

T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI  
PERSPEKTİFİNDEN DİJİTAL AKTİVİZM  
HAREKETLERİNE BİR BAKIŞ**

Ezgi YILMAZ

2501210509

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN

İSTANBUL – 2024

## ÖZ

### KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI PERSPEKTİFİNDEN DİJİTAL AKTİVİZM HAREKETLERİNE BİR BAKIŞ

EZGİ YILMAZ

Toplum için sorun teşkil eden herhangi bir olay karşısında insanların örgütlü bir şekilde harekete geçmesi olarak tanımlanabilen aktivizm, dijital teknolojilerin hayatın her alanına girmesiyle birlikte şekil değiştirmiş ve zamanla gelişen yeni medya ortamlarında kendisine yeni bir kamusal alan oluşturmaya başlamıştır. Dijitalleşmenin gün geçtikçe hayatın her alanına girmesi sonucunda toplumların ve bireylerin günlük yaşam pratikleri de tamamen değişmiş ve bu durumun doğal bir sonucu olarak aktivizm faaliyetlerinin de neredeyse tamamı çeşitli dijital mecralar üzerinden yürütülür olmuştur. Kişiler, bu yeni medya platformlarını kullanarak toplumsal olaylarla ilgili görüşlerini daha kolay ve zahmetsizce dile getirme fırsatı bulmuş ve böylece birer “dijital aktiviste” dönüşmüşlerdir. Son yıllarda, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de toplumu ilgilendiren çeşitli konularla alakalı olarak büyük kitlelerin katılımıyla birçok dijital aktivist faaliyet gerçekleştirilmektedir. Her geçen gün daha çok insanın daha fazla konuda dahil olduğu bu hareketler hem toplumsal olarak hem de literatür açısından gittikçe önem kazanmıştır.

Bu noktadan yola çıkılan bu çalışmanın amacı, dijital aktivist hareketlere katılan kişilerin hangi ihtiyaç ve motivasyonlarla bu hareketlere katıldığını ve hareketlere katıldıktan sonra ne gibi doyumlar elde ettiğini ortaya koymaktır. Konuyla ilgili bulguları elde etmek için ise kullanıcının ihtiyaç, motivasyon ve doyumlarını odak noktasına koyan ve bunu ölçmeye çalışan iletişim kuramlarından olan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’ndan yararlanılmıştır.

Bu kapsamda yapılan araştırmada, Türkiye’de dijital aktivist faaliyetlere katılmış 25 kişiyle nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular, kavramsal çerçeve bağlamında değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, dijital aktivist faaliyetlere katılan kişilerin katılım açısından gerekli doyuma ulaştığı, kendilerini duygusal olarak ve toplumdaki görünüşleri açısından tatmin ettikleri, ancak bilinçli bir katılım ve harekete adanmışlık açısından bakıldığında katılımcıların bu konuda yeterli bir bilinç ve hassasiyet göstermedikleri araştırma bulguları ile tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında araştırmadan elde edilen bulguların

literatür doğrultusunda değerlendirilmesinin yanı sıra gelecek araştırmalara y6nelik 6neriler de sunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Aktivizm, dijital aktivizm, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, yeni toplumsal hareketler



## **ABSTRACT**

### **AN OVERVIEW OF DIGITAL ACTIVISM MOVEMENTS FROM THE PERSPECTIVE OF USES AND GRATIFICATIONS APPROACH**

**EZGİ YILMAZ**

Activism, which can be defined as the organized mobilization of people in the face of any event that poses a problem for society, has changed its shape with the introduction of digital technologies into all areas of life and has started to create a new public space for itself in new media environments that have developed over time. As a result of digitalization entering every aspect of life day by day, the daily life practices of societies and individuals have completely changed, and as a natural consequence of this situation, almost all activism activities have been carried out through various digital channels. By using these new media platforms, individuals have found the opportunity to express their views on social events more easily and effortlessly and thus have turned into “digital activists”. In recent years, many digital activist activities have been carried out in Turkey, as in the rest of the world, with the participation of large masses in relation to various issues of concern to society. These movements, in which more and more people are involved in more and more issues, have become increasingly important both socially and in terms of literature.

Based on this point, the aim of this study is to reveal the needs and motivations of people who participate in digital activist movements and what kind of satisfaction they get after participating in these movements. In order to obtain the relevant findings, the Uses and Gratifications Approach, a communication theory that focuses on the needs, motivations and satisfactions of the user and tries to measure them, was utilized.

In the research conducted in this context, interviews were conducted with 25 people who participated in digital activist activities in Turkey using semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, and the findings obtained as a result of these interviews were evaluated in the context of the conceptual framework. As a result of the research, it was determined that the participants in digital activist movements reached the necessary satisfaction in terms of participation, they satisfied themselves emotionally and in terms of their appearance in society, but in terms of conscious participation and dedication to the movement, the participants did not show sufficient awareness and sensitivity in this

regard. Within the scope of the study, the findings obtained from the research are evaluated in line with the literature and suggestions for future research are also presented.

**Keywords:** Activism, digital activism, uses and gratifications approach, new social movements



## ÖNSÖZ

Tez çalışmamın en başından itibaren her aşamada bana sabırla yol gösteren değerli danışman hocam Prof. Dr. Hatun Boztepe Taşkiran'a teşekkürü borç bilirim.

Tezimin araştırma kısmında görüşmeci bulma konusunda yardımlarını esirgemeyen sevgili arkadaşlarım Aynur Yılmaz ve Ayşenur Koç'a, hem tezim konusunda hem de dostluğuyla yanımda olan arkadaşım Deniz Sayın'a ve görüşmelere katılıp görüşlerini içtenlikle anlatan tüm görüşmecilere teşekkür ederim.

Son olarak, hayatım boyunca her aldığım kararda desteklerini esirgemeyen babam Mehmet, annem Necla ve canım kardeşlerim Elif ve Ecem'e minnettarım.

Tezimi yakın zamanda kaybettiğim canım babam Mehmet Yılmaz'a ithaf ediyorum.

