New England Journal of Medicine*, 372, 2087–2096. <http://dx.doi.org/10.1056/NEJMoa1501184>

d) DOI'si Olmayan Online Edinilmiş Makale

Sidani, S. (2003). Enhancing the evaluation of nursing care effectiveness. *Canadian Journal of Nursing Research*, 35(3), 26–38. Retrieved from <http://cjr.mcgill.ca>

e) DOI'si Olan Makale

Turner, S. J. (2010). Website statistics 2.0: Using Google Analytics to measure library website effectiveness. *Technical Services Quarterly*, 27, 261–278. <http://dx.doi.org/10.1080/07317131003765910>

f) Advance Online Olarak Yayınlanmış Makale

Smith, J. A. (2010). Citing advance online publication: A review. *Journal of Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a45d7867>

g) Popüler Dergi Makalesi

Henry, W. A., III. (1990, April 9). Making the grade in today's schools. *Time*, 135, 28–31.

Tez, Sunum, Bildiri

a) Ticari Veritabanında Yer Alan Yüksek Lisans/Doktora Tezi

Van Brunt, D. (1997). *Networked consumer health information systems* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 9943436)

b) Kurumsal Veritabanında Yer Alan Yüksek Lisans/Doktora Tezi

Yaylalı-Yıldız, B. (2014). *University campuses as places of potential publicness: Exploring the political, social and cultural practices in Ege University* (Doctoral dissertation). Retrieved from Retrieved from: <http://library.iyte.edu.tr/tr/hizli-erisim/iyte-tez-portali>

c) Web'de Yer Alan Yüksek Lisans/Doktora Tezi

Tonta, Y. A. (1992). *An analysis of search failures in online library catalogs* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley). Retrieved from <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/phd/ickapak.html>

d) Dissertations Abstracts International'da Yer Alan Yüksek Lisans/ Doktora Tezi

Appelbaum, L. G. (2005). Three studies of human information processing: Texture amplification, motion representation, and figure-ground segregation. *Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering*, 65(10), 5428.

e) Sempozyum Katkısı

Krinsky-McHale, S. J., Zigman, W. B., & Silverman, W. (2012, August). Are neuropsychiatric symptoms markers of prodromal Alzheimer's disease in adults with Down syndrome? In W. B. Zigman (Chair), *Predictors of mild cognitive impairment, dementia, and mortality in adults with Down syndrome*. Symposium conducted at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

f) Online Olarak Erişilen Konferans Bildiri Özeti

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

g) Düzenli Olarak Online Yayımlanan Bildiriler

Herculano-Houzel, S., Collins, C. E., Wong, P., Kaas, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 12593–12598. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0805417105>

h) Kitap Şeklinde Yayımlanan Bildiriler

Parsons, O. A., Pryzwansky, W. B., Weinstein, D. J., & Wiens, A. N. (1995). Taxonomy for psychology. In J. N. Reich, H. Sands, & A. N. Wiens (Eds.), *Education and training beyond the doctoral degree: Proceedings of the American Psychological Association National Conference on Postdoctoral Education and Training in Psychology* (pp. 45–50). Washington, DC: American Psychological Association.

i) Kongre Bildirisi

Nguyen, C. A. (2012, August). *Humor and deception in advertising: When laughter may not be the best medicine*. Paper presented at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

Diğer Kaynaklar

a) Gazete Yazısı

Browne, R. (2010, March 21). This brainless patient is no dummy. *Sydney Morning Herald*, 45.

b) Yazarı Olmayan Gazete Yazısı

New drug appears to sharply cut risk of death from heart failure. (1993, July 15). *The Washington Post*, p. A12.

c) Web Page/Blog Post

Bordwell, D. (2013, June 18). David Koepp: Making the world movie-sized [Web log post]. Retrieved from <http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/>

d) Online Ansiklopedi/Sözlük

Ignition. (1989). In *Oxford English online dictionary* (2nd ed.). Retrieved from <http://dictionary.oed.com>

Marcoux, A. (2008). Business ethics. In E. N. Zalta (Ed.). *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Retrieved from <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>

e) Podcast

Dunning, B. (Producer). (2011, January 12). *inFact: Conspiracy theories* [Video podcast]. Retrieved from <http://itunes.apple.com/>

f) Bir Televizyon Dizisinden Tek Bir Bölüm

Egan, D. (Writer), & Alexander, J. (Director). (2005). Failure to communicate. [Television series episode]. In D. Shore (Executive producer), *House*; New York, NY: Fox Broadcasting.

g) Müzik Kaydı

Fuchs, G. (2004). Light the menorah. On *Eight nights of Hanukkah* [CD]. Brick, NJ: Kid Kosher.