**Ezgi YILMAZ**

**İstanbul, 2024**

## İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	vi
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

1.1. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	3
1.2. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Odaklandığı Temel Kavramları.....	12
1.2.1. Aktif İzler Kitle Kavramı.....	12
1.2.2. Aranılan Doyum Kavramı.....	15
1.2.3. Elde Edilen Doyum Kavramı.....	16
1.2.4. Gereksinimler ve Güdüler Kavramı.....	17
1.3. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Temel Oluşturan İhtiyaç Türleri.....	19
1.3.1 Bilişsel İhtiyaçlar.....	20
1.3.2 Duygusal İhtiyaçlar.....	20
1.3.3 Kişisel Bütünleşme İhtiyacı.....	20
1.3.4 Sosyal Bütünleşme İhtiyacı.....	21
1.3.5 Gerçeklerden Kaçış İhtiyacı.....	21
1.4. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Yönelik Eleştiriler.....	21
1.5. Yeni Medya ve Sosyal Medya Perspektifinden Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı.....	26

## İKİNCİ BÖLÜM

### YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER VE DİJİTAL AKTİVİZM

2.1. Toplumsal Hareketlerin Tarihi ve Kavramsallaştırılması.....	32
2.2. Yeni Toplumsal Hareketler Kavramı ve Yeni Toplumsal Hareketlerin Özellikleri.....	37
2.3. Yeni Toplumsal Hareketlerin Kuramsal Boyutları.....	44
2.3.1. Kaynak Mobilizasyonu Kuramı.....	44
2.3.2. Siyasal Süreç (İlerleme) Kuramı.....	47
2.3.3. Yeni Toplumsal Hareketler Kuramı.....	49
2.4. Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler Arasındaki Farklar.....	51
2.5. Toplumsal Hareketler Perspektifinden Aktivizm Kavramına Bakış.....	53
2.6. Dijital Aktivizm Kavramının Tanımı ve Tarihsel Gelişimi.....	57
2.7. Dijital Aktivizme Yönelik Bakış Açıları.....	62
2.7.1. İyimser (Optimist) Bakış Açısı.....	63
2.7.2. Kötümser (Pesimist) Bakış Açısı.....	65
2.7.3. Tutarlı (Persistent) Bakış Açısı.....	66
2.8. Dijital Aktivizm Türleri.....	67
2.8.1. Vatandaş/Yurttaş Gazeteciliği.....	67
2.8.2. Taraf Olma-Farkındalık Aktivizmi.....	69
2.8.3. Hacktivizm.....	69
2.8.4. Slaktivizm.....	70
2.8.5. Kliktivizm.....	72
2.9. Dijital Aktivizme Yönelik Eleştiriler.....	73
2.10. Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Bağlantısı.....	77

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI PERSPEKTİFİNDEN DİJİTAL AKTİVİZM ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı.....	80
3.2. Araştırmanın Önemi.....	80
3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği.....	82
3.4. Evren ve Örneklem.....	83
3.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları.....	84
3.6. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi.....	84
<b>SONUÇ</b> .....	<b>98</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>102</b>
<b>EKLER</b> .....	<b>115</b>

## GİRİŞ

Haksızlık ve adaletsizliğe karşı mücadele, insanoğlunun varoluşuyla birlikte ortaya çıkmış ve günümüze kadar devam etmiştir. Ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel birçok konuda toplum geçmişten günümüze çeşitli mücadeleler vermiş, meydana gelen olaylar karşısında tepkisini dile getirmiştir. Hak arama yaklaşımı ise toplumların yapısı, kültürel faktörler hatta coğrafi ve demografik şartlara göre farklılıklar göstermiştir. Toplumsal hareketler, toplumun sosyal değişimlere verdiği tepkilerdir. Bu hareketlerin meydana gelme süreçleri, yapıları ve talepleri toplumsal yapının dönüşümüyle birlikte şekillenmiştir. Toplumsal hareketler, tarihsel olarak her açıdan sürekli bir değişim ve dönüşüm göstermiş ve zaman içerisinde gösterdiği bu yolculuk sonucunda “yeni toplumsal hareketler” kavramı doğmuştur. Yeni toplumsal hareketlere adını veren “yeni” kelimesi, birçok farklı konuyu içerisinde barındırmakla birlikte teknolojik yeniliklere de işaret etmektedir. Teknolojinin hızla değişip gelişmesi toplumsal hareketlerin örgütlenmesi ve hareket alanının genişlemesi açısından yeni özellikler barındırmaktadır. Bu hareketler zamanla farklı bir boyut kazanmış ve değindikleri konulardan, örgütleniş biçimlerine, yerelden küresele etki düzeyine kadar birçok nokta, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, internetin ortaya çıkışı ve gelişimi ile birlikte değişmiş ve dönüşmüştür. Zamanla toplumsal hareket eylemlerinin gerçekleşme alanları da değişmiş ve birçok eylem sadece internet ve sosyal medya ortamlarında gerçekleşmeye başlamıştır. Bu değişim ve dönüşüm sürecinin sonucunda “dijital aktivizm” kavramı ortaya çıkmış ve tartışılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmanın odak noktası, dijital aktivist hareketlere katılan kişilerin hangi ihtiyaç ve motivasyonlarla bu hareketlere katıldığını ve hareketlere katıldıktan sonra ne gibi doyumlar elde ettiğini anlamaya çalışmaktır. Bu konuyla ilgili bulguları elde etmek için ise kullanıcıyı/izleyiciyi merkezine koyan ve onun ihtiyaç, motivasyon ve doyumlarını anlamaya çalışan iletişim kuramlarından olan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’ndan yararlanılmıştır.