SON KONTROL LİSTESİ

Aşağıdaki listede eksik olmadığından emin olun:

- Editöre mektup
 - ✓ Makalenin türü
 - ✓ Başka bir dergiye gönderilmemiş olduğu bilgisi
 - ✓ Sponsor veya ticari bir firma ile ilişkisi (varsa belirtiniz)
 - ✓ İstatistik kontrolünün yapıldığı (araştırma makaleleri için)
 - ✓ İngilizce yönünden kontrolünün yapıldığı
 - ✓ Yazarlara Bilgide detaylı olarak anlatılan dergi politikalarının gözden geçirildiği
 - ✓ Kaynakların APA6'ya göre belirtildiği
- Telif Hakkı Devir Formu
- Daha önce basılmış materyal (yazı-resim-tablo) kullanılmış ise izin belgesi
- Makale kapak sayfası
 - ✓ Makalenin türü
 - ✓ Makalenin Türkçe ve İngilizce başlığı
 - ✓ Yazarların ismi soyadı, unvanları ve bağlı oldukları kurumlar (üniversite ve fakülte bilgisinden sonra şehir ve ülke bilgisi de yer almalıdır), e-posta adresleri
 - ✓ Sorumlu yazarın e-posta adresi, açık yazışma adresi, iş telefonu, GSM, faks nosu
 - ✓ Tüm yazarların ORCID'leri
- Makale ana metni dosyası
 - ✓ Makalenin Türkçe ve İngilizce başlığı
 - ✓ Özetler 180-200 kelime Türkçe ve 180-200 kelime İngilizce
 - ✓ Anahtar Kelimeler: 5 adet Türkçe ve 5 adet İngilizce
 - ✓ Makale Türkçe ise, İngilizce genişletilmiş Özet (Extended Abstract) 600-800 kelime
 - ✓ Makale ana metin bölümleri
 - ✓ Teşekkür (varsa belirtiniz)
 - ✓ Kaynaklar
 - ✓ Tablolar-Resimler, Şekiller (başlık, tanım ve alt yazılarıyla)

İLETİŞİM İÇİN:

Website : <http://connectist.istanbul.edu.tr>

Email : connectist@istanbul.edu.tr

Adres : Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sk.
34116 Beyazıt – İstanbul, TURKEY.

Yayın Koordinatörü:

Araş. Gör. Dr. Mehmet SARI +90 (212) 4400000/12710

Yönetici Editörler:

Yrd. Doç. Dr. Özlem Arda +90 (212) 4400000/12629

Öğr. Gör. Fatih Özkoyuncu +90 (212) 4400000/12686

Araş. Gör. Dr. Derya Gül Ünlü +90 (212) 4400000/12745

Araş. Gör. Pınar Aslan +90 (212) 4400000/12757

Araş. Gör. Oğuz Kuş +90 (212) 4400000/12745

Araş. Gör. Rabia Zamur Tuncer +90 (212) 4400000/12646

DESCRIPTION

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences is an open access, peer-reviewed, scholarly and international journal published biannually in June and December in June and December since 1992. The manuscripts submitted for publication in the journal must be scientific and original work in Turkish or English.

AIM AND SCOPE

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences – focuses on systems, theories, methods and applications in communications. Original articles, reviews, case reports and book reviews on all aspects of communications are published to provide a global platform for scientific knowledge exchange among academic researchers, communication professionals and policy makers. Contributions are welcome from anthropology, philosophy, history, political sciences, psychology and all other fields, which have relevant and insightful comments about communications. The target group of the journal consists of academicians, researchers, professionals, students, related professional and academic bodies and institutions.