Bu bilgiler ışığında çalışmanın ilk bölümünde, öncelikle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimine değinilmiştir. Daha sonra yaklaşımın temel kavramları ayrıntılı bir şekilde açıklanmış ve yaklaşıma temel oluşturan ihtiyaç türleri üzerinde durulmuştur. Sonrasında yaklaşımın bakış açısına yönelik eleştirilere

yer verilmiştir. Son olarak ise kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı yeni medya ve sosyal medya perspektifinden değerlendirilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, ilk olarak toplumsal hareket kavramı ve bu kavramın tarih içerisindeki değişimi anlatılmıştır. Toplumsal hareketlere bağlı olarak yeni toplumsal hareketler kavramı ve bu kavramın kuramsal boyutları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Sonrasında “eski” ve “yeni” toplumsal hareketler arasındaki farklara değinilmiş ve toplumsal hareketler perspektifinden “aktivizm” kavramı açıklanmıştır. Daha sonra bu bölümde dijital aktivizm kavramına giriş yapılmış ve kavramın tanımı, tarihsel gelişimi ve dijital aktivizme yönelik bakış açıları ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır. Dijital aktivizm türleri ve dijital aktivizme yönelik eleştiriler konularına değindikten sonra son olarak, yeni toplumsal hareketlerle dijital aktivizm arasındaki bağlantı anlatılmıştır.

Çalışmanın araştırma bölümü olan üçüncü bölümünde, Türkiye’de dijital aktivist hareketlere katılmış kişilerin motivasyon ve doyumlarını tespit etmek adına bu hareketlere katılmış 25 kişiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, literatür çerçevesinde değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

### 1.1 Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İletişim, insanlık tarihi boyunca var olan bir konudur. Ancak, hakkında akademik çalışmalar yapılan bir disiplin haline yirminci yüzyılda gelmiştir. Bir disiplin haline geldikten sonra iletişim biliminin en önemli konularından bir tanesi izleyiciyle medya arasındaki ilişki olmuştur. Araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının izleyici üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik birçok çalışmaya imza atmıştır.

Kitle iletişim araçlarının büyük bir gelişim göstermesi ve hızlı bir şekilde yaygınlaşması iletişimin, sosyal bilimler kapsamında önemli bir bilim dalı haline gelmesinde büyük bir rol oynamıştır. Özellikle Birinci Dünya Savaşı sırasında kitle iletişim araçlarının propaganda amacı ile kullanılmasıyla birlikte bu araçların izleyici üzerindeki etkisi konusu araştırmacılar tarafından ilgiyle karşılanmış ve konu üzerine çeşitli çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 1920'li yıllarda yapılan ilk dönem çalışmalarda genellikle kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerinde güçlü etkilere sahip olduğunu gösterir modeller ortaya konmuştur. Ayrıca, bu dönemde iletişim süreci, tek yönlü olarak ele alınmıştır. Yani kitle iletişim araçlarından izleyiciye doğru giden bir hat olduğu görüşü vardır. Dolayısıyla, bu iletişim sürecinde izleyici söz sahibi olmayan, edilgen ve etkiye açık bir konumdadır. Bu dönem geçerli olan anlayışta, kitle iletişim araçları aracılığıyla verilen mesajlar doğrultusunda izleyici üzerinde istenen etkinin yaratılabileceği varsayılmıştır (Yıldırım, Özdemir , & Alparslan, 2018, s. 45). Bu etkinin boyutları o denli büyük görülmüştür ki bu dönemdeki modeller “hipodermik iğne, sihirli mermi” gibi isimlerle adlandırılarak kitle iletişim araçlarının izleyici/alıcı üzerindeki karşı koyulamayan güçlü etkisine vurgu yapılmıştır.

Kitle iletişimi üzerine yapılan etki araştırmaları birçok evreden geçmiştir. İlk dönemde yapılan çalışmalar, kitle iletişim araçlarının izleyici üzerindeki etkisine büyük önem ve güç atfetmiştir ve bunu “hipodermik iğne” veya “sihirli mermi” gibi isimlerle kavramsallaştırmışlardır. Bu döneme “güçlü etkiler” dönemi denilmektedir. Bu dönemde izleyiciler, birbirinden izole edilmiş ve kitle iletişim araçları ile verilen mesajlara karşı korunmasız durumda bulunan birer hedeflerdir. Bu düşüncenin özellikle bu dönemde çok fazla rağbet görmesinin sebebinin Birinci Dünya Savaşı

sırasındaki propaganda çalışmalarının etkileri olabileceği görüşü bulunmaktadır. Zamanla bu teorinin kesin olmadığı düşüncesi yayılmış ve kitle iletişimi mesajlarına daha az güç atfeden bir anlayış ortaya çıkmıştır. “Sınırlı etkiler” dönemi olarak adlandırılan bu dönemde, kişilerin kitle iletişim araçları ile verilen mesajlara karşı dirençli oldukları görüşü vardır. Kişilerin bu direnci, çeşitli psikolojik filtrelemeleri de içeren bir dizi faktörden kaynaklanmaktadır (Severin & Tankard, 2011, s. 31-32).

Kitle iletişim araştırmalarının ilk dönemlerinden itibaren izleyici konusu en önemli konulardan birisi olmuştur ve ilk dönem yapılan çalışmalarda izleyici hakkında belirgin bir düşünce şekli bulunmaktadır. Bu çalışmalar izleyiciyi farklılaşmayan bir kitle olarak görmektedir. Bu dönemki anlayışa göre izleyici, ikna ve enformasyon için bir hedef veya bu araçlar aracılığıyla üretilen ürünler için bir tüketici olarak algılanmıştır. Ancak, daha sonraki dönemlerde izleyicilerin gerçek toplumsal gruplardan oluştuğu ve medya aracılığı ile oluşan etkilerin, kişilerin bulunduğu toplumsal ve kişiler arası ilişki ağları çerçevesinde tanımlandığı fark edilmiştir. Ayrıca, bu kişilerin etkiye karşı koyabileceği de zamanla anlaşılmıştır (McQuail & Windahl, 2017, s. 167). Yani iletişim çalışmalarında ilk dönemlerde odak nokta göndericideyken zamanla bu odağın izleyiciye doğru kaydığı görülmektedir.