EDITORIAL POLICIES AND PEER REVIEW PROCESS

Publication Policy

The subjects covered in the manuscripts submitted to the Journal for publication must be in accordance with the aim and scope of the journal. The journal gives priority to original research papers submitted for publication.

General Principles

Only those manuscripts approved by its every individual author and that were not published before in or sent to another journal, are accepted for evaluation.

Submitted manuscripts that pass preliminary control are scanned for plagiarism using iThenticate software. After plagiarism check, the eligible ones are evaluated by editor-in-chief for their originality, methodology, the importance of the subject covered and compliance with the journal scope.

Short presentations that took place in scientific meetings can be referred if indicated in the article. The editor hands over the papers matching the formal rules to at least two national/international referees for evaluation and gives green light for publication upon modification by the authors in accordance with the referees' claims. Changing the name of an author (omission, addition or order) in papers submitted to the Journal requires written permission of all declared authors. Refused

manuscripts and graphics are not returned to the author. The copyright of the published articles and pictures belong to the Journal.

Author Responsibilities

It is authors' responsibility to ensure that the article is in accordance with scientific and ethical standards and rules. And authors must ensure that submitted work is original. They must certify that the manuscript has not previously been published elsewhere or is not currently being considered for publication elsewhere, in any language. Applicable copyright laws and conventions must be followed. Copyright material (e.g. tables, figures or extensive quotations) must be reproduced only with appropriate permission and acknowledgement. Any work or words of other authors, contributors, or sources must be appropriately credited and referenced.

All the authors of a submitted manuscript must have direct scientific and academic contribution to the manuscript. The author(s) of the original research articles is defined as a person who is significantly involved in "conceptualization and design of the study", "collecting the data", "analyzing the data", "writing the manuscript", "reviewing the manuscript with a critical perspective" and "planning/conducting the study of the manuscript and/or revising it". Fund raising, data collection or supervision of the research group are not sufficient roles to be accepted as an author. The author(s) must meet all these criteria described above. The order of names in the author list of an article must be a co-decision and it must be indicated in the [Copyright Transfer Form](#). The individuals who do not meet the authorship criteria but contributed to the study must take place in the acknowledgement section. Individuals providing technical support, assisting writing, providing a general support, providing material or financial support are examples to be indicated in acknowledgement section.

All authors must disclose all issues concerning financial relationship, conflict of interest, and competing interest that may potentially influence the results of the research or scientific judgment.

When an author discovers a significant error or inaccuracy in his/her own published paper, it is the author's obligation to promptly cooperate with the Editor-in-Chief to provide retractions or corrections of mistakes.

Responsibility for the Editors, Reviewers and Review Process

Editors evaluate manuscripts for their scientific content without regard to ethnic origin, gender, sexual orientation, citizenship, religious belief or political philosophy of the authors. They provide a fair double-blind peer review of the submitted articles for publication. They ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential before publishing.

INFORMATION FOR AUTHORS

Editors are responsible for the contents and overall quality of the publication. They must publish errata pages or make corrections when needed.

Editor does not allow any conflicts of interest between the authors, editors and reviewers. Only he has the full authority to assign a reviewer and is responsible for final decision for publication of the manuscripts in the Journal.

Reviewers evaluate manuscripts based on content without regard to ethnic origin, gender, sexual orientation, citizenship, religious belief or political philosophy of the authors. They must have no conflict of interest with respect to the research, the authors and/or the research funders. Their judgments must be objective.

Reviewers should identify the relevant published work that has not been cited by the authors. They must ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential and must report to the Editor if they are aware of copyright infringement and plagiarism on the author's side.

A reviewer who feels unqualified to review the topic of a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the Editor and excuse himself from the review process.

The editor informs the reviewers that the manuscripts are confidential information and that this is a privileged interaction. The reviewers and editorial board cannot discuss the manuscripts with other persons. The reviewers are not allowed to have copies of the manuscripts for personal use and they cannot share manuscripts with others. Unless the authors and editor permit, the reviews of referees cannot be published or disclosed. The anonymity of the referees is important. In particular situations, the editor may share the review of one reviewer with other reviewers to clarify a particular point.

OPEN ACCESS STATEMENT

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access.

PUBLICATION ETHICS AND PUBLICATION MALPRACTICE STATEMENT

Standards and Principles

Istanbul University Faculty of Communication Journal - İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi is committed to upholding the highest standards of publication ethics and pays regard to Principles

INFORMATION FOR AUTHORS

of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing published by the Committee on Publication Ethics (COPE), the Directory of Open Access Journals (DOAJ), the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA), and the World Association of Medical Editors (WAME) on <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

All submissions must be original, unpublished (including as full text in conference proceedings), and not under the review of any other publication synchronously. Each manuscript is reviewed by one of the editors and at least two referees under double-blind peer review process. Plagiarism, duplication, fraud authorship/denied authorship, research/data fabrication, salami slicing/salami publication, breaching of copyrights, prevailing conflict of interest are unethical behaviors.

All manuscripts not in accordance with the accepted ethical standards will be removed from the publication. This also contains any possible malpractice discovered after the publication. In accordance with the code of conduct we will report any cases of suspected plagiarism or duplicate publishing.

LANGUAGE

The language of the journal is both Turkish and American English.

MANUSCRIPT ORGANIZATION AND FORMAT

All correspondence will be sent to the first-named author unless otherwise specified. Manuscript is to be submitted online via <http://connectist.istanbul.edu.tr> and it must be accompanied by a cover letter indicating that the manuscript is intended for publication, specifying the article category (i.e. research article, review etc.) and including information about the manuscript (see the Submission Checklist). In addition, a [Copyright Transfer Form](#) that has to be signed by all authors must be submitted.

1. The manuscripts should be in A4 paper standards: having 2.5 cm margins from right, left, bottom and top, Times New Roman font style in 10 font size and line spacing of 1.5.
2. The manuscripts should contain between 4500 and 8500 words and the page numbers must be at the bottom and in the middle.
3. The name(s) of author(s) should be given just beneath the title of the study aligned to the right. Also the affiliation, title, e-mail and phone of the author(s) must be indicated on the bottom of the page as a footnote marked with an asterisk (*).
4. Before the introduction part, there should be an abstract between 180 and 200 words in English and an extended abstract only in English between 600-800 words, summarizing the scope, the purpose, the results of the study and the methodology used. Underneath the

INFORMATION FOR AUTHORS

abstracts, five keywords that inform the reader about the content of the study should be specified in English.

5. The manuscripts should contain mainly these components: title, abstract and keywords; extended abstract in English sections, footnotes and references.
6. Research article sections are ordered as follows: "Introduction", "Aim and Methodology", "Findings", "Discussion and Conclusion", "Endnotes" and "References" and "Tables and Figures". For review and commentary articles, the article should start with the "Introduction" section where the purpose and the method is mentioned, go on with the other sections; and it should be finished with "Discussion and Conclusion" section followed by "Endnotes", "References" and "Tables and Figures".
7. Tables, graphs and figures can be given with a number and a defining title if and only if it is necessary to follow the idea of the article. Otherwise features like demographic characteristics can be given within the text.
8. A title page including author information must be submitted together with the manuscript. The title page is to include fully descriptive title of the manuscript and, affiliation, title, e-mail address, postal address, phone and fax number of the author(s) (see The Submission Checklist).
9. Authors are responsible for all statements made in their work submitted to the Journal for publication.
10. The author(s) can be asked to make some changes in their articles due to peer reviews.
11. A copy of the journal will be sent to each author of the accepted articles upon their request.
12. The studies that were sent to the journal will not be returned whether they are published or not.
13. Publication rights belong to Istanbul University Faculty of Communication and they cannot be published anywhere else. The authors will not be paid for the rights of their article.

REFERENCES

Although references to review articles can be an efficient way to guide readers to a body of literature, review articles do not always reflect original work accurately. Readers should therefore be provided with direct references to original research sources whenever possible. On the other hand, extensive lists of references to original work on a topic can use excessive space on the printed page. Small numbers of references to key original papers often serve as well as more exhaustive lists, particularly since references can now be added to the electronic version of published papers, and since electronic literature searching allows readers to retrieve published literature efficiently. Papers accepted but not yet included in the issue are published online in the Early View section and they should be cited as "advance online publication". Citing a "personal communication" should be avoided unless it provides essential information not available from a public source, in which case the name of the person and date of communication should be cited in parentheses in the text. For scientific articles, written permission and confirmation of accuracy from the source of a personal communication must be obtained.