Kitle iletişimi araştırmaları tarihine bakıldığında büyük bir bölümün izler kitle araştırmalarından oluştuğu görülmektedir. Özünde izler kitle, kitle iletişim araçlarının ekonomik ve kültürel gücünün temelini oluşturmaktadır ve bu araçları anlamamızı sağlayacak en temel kavramlardan bir tanesidir. İzleyici olmadan bir kitle iletişiminden söz etmek mümkün değildir (Birsen, 2005, s. 5). Jensen ve Rosengren (1990, s. 208), bu izler kitle araştırmalarını; Etki Araştırmaları, Kullanımlar ve Doyumlar Araştırmaları, Edebiyat Eleştirileri, Kültürel İncelemeler ve Alımlama Analizi olmak üzere beş gelenek olarak sınıflandırmışlardır. Bu geleneklerden etki araştırmalarını ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını birbirine karşıt ama aynı zamanda birbirini tamamlayan iki farklı yaklaşım olarak görmek mümkündür. Etki araştırmaları, hedef kitleyi medya içeriklerinin pasif alıcıları olarak konumlandırıp genellikle iletişimin kaynaktan alıcıya doğru akan tek yönlü bir süreç olduğuna işaret ederken; kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı hedef kitleyi iletişim sürecinde aktif olarak kabul etmektedir. Yaklaşımına göre, hedef kitle medya içeriklerini birtakım gereksinimleri doğrultusunda seçmekte ve bu içeriklerin kullanımı yoluyla birtakım doyumlar elde etmektedir. Bu anlamda kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının etki araştırmalarına karşıt bir görüşe sahip olduğu söylenebilmektedir. Ancak, diğer bir yönden bakıldığında, kullanımlar ve

doyumlar yaklaşımının, etki araştırmalarının ortaya koyduğu zemin üzerine inşa edilmiş olması bu iki yaklaşımın aynı zamanda birbirini takip eden ve tamamlayan bir yapıda olduğunu gösterir.

Lasswell ve arkadaşları 1930'lu yıllarda siyaset bilimi alanında araştırmalar yaparken kamuoyu ve propaganda konularına olan ilgileri, bu dönemde radyonun doğuşu ve bu alanlarda kullanılması sebebiyle iletişim alanına doğru kaymıştır. Lasswell, 1927 yılında "*Propaganda Technique in the World War*" ve 1939 yılında yayınladığı "*World Revolutionary Propaganda*" alışmalarıyla kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkileri konusunda çalışmalar yapmaya başlamış ve iletişim alanında dikkatleri üzerine çekmiştir. Lasswell ve arkadaşları, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra sadece propaganda üzerine çalışmayı bırakmış ve iletişim üzerine odaklanan çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Bu çalışmalarının sonucunda medyanın kim tarafından kullanıldığı, kime, neyi, nasıl ve hangi etkide söylediği şeklinde formüle ettikleri yaklaşım ortaya çıkmıştır. Daha sonra ortaya konulan bu model, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında medya ihtiyaçlarını ve beklentilerini formüle etmede temel olarak kullanılmıştır. Yani bu tek yönlü iletişim modeli düzenlenerek, iletişimin akışında değişiklikler yapılmış ve izleyiciyi pasif konumundan kurtaracak şekilde düzenlenmiştir (Ayhan & avuş, 2014, s. 35-36). Papacharissi bu durumu "*Kullanımlar ve doyumların kökenleri, Lasswell'in kimin hangi medyayı, nasıl ve hangi etkiyle kullandığına dair modeline kadar uzanmaktadır.*" şeklinde ifade etmiştir. Yine aynı konuyla ilgili Papacharissi, "*Hipodermik etki varsayımlarından, savaş propaganda araştırmalarından ve doğrudan anlık medya etkilerini dikkate alan kısa vadeli etki çalışmalarından sonra, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, medya etkilerini daha karmaşık süreçlerin bir sonucu olarak inceleyebilecek ve anlayabilecek alternatif bir bakış açısı olarak ortaya çıkmıştır*" ifadelerinde bulunmuştur (Papacharissi, 2009, s. 137).

Etki araştırmaları çok uzun bir süre iletişim araştırmalarının odak noktası olmuş ancak zamanla yetersiz kaldığı görülmüştür. Bu dönemde yapılan çalışmalarda kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde sınırsız etkilerinin olduğu düşüncesi hüküm sürmekteydi. Ancak, İkinci Dünya Savaşından sonra büyük toplumsal değişimler yaşanmış, bu değişimler sonrasında hem bireylerin hem de toplumların düşünce yapısı da oldukça değişmiştir. Haliyle bireylerde ve toplumlarda yaşanan bu değişim iletişim alanına da yansımıştır. Bu değişim ve gelişimin sonucunda yeni farkındalıklar oluşmuş ve kitle iletişim araçlarıyla ilgili etki araştırmalarında yeni teknikler

geliştirilmiştir. Bu yeni tekniklerle birlikte etki araştırmalarında birey, daha önceki çalışmalara nazaran biraz daha ön plana çıkarılmıştır. Kişilerin kitle iletişim araçlarından kendilerine gönderilen mesajları alırken bunları algılama ve anlamlandırma sürecinde yaşadıkları çevreden, aldıkları eğitimden, zekâ düzeylerinden, yaşlarından ve daha farklı birçok faktörden etkilenecek gönderilen mesajı bir süzgeçten geçirdiklerine dair görüşler ortaya atılmıştır (Özmen, 2020, s. 14-16). Bu noktada alan, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yönelmiştir. İzleyiciler, kitle iletişim araçlarının mesajlarına katılırken kendilerine özgü nedenlerle bir seçimde bulunmaktadır. McQuail ve Windahl, iletişim çalışmalarına dair başlangıçta yapılan hatanın temel tek yönlü modeli takip etmek ve araçların kitlelerini seçtiğini sanmak olduğunu belirtmişlerdir. Esas olarak kitle iletişim araçlarının hedefi de budur. Ancak, bu araçların seçimlerinden ziyade izleyicilerin bu araçlara yönelik yaptıkları seçimler daha belirgin ve önemlidir (2017, s. 167-168). Kısaca tanımlayacak olursak kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kişilerin kitle iletişim araçlarını ihtiyaç ve gereksinimlerini tatmin etmek ve doyuma ulaştırmak amacıyla kullandıklarını savunan bir yaklaşımdır. Kendinden önceki yaklaşımların aksine bu süreçte kişilerin pasif değil aktif bir seçme ve algılama süreci olduğunu savunur. İletişim sürecinin odağını göndericiden alıcıya doğru çevirmektedir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, ilk olarak 1959 yılında Elihu Katz'ın yazdığı bir makalede açıklanmıştır. Bu makalede Katz, Berelson'ın "*iletişim araştırmalarının öldüğü*" savına karşılık olarak iletişim araştırmalarının değil ikna araştırmalarının ölmekte olduğunu söylemiştir. Katz, o zamana kadar yapılan iletişim araştırmalarının sadece "Medya insana ne yapıyor?" sorusuna cevap vermeyi amaçladığını ancak, alanın "İnsanlar medya ile ne yapıyor?" sorusuna yönelirse ilerleyebileceğini öne sürmüştür. Ona göre kitle iletişiminde iknadan çok daha fazlası vardır. Katz'ın "kullanımlar" yaklaşımı olarak adlandırdığı bu yaklaşım, medya en güçlü mesajı verse dâhi içinde yaşadığı sosyal ve psikolojik bağlamda bu mesajı "kullanmayan" bir bireyi etkileyemeyeceği varsayımıyla başlamaktaydı. "Kullanımlar" yaklaşımı, insanların değerlerinin, çıkarlarının, ilişkilerinin, sosyal rollerinin güçlü olduğunu ve insanların gördüklerini ve duyduklarını bu çıkarlara göre seçerek "şekillendirdiklerini" varsaymaktaydı (1959, s. 1-3). Katz, bu konuyla alakalı olarak Berelson tarafından 1949 yılında yapılan "Gazetesiz kalmak ne demektir?" adlı çalışma da dâhil olmak üzere birkaç çalışmayı örnek göstermiştir. Bahsi geçen bu araştırmada, insanların 1949 yılında yaşanan bir gazete grevi sırasında neyi kaçırdıkları incelenmiştir. Gazete