Reference Style and Format

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences complies with APA (American Psychological Association) style 6th Edition for referencing and quoting. For more information:

- American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). Washington, DC: APA.
- <http://www.apastyle.org>

Citations in the Text

Citations must be indicated with the author surname and publication year within the parenthesis.

If more than one citation is made within the same paranthesis, separate them with (;).

Samples:

Citation with one author;

(Akyolcu, 2007)

Citation with two authors;

(Sayiner & Demirci, 2007, p. 72)

Citation with three, four, five authors;

(Ailen, Ciembrune, & Welch, 2000, pp. 12–13) Metin içinde tekrarlayan kullanımlarda:

(Ailen et al., 2000)

Citations with more than six authors;

(Çavdar et al., 2003)

Citations must be listed alphabetically in parentheses;

(Akyolcu, 2007; Sayiner & Demirci, 2007, p. 72)

Citations in the Reference

All the citations done in the text should be listed in the References section in alphabetical order of author surname without numbering. Below given examples should be considered in citing the references.

Basic Reference Types

Book

a) Book in Turkish

Karasar, N. (1995). Araştırmalarda rapor hazırlama (8th ed.) [Preparing research reports]. Ankara, Turkey: 3A Eğitim Danışmanlık Ltd.

b) Book Translated into Turkish

Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler [Mindsets]* (A. Kotil, Trans.). İstanbul, Turkey: İletişim Yayınları.

c) Edited Book

Ören, T., Üney, T., & Çölkesen, R. (Eds.). (2006). Türkiye bilişim ansiklopedisi [Turkish Encyclopedia of Informatics]. İstanbul, Turkey: Papatya Yayıncılık.

d) Turkish Book with Multiple Authors

Tonta, Y., Bitirim, Y., & Sever, H. (2002). Türkçe arama motorlarında performans değerlendirme [Performance evaluation in Turkish search engines]. Ankara, Turkey: Total Bilişim.

e) Book in English

Kamien R., & Kamien A. (2014). *Music: An appreciation*. New York, NY: McGraw-Hill Education.

f) Chapter in an Edited Book

Bassett, C. (2006). Cultural studies and new media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New cultural studies: Adventures in theory* (pp. 220–237). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

g) Chapter in an Edited Book in Turkish

Erkmen, T. (2012). Örgüt kültürü: Fonksiyonları, öğeleri, işletme yönetimi ve liderlikteki önemi [Organization culture: Its functions, elements and importance in leadership and business management]. In M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi [Organization sociology]* (pp. 233–263). Bursa, Turkey: Dora Basım Yayın.

h) Book with the same organization as author and publisher

American Psychological Association. (2009). *Publication manual of the American psychological association* (6th ed.). Washington, DC: Author.

Article**a) Turkish Article**

Mutlu, B., & Savaşer, S. (2007). Çocuğu ameliyat sonrası yoğun bakımda olan ebeveynlerde stres nedenleri ve azaltma girişimleri [Source and intervention reduction of stress for parents whose children are in intensive care unit after surgery]. *Istanbul University Florence Nightingale Journal of Nursing*, 15(60), 179–182.

b) English Article

de Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149–173. <http://dx.doi.org/10.1177/0957926599010002002>

c) Journal Article with DOI and More Than Seven Authors

Lal, H., Cunningham, A. L., Godeaux, O., Chlibek, R., Diez-Domingo, J., Hwang, S.-J. ... Heineman, T. C. (2015). Efficacy of an adjuvanted herpes zoster subunit vaccine in older adults. *New England Journal of Medicine*, 372, 2087–2096. <http://dx.doi.org/10.1056/NEJMoa1501184>

d) Journal Article from Web, without DOI

Sidani, S. (2003). Enhancing the evaluation of nursing care effectiveness. *Canadian Journal of Nursing Research*, 35(3), 26–38. Retrieved from <http://cjr.mcjill.ca>

e) Journal Article with DOI

Turner, S. J. (2010). Website statistics 2.0: Using Google Analytics to measure library website effectiveness. *Technical Services Quarterly*, 27, 261–278. <http://dx.doi.org/10.1080/07317131003765910>

f) Advance Online Publication

Smith, J. A. (2010). Citing advance online publication: A review. *Journal of Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a45d7867>

g) Article in a Magazine

Henry, W. A., III. (1990, April 9). Making the grade in today's schools. *Time*, 135, 28–31.