dağıtıcıları tarafından iki haftalık bir süre zarfında gerçekleştirilen bu grev sırasında insanlar, başka haber kaynakları bulmakta zorlandıklarını ve haberlerin birçoğunu kaçırdıklarını dile getirmişlerdir. Bunlara ek olarak araştırmada insanlar sosyal kabul görmek, dünya sorunlarını anlamada vazgeçilmez olması, eğlence, kaçış, gevşeme ve de sosyal itibar için gazete okuduklarını dile getirmişlerdir. Bunun yanı sıra bazı kişiler ise moda, yemek tarifleri, hava durumu vs. gibi yardımcı bilgileri okuyarak günlük yaşamlarında yardım talep etmektedirler. Ayrıca, toplumsal sorunların farkında olmanın önemini de gazete okumak için bir sebep olarak ifade eden bir grup da bulunmaktadır (Severin & Tankard, 2011, s. 394-395).

Katz'ın konuyla alakalı örnek olarak gösterdiği bir diğer çalışma ise radyodaki pembe diziler üzerine Herzog'un 1944 yılında yaptığı çalışmadır (1959, s. 3). Herzog bu çalışmasında, neden bu kadar çok kadının radyo pembe dizilerine ilgi duyduğunu anlamak istemiş ve bu nedenle onlarca pembe dizi hayranıyla görüşerek üç ana haz türü belirlemiştir. Bunlardan ilki, bazı insanların başkalarının sorunlarını dinlerken duygusal bir rahatlama yaşaması ve bu nedenle dizilerden hoşlanmasıdır. İkinci olarak, bazı dinleyicilerin başkalarının deneyimlerini dinlemekten dolayı bir tatmin elde ettikleri sonucunun ortaya çıkmasıdır. Son olarak ise bazı insanların bu programlardan kendi yaşamlarında meydana gelecek bir olaya nasıl tepki vermeleri gerektiğini öğrenebileceklerini düşündükleri tespit edilmiştir (West & Turner, 2018, s. 392). Herzog'un bu çalışması medya doyumlarını derinlemesine inceleyen ilk yayınlanmış araştırma olması bakımından büyük öneme sahiptir. Ortaya koyduğu perspektif kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının gelişiminde önemli rol oynamıştır.

Kullanımlar ve doyumlar araştırmalarını "klasik" ve "modern" olarak iki döneme ayırmak mümkündür. "*Klasik dönem*" 1940'larda uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu (Bureau of Applied Social Research) tarafından New York'ta yapılan çalışmaları içermektedir. Lazarsfeld ve Stanton'un 1944 yılında pembe dizi ve yarışma programları dinleyicileri üzerine yaptıkları araştırmalar sonucunda oluşturulan dürtü-tipolojileri bu çalışmalara örnek olarak verilebilmektedir. Bu dönemdeki bir başka örnek çalışma ise yukarıda belirtilen 1949 yılında Berelson'ın bir gazete grevi sırasında New York'lu okuyucular üzerine yaptığı çalışmadır. 1960'lar ve 1970'lerin başı "*modern dönem*" olarak adlandırılabilir. Bu dönemin en önemli özelliği etki araştırmalarının gölgesinden kaçıştır. 1970'lere kadar izleyicinin pasif konumda olduğu şeklindeki bakış açısıyla araştırmalar yürütülmüştür. 70'lerden sonra ise kitle iletişiminde alıcı konumunda olan bireylerin bu süreçte pasif değil aktif bir rolü

olduğu konusu üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bu dönemde izleyici, kitle iletişim araçlarını kendi istek ve arzuları sonucunda seçen, bu araçların etkisini dşunmeden anlamak isteyen ve açıklama talep eden bir kitle olarak ele alınmaya başlanmıştır. Özellikle, Blumler ve Katz tarafından 1974'te Kitle İletişiminin Kullanımı (The Uses Of Mass Communication) başlığı altında yayınlanan bir dizi makale yeni bir kuram ve araştırma okulunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yayınlar iletişim araçlarının kullanımları ve bundan sağlanan doyumları incelemedeki temel mantığı şu şekilde ifade etmiştir: “(1) Kitle iletişim araçlarını farklı izleme kalıplarına yol açan (veya diğer faaliyetlerle meşgul olmaya), (2) kitle iletişim araçlarından veya diğer kaynaklardan beklentileri (3) oluşturan gereksinimlerin (4) toplumsal ve psikolojik kaynakları vardır. (5) Bunlar, gereksinim duyulan doyumlar (6) ve diğer sonuçlarla, belki de en çok amaçlanmayan durumlarla sonuçlanır” (McQuail & Windahl, 2017, s. 168-169).