Doctoral Dissertation, Master's Thesis, Presentation, Proceeding

a) Dissertation/Thesis from a Commercial Database

Van Brunt, D. (1997). *Networked consumer health information systems* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 9943436)

b) Dissertation/Thesis from an Institutional Database

Yaylali Yildiz, B. (2014). *University campuses as places of potential publicness: Exploring the political, social and cultural practices in Ege University* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://library.iyte.edu.tr/hizli-erisim/iyte-tez-portali>

c) Dissertation/Thesis from Web

Tonta, Y. A. (1992). *An analysis of search failures in online library catalogs* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley). Retrieved from <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/phd/ickapak.html>

d) Dissertation/Thesis abstracted in Dissertations Abstracts International

Appelbaum, L. G. (2005). Three studies of human information processing: Texture amplification, motion representation, and figure-ground segregation. *Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering*, 65(10), 5428.

e) Symposium Contribution

Krinsky-McHale, S. J., Zigman, W. B., & Silverman, W. (2012, August). Are neuropsychiatric symptoms markers of prodromal Alzheimer's disease in adults with Down syndrome? In W. B. Zigman (Chair), *Predictors of mild cognitive impairment, dementia, and mortality in adults with Down syndrome*. Symposium conducted at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

f) Conference Paper Abstract Retrieved Online

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

g) Conference Paper - In Regularly Published Proceedings and Retrieved Online

Herculano-Houzel, S., Collins, C. E., Wong, P., Kaas, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 12593–12598. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0805417105>

h) Proceeding in Book Form

Parsons, O. A., Pryzwansky, W. B., Weinstein, D. J., & Wiens, A. N. (1995). Taxonomy for psychology. In J. N. Reich, H. Sands, & A. N. Wiens (Eds.), *Education and training beyond the doctoral degree: Proceedings of the American Psychological Association National Conference on Postdoctoral Education and Training in Psychology* (pp. 45–50). Washington, DC: American Psychological Association.

i) Paper Presentation

Nguyen, C. A. (2012, August). *Humor and deception in advertising: When laughter may not be the best medicine*. Paper presented at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

Other Sources

a) Newspaper Article

Browne, R. (2010, March 21). This brainless patient is no dummy. *Sydney Morning Herald*, 45.

b) Newspaper Article with no Author

New drug appears to sharply cut risk of death from heart failure. (1993, July 15). *The Washington Post*, p. A12.

c) Web Page/Blog Post

Bordwell, D. (2013, June 18). David Koepp: Making the world movie-sized [Web log post]. Retrieved from <http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/>

d) Online Encyclopedia/Dictionary

Ignition. (1989). In *Oxford English online dictionary* (2nd ed.). Retrieved from <http://dictionary.oed.com>

Marcoux, A. (2008). Business ethics. In E. N. Zalta (Ed.). *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Retrieved from <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>

e) Podcast

Dunning, B. (Producer). (2011, January 12). *inFact: Conspiracy theories* [Video podcast]. Retrieved from <http://itunes.apple.com/>

f) Single Episode in a Television Series

Egan, D. (Writer), & Alexander, J. (Director). (2005). Failure to communicate. [Television series episode]. In D. Shore (Executive producer), *House*; New York, NY: Fox Broadcasting.

g) Music

Fuchs, G. (2004). Light the menorah. On *Eight nights of Hanukkah* [CD]. Brick, NJ: Kid Kosher.