Bireylerin kitle iletişim araçlarını kullanarak çeşitli gereksinimlerini doyuma ulaştırması konusuna yönelik akademik ilgi 1940'larda ve 1950'lerde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde kişilerin pembe dizi ya da bilgi yarışması programlarını izleyerek, radyoda alan müzikleri dinleyerek, gazete ya da ocuk çizgi romanları okuyarak ne gibi hazlar aradığına dair niteliksel vaka çalışmaları yapılmıştır. Yapılan bu her bir araştırma sonucunda, çeşitli içerik biçimlerinin ya da söz konusu mecranın hizmet ettiği işlevlerin bir listesi ortaya konmuştur. alışmalar, ağırlıklı olarak izleyici alt gruplarının seçilen medya içerik biçimlerine yönelimlerini tanımlayıcı niteliktedir. 1960'lardan itibaren ise vurgu, kullanımlar ve doyumlar değişkenlerinin işlevselleşmesine yapılmıştır. Bu dönemde çalışmalar, insanların medya aracılığıyla doyum arama eğilimlerinin nicel analiz yoluyla llmesine, farklı medya türlerinden sağlanan doyumlar hakkında genellemelere ve doyumlar ile iletişim sürecinin diğer yönleri arasındaki bağlantıların araştırılmasına yönelmiştir (Blumler, 2019, s. 2).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı 1960'lardan 1980'lere kadar, kitle iletişim çalışmalarında önemli bir konu olmuştur. Araştırmacılar, gönderici-ileti-alıcı modeline dayanan iletişim araştırmalarının çıkmaza girdiğini iddia etmiştir. Ancak, yapılan değişikliklerle 1960'lı yıllarda alanda yeniden bir canlanma görülmüştür. Bu dönemde araştırmacılar çalışmalarını gönderici-ileti-alıcı ekseninden çıkartıp alıcı/izleyici merkezli bir anlayışa doğru kaydırmıştır. Sonuç itibariyle, Amerikan, İngiliz ve Kuzey Avrupa'da bulunan araştırmacılar 1960'larda çalışmalarında kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını yeni bir bakış açısı olarak kullanmaya başlamışlardır (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 161). Bu dönemde farklı bakış açısıyla medyanın güçlü etkileri

bulunduğu görüşüne adeta nefes aldırın bu yaklaşım, kısa sürede alana egemen olmuştur. Blumler'a (2019, s. 1) göre bu yaklaşımı dört faktör açıklamaktadır. Bunlardan ilki; 1940'lı ve 1950'li yıllarda ikna araştırmaları kapsamında yapılan çalışmaların çok da tatmin edici olmamasıdır. Klapper bu dönemdeki çalışmalarla ilgili görüşlerini, insanların çoğunun ikna edici mesajlara mazur kaldığında daha önceki düşüncelerinin pekiştiği şeklinde özetlemiştir. Ancak, zamanla bu açıklamaların yeterli gelmediği ifade edilmeye başlanmıştır. İkinci olarak; yeni yeni ortaya çıkan televizyon mecrasının cazibesi giderek artmaktadır. Buna bağlı olarak da insanlar bu mecrada çok fazla zaman geçirmeye başlamıştır. Bu konu daha ayrıntılı bir açıklama gerektirmekteydi. Blumler'a göre, bu kadar hızlı bir özümsemenin altında pekiştirmenin dışında şüphesiz birçok ayrıntılı güdü yatıyor olmalıydı. Üçüncü olarak; akademisyenler, savaş sonrası dönemde kitle kültürüne karşı yaygın olarak yapılan olumsuz eleştirilere karşı çıkmışlardır. Bu dönemde yapılan kültürel tartışmaların kavramsal olarak yetersiz olduğu düşünülmektedir. İzleyicilerin eğilim ve davranışları hakkında yargıya varmadan önce bunların etraflıca tespit edilmeye çalışılması gerekmektedir. Dördüncü olarak ise; kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmacıları, insanların etki yaklaşımındaki gibi pasif alıcılar olarak görülmesine karşı çıkmaktaydı ve onları medyanın vermiş olduğu mesajları kendi ihtiyaçlarına ve amaçlarına en iyi şekilde nasıl yönlendireceklerine karar verebilen aktörler olarak görmekteydiler.

İnsan, çevresiyle olan ilişkisini çeşitli gereksinimler üzerinden şekillendirmektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında, izleyicinin kitle iletişim araçlarıyla kendisine sunulanları hangi gereksinimleri doğrultusunda seçtiği sorgulanmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kişilerin kitle iletişim araçlarını kullanırken hangi sosyal ve psikolojik motivasyonlarla hareket ettiğini, gereksinimlerini nasıl doyuma ulaştırdığını ve bu doyumların neler olduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Yaklaşımın temelinde, kişilerin medya aracılığı ile gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizgesine sahip oldukları inancı vardır. Kişiler bu gereksinimleri gidermek için tatile çıkmak, spor yapmak, hobiler edinmek ve çalışmak gibi çeşitli alternatiflere sahiptir (Fiske, 2003, s. 194-195). Bu alternatiflerin yanı sıra kişilerin doyum için kullandıkları araçlardan bir tanesi de kitle iletişim araçlarıdır. Kişiler, bu araçları ve araçların sunduğu ürünleri gereksinimlerine göre bilinçli bir şekilde seçerler ve bu seçim sonucunda hem gereksinimlerini giderirler hem de bu gereksinimler sonucunda ortaya çıkan gerginlikleri azaltmış olurlar (Erdoğan &

Alemdar, 2005, s. 161). Kitle iletişim araçları insanların gereksinimlerini tatmin etmede diğer kaynaklarla rekabet eder ve doyuma ulaştırılan gereksinimler insan gereksinimlerinin sadece belli bir parçasını kapsar. Doyumlar, psikolojik ihtiyaçların tatmininden kaynaklanır. Ancak, bağlamlarına, yeterliliklerine ve amaçlarına bağlı olarak kişiden kişiye farklılık gösterebilir (Islam, Mäntymäki, & Kefi, 2020, s. 86). Konuyla ilgili yapılan akademik çalışmalar genel itibarıyla, kişilerin hangi beklentilerle medyayı kullandığı ve bu kullanımdan ne gibi doyumlar elde edildiği üzerinde yoğunlaşmıştır. İzleyici motivasyonu üzerine çalışmalar yaparak insanların medya aracılığıyla sosyal ve psikolojik ihtiyaçları temelinde nasıl doyuma ulaştıklarına ve medyanın nasıl kullanıldığına dair bazı tipolojiler geliştirilmiştir. Geliştirilen bu tipolojilerden akademik çalışmalarda en sık kullanılanı McQuail, Blumler ve Brown tarafından birkaç farklı çalışmadan sonra ortaya konan tipoloji olmuştur. Bu tipolojiye göre kişilerin medya kullanımıyla elde ettikleri doyumlar şu şekilde sıralanmıştır (Blumler, 2019, s. 2-3):

- Dikkat dağıtma (kaçış, heyecan ve duygusal rahatlama),
- Kişisel ilişkiler (arkadaşlık ilişkileri, eş dost ile sosyal fayda ilişkileri),
- Kişisel kimlik (kişinin kendi hayatının özelliklerini hatırlaması veya bu hayatta yaşanan sorunların yansıtılması)
- Gözetleme

Kişileri medya kullanımına yönlendiren ihtiyaçların ne olduğunu belirlemek için yapılan araştırmalar da bulunmaktadır. Bu araştırmalar sonucunda kişilerin hangi ihtiyaçlar doğrultusunda medya kullanımına yöneldiği belirlenmektedir. Bu konuyla ilgili en çok bilinen ve kullanılan sınıflandırma Katz, Gurevitch ve Haas (1973)' in bir dizi çalışma sonucunda oluşturdukları sınıflandırmadır. Katz, Gurevitch ve Haas çalışmaları sonucunda otuz beş ihtiyacı kaynaklarına göre sınıflandırarak kendilerine anlamlı görünen beş kategoride toplamışlardır. Bunlar (1973, s. 166-177):

- Bilişsel İhtiyaçlar (enformasyon, bilgi ve anlayışın güçlendirilmesi ile ilgili ihtiyaçlar),
- Duygusal İhtiyaçlar (estetik, zevk ve duygusal deneyimin güçlendirilmesiyle ilgili ihtiyaçlar),
- Bütünleştirici İhtiyaçlar (inandırıcılık, güven, istikrar ve statünün güçlendirilmesine ilişkin ihtiyaçlar)

- Aile, arkadaşlar ve dünya ile temasın güçlendirilmesi ile ilgili ihtiyaçlar. Bunlar da bütünleştirici bir işlevi yerine getiriyor olarak görülebilir,
- Kaçış veya gerilimden kurtulma ile ilgili ihtiyaçlar (kişinin kendisiyle ve sosyal rolleriyle temasının zayıflaması)

Zaman ilerledikçe ve teknoloji geliştikçe hem kullanım ihtiyacı hem de doyumlar değişmekte ve yenilenmektedir. Araştırmacılar, eski çalışmalardan yola çıkarak yaptıkları çalışmalarda daha önceki çalışmalarda elde edilen sınıflandırmalara ek ihtiyaç ve doyumlar bulmaktadırlar. Buna örnek olarak Perse ve Courtright' in 1993 yılında yaptıkları çalışma verilebilir. Perse ve Courtright, daha önceki çalışmalardan yararlanarak kitle iletişimi, kişilerarası iletişim ve bilgisayar aracılı iletişim tarafından karşılanabilecek ihtiyaçların 11 maddelik bir listesini oluşturmuşlardır. Bunlar (1993, s. 491):

1. Rahatlamak
2. Eğlenmek
3. İş veya diğer şeyleri unutmak
4. Arkadaşlarla bir şeyler yapmak
5. Kendisi ve başkaları hakkında bir şeyler öğrenmek
6. Zaman geçirmek (özellikle sıkıldığında)
7. Heyecanlı hissetmek
8. Daha az yalnız hissetmek
9. Bir alışkanlığı tatmin etmek
10. Başkalarının duygularını önemseydiğini fark ettirmek
11. Birinin kendisi için bir şeyler yapmasını sağlamak

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının anlaşılmasında, yaklaşımın temelini oluşturan ihtiyaçların yanı sıra yaklaşımın dayandığı varsayımlar da önem taşımaktadır. Fiske'ye (2003, s. 199-200) göre, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında izleyici, en azından gönderici kadar etkindir. Ayrıca, iletinin, göndericinin niyet ettiği şey değil izleyicinin ona verdiği anlam olduğu düşüncesi bulunmaktadır. Yani göndericinin iletiye yüklediği anlamdan ziyade, izleyiciler tarafından yüklenen anlam ön planda tutulmaktadır. Yaklaşımın dayandığı temel varsayımları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- İzleyici aktiftir. Medyanın yayınladığı her şeyin pasif bir alıcısı değildir. Program içeriklerini seçer ve kullanır.

- İzleyiciler kendi gereksinimlerine en iyi doyumunu sağlayacak medyayı ve programları kendi istekleri doğrultusunda özgürce seçerler. Medya yapımcısı programın kullanım biçimlerinin farkında olmayabilir ve farklı izleyiciler aynı programı farklı gereksinimleri gidermek amacıyla kullanabilirler.
- Medya doyumun tek kaynağı değildir. Tatile gitmek, spor yapmak, dans etmek de medyanın kullanıldığı gibi kullanılabilirler.
- İnsanlar belirli durumlarda kendi çıkarlarının ve güdülerinin farkındadırlar ya da farkında olmaları sağlanabilir.
- Medyanın kültürel önemi konusundaki değer yargıları göz ardı edilmek zorundadır. Örneğin; milyonlarca kişi tarafından izlenen bir dizinin saçma olduğunu söylemek gereksizdir. Sonuç itibarıyla bakıldığında milyonlarca insanın gereksinimlerine yanıt veren bir dizi bir şekilde yararlıdır ve bunun yüksek kültür estetiğine saldırması gerçeği de önemini yitirmektedir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına geçmişten günümüze doğru baktığımızda en önemli kavramın aktif izleyici kavramı olduğunu görmekteyiz. Günümüz gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği yeni medya ortamlarıyla birlikte bu yaklaşım yeni iletişim teknolojilerine uyarlanmaya başlanmıştır. Bu anlamda kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı günümüzde güncelliğini korumaya devam etmektedir (Sucu, 2014, s. 11). Özellikle yeni medya ve sosyal medyanın izleyiciyi bir katılımcı ve üretici konumuna getirmesi, yaklaşım açısından ilgi çekici ve araştırmaya değer bir konu olarak görülmektedir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, “aktif izler kitle”, “aranan doyum”, “elde edilen doyum” ve “gereksinimler ve güdüler” kavramları olmak üzere dört temel kavramdan oluşmaktadır (Birsen, 2005, s. 31).