SUBMISSION CHECKLIST

Ensure that the following items are present:

- Cover letter to the editor
 - ✓ The category of the manuscript
 - ✓ Confirming that “the paper is not under consideration for publication in another journal”.
 - ✓ Including disclosure of any commercial or financial involvement.
 - ✓ Confirming that the statistical design of the research article is reviewed.
 - ✓ Confirming that last control for fluent English was done.
 - ✓ Confirming that journal policies detailed in Information for Authors have been reviewed.
 - ✓ Confirming that the references cited in the text and listed in the references section are in line with APA 6.
- Copyright Transfer Form
- Permission of previous published material if used in the present manuscript
- Title page
 - ✓ The category of the manuscript
 - ✓ The title of the manuscript both in Turkish and in English
 - ✓ All authors’ names and affiliations (institution, faculty/department, city, country), e-mail addresses
 - ✓ Corresponding author’s email address, full postal address, telephone and fax number
 - ✓ ORCIDs of all authors.
- Main Manuscript Document
 - ✓ The title of the manuscript both in Turkish and in English
 - ✓ Abstracts (180-200 words) both in Turkish and in English
 - ✓ Key words: 5 words both in Turkish and in English
 - ✓ Extended Abstract (600-800 words) in English (only for Turkish articles)
 - ✓ Main article sections
 - ✓ Acknowledgement (if exists)
 - ✓ References
 - ✓ All tables, illustrations (figures) (including title, description, footnotes)

CONTACT INFO

Website : <http://connectist.istanbul.edu.tr>

Email : connectist@istanbul.edu.tr

Address : Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sk.
34116 Beyazıt – İstanbul, TURKEY.

Editorial Coordinator:

Res. Asst. Dr. Mehmet SARI +90 (212) 4400000/12710

Managing Editors:

Asst. Prof. Dr. Özlem Arda +90 (212) 4400000/12629

Lect. Fatih Özkoyuncu +90 (212) 4400000/12686

Res. Asst. Dr. Derya Gül Ünlü +90 (212) 4400000/12745

Res. Asst. Pınar Aslan +90 (212) 4400000/12757

Res. Asst. Oğuz Kuş +90 (212) 4400000/12745

Res. Asst. Rabia Zamur Tuncer +90 (212) 4400000/12646

TELİF HAKKI DEVİR FORMU / COPYRIGHT TRANSFER FORM



Istanbul Üniversitesi
Istanbul University

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences

Telif Hakkı Devir Formu
Copyright Transfer Form

Sorumlu yazar <i>Responsible/Corresponding author</i>		
Makalenin başlığı <i>Title of manuscript</i>		
Kabul Tarihi <i>Acceptance date</i>		
Yazarların listesi <i>List of authors</i>		
Sıra No <i>Name - Surname</i>	E-Posta <i>E-mail</i>	İmza <i>Signature</i>
Tarih <i>Date</i>		
1		
2		
3		
4		
5		
Makalenin türü (Araştırma makalesi, Derleme, Kısa bildiri, v.b.) <i>Manuscript Type (Research Article, Review, Short communication, etc.)</i>		
Sorumlu yazarın, <i>Responsible/Corresponding author's,</i>		
Çalıştığı kurum	<i>(University/company/institution)</i>	
Posta adresi	<i>(Address)</i>	
e-posta	<i>(e-mail)</i>	
Telefon no; GSM	<i>(Phone / mobile phone)</i>	
<p>Yazarlar kabul ederler: Sunulan makalenin yazar(lar)ın orijinal çalışması olduğunu ve intihal yapmadıklarını, Tüm yazarların bu çalışmaya aslı olarak katılmış olduklarını ve bu çalışma için her türlü sorumluluğu aldıklarını, Tüm yazarların sunulan makalenin son halini gördüklerini, onayladıklarını ve başvurduklarını, Makalenin başka bir yerde basılmadığını veya basılmak için sunulmadığını, Makalede bulunan metnin, şekillerin ve dokümanların diğer şahıslara ait olan Telif Haklarını ihlal etmediğini kabul ve taahhüt ederler. Sunulan makale üzerindeki mali haklarını, özellikle işleme, çoğaltma, temsil, basım, yayım, dağıtım ve İnternet yoluyla iletim de dahil olmak üzere her türlü umuma iletim haklarını İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'ni yetkili makamlarınca sınırsız olarak kullanılmak üzere İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'ne devretmeyi kabul ve taahhüt ederler. Buna rağmen yazarların veya varsa yazarların işvereninin patent hakları, yazar(lar)ın gelecekte kitaplarında veya diğer çalışmalarında makalenin tümünü ücret ödemesiz kullanma hakkı makaleyi satmamak koşuluyla kendi amaçları için çoğaltma hakkı gibi fikri mülkiyet hakları saklıdır. Bununla beraber yazar(lar) makaleyi çoğaltma, postayla veya elektronik yolla dağıtım hakkına sahiptir. Makalenin herhangi bir bölümünün başka bir yayında kullanılmasına İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'nin yayımcı kuruluş olarak belirtilmesi ve Dergiye atıfta bulunulması şartıyla izin verilir. Ayrı yapırlık Dergi Adı, Makale Adı, Yazar(lar)ın Adı, Soyadı, Cilt No, Sayı No ve Yıl verilmelidir. Yayımlanan veya Yayına kabul edilmeyen makalelerle ilgili dokümanlar (fotoğraf, orijinal şekil vb.) karar tarihinden başlamak üzere bir yıl süreyle İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'nce saklanır ve bu sürenin sonunda imha edilir. Ben/Biz, telif hakkı ihlali nedeniyle üçüncü şahıslarca istenecek hak talebi veya açılacak davalarda İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ ve Dergi Editörlerinin hiçbir sorumluluğunun olmadığını, tüm sorumluluğun yazarlara ait olduğunu taahhüt ederim/ederiz. Ayrıca Ben/Biz makalede hiçbir suç unsuru veya kanuna aykırı ifade bulunmadığını, araştırma yapırlık kanuna aykırı herhangi bir malzeme ve yöntem kullanmadığını taahhüt ederim/ederiz. Bu telif hakkı formu tüm yazarlar tarafından imzalanmalıdır/onaylanmalıdır. Formun ayrı kopyaları (tamamlanmış olarak) farklı kurumlarda bulunan yazarlar tarafından sunulabilir. Ancak, tüm imzaların orijinal veya kanıtlanabilir onaylı olması gerekir.</p>		
<p>The authors agree that <i>The manuscript submitted is his/her/their own original work and has not been plagiarized from any prior work, all authors participated in the work in a substantive way and are prepared to take public responsibility for the work, all authors have seen and approved the manuscript as submitted, the manuscript has not been published and is not being submitted or considered for publication elsewhere, the text, illustrations, and any other materials included in the manuscript do not infringe upon any existing copyright or other rights of anyone. Notwithstanding the above, the Contributor(s) or, if applicable the Contributor's Employer, retain(s) all proprietary rights other than copyright, such as patent rights; to use, free of charge, all parts of this article for the author's future works in books, lectures, classroom teaching or oral presentations, the right to reproduce the article for their own purposes provided the copies are not offered for sale. However, reproduction, posting, transmission or other distribution or use of the article or any material contained therein, in any medium as permitted hereunder, requires a citation to the Journal and appropriate credit to İSTANBUL UNIVERSITY as publisher, suitable in form and content as follows: Title of article, author(s), journal title and volume/issue, Copyright© year. All materials related to manuscripts, accepted or rejected, including photographs, original figures etc., will be kept by İSTANBUL UNIVERSITY for one year following the editor's decision. These materials will then be destroyed. I/We indemnify İSTANBUL UNIVERSITY and the Editors of the Journals, and hold them harmless from any loss, expense or damage occasioned by a claim or suit by a third party for copyright infringement, or any suit arising out of any breach of the foregoing warranties as a result of publication of my/our article. I/We also warrant that the article contains no libelous or unlawful statements and does not contain material or instructions that might cause harm or injury. This copyright form must be signed/ratified by all authors. Separate copies of the form (completed in full) may be submitted by authors located at different institutions; however, all signatures must be original and authenticated.</i></p>		
Sorumlu yazarın; <i>Responsible/Corresponding author's;</i>	İmza/Signature	Tarih/Date
	/...../.....