## **1.2. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Odaklandığı Temel Kavramları**

### **1.2.1. Aktif İzler Kitle Kavramı**

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını kendinden önceki modellerden ayıran en temel husus izleyicilere yüklediği anlamdır. Kendinden önceki modellerin aksine yaklaşım, izleyiciyi iletişim sürecinin merkezine almakta ve tercihlerinde bilinçli olduğunu savunmaktadır. Yani daha önce kendisine verileni kabul etmek zorunda ve pasif bir kitle olarak görülen izleyiciyi, aktif ve bilinçli seçim süreci olan kişiler olarak

tanımlamaktadır. Bu yönüyle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kitle iletişim çalışmalarına o zamana kadar görülmemiş bir bakış açısı kazandırmıştır.

Aktif izleyici kavramı, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temelidir. Bu anlayışa göre izleyici, kendisine en uygun ve gereksinimlerini karşılayacak içeriği seçer, bu anlamda medya türü veya içeriği seçimini tamamen kendi istekleri doğrultusunda yapar. Aktif izleyici kavramı ile birlikte iletişim araştırmalarının yönü, araçtan veya mesajdan izleyiciye doğru kaymıştır. İzleyici, kendi sosyal gerçekliği doğrultusunda medya içeriklerini arayan ve seçen bir kişi pozisyonuna getirilmiştir (Windahl, 1981, s.176; akt. Aka, 2021, s.52). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmacıları, izleyicilerin belirli ihtiyaçları karşılamak için aktif olarak medya mesajlarını araştırdığını, dolayısıyla kişilerin aktif ve hedefe yönelik olduğunu varsaymaktadır. Yani, insanlar belirli ihtiyaçlarını karşılamak için aktif olarak belirli medya ve medya içeriklerini araştırmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, insanların medyayı kullanma nedenlerini bilecek ve bunu ifade edebilecek kadar bilinçli olduklarını ve medyayı ihtiyaçlarını gidermek için başka seçenekler arasından değerlendirebileceği bir yol olarak gördüklerini varsayar (Kaye & Johnson, 2004).

Aktif izler kitle düşüncesine göre bireyler, ne istediklerini bilerek medya kullanımını gerçekleştirmektedir. İzleyicinin kitle iletişim araçlarına yönelik davranışlarının nedeninin, bireyin ihtiyaç ve bilgileri ile açıklanabileceği düşünülmektedir. McQuail ve Windahl bu süreci "seçici izleme" olarak adlandırmışlardır. Bu aktif izleme sürecinde kişi, kitle iletişim kanalı ve içeriğini kendi beğenisi, düşünce ve enformasyon gereksinimleri doğrultusunda seçmektedir (2017, s. 168). Kavram, izler kitlenin gönüllü seçimi ve kitle iletişim aracı ile arasındaki ilişkinin seçiciliğine dayanmaktadır. Aktif izler kitle savı, medya mesajlarını alan izler kitlenin, bu mesajlara kişilerarası ilişkiler, ilgi ve meraklar, kişisel deneyim ve geçmiş temelinde yanıt verdiğini savunmaktadır (Turow, 2009, s. 160). Kişilerin yaşı, eğitim durumu gibi demografik faktörler medya seçiminde kişilerin aktiflik derecesini etkilemektedir. Ruggerio'a göre (2000, s. 8), farklı bireyler farklı iletişim ortamlarında ve iletişim sürecinin farklı zamanlarında farklı tür ve miktarlarda etkinlik gösterme eğilimindedir. İzler kitlenin aktifliği sadece demografik değişkenlerle değil, kullanılan kitle iletişim aracının yapısal özellikleriyle de ilişkilidir. Bu araçları kullanan izler kitle içerisinde bulunan her bir bireyin kendisine özgü ilgileri, tutumları, gereksinimleri ve değerleri vardır. Bu da her bir bireyin bilişsel yapısının birbirinden farklı olmasına yol açar. Bu durum ise anlamın her izleyici tarafından yeniden üretildiği sonucunu ortaya

koymaktadır. Yani kendi istek ve ihtiyaçlarına göre medya ve medya içeriğini seçen birey buradan kendisine verilen mesajları da yine kendi çevresel ve bireysel koşulları çerçevesinde anlamlandırmaktadır. Ayrıca, kişilerin gereksinimlerini doyuma ulaştıracak bir kitle iletişim aracı seçimi yapabilmesi için kullanacakları araç hakkında en az temel seviyede bilgi sahibi olması gerekmektedir (Bayram, 2007, s. 42). Örneğin; kişi interneti kullanacaksa temel seviyede de olsa bilgisayar kullanmayı bilmesi bir zorunluluktur.

Jay Blumber (1979, s. 13) izler kitlenin dört farklı durumda aktif olduğunu ifade etmektedir. Bunlar; fayda, niyet, seçicilik ve etkiye kapalı olma unsurlarının gözetildiği durumlardır. Burada fayda, kişilerin iletişim kurma amaç ve motivasyonlarını; niyet, iletişime girerken planlanan iletişimin yapısını; seçicilik, ilgi ve beklentiye göre iletişim aracı tercihini ve etkiye kapalı olma durumu ise kitle iletişim araçları vasıtasıyla gelen uyaranlara kapalı olma ve karşı koymayı ifade etmektedir.

Aktif izler kitle kavramına göre, izleyici gereksinimlerinin farkındadır. Kişiler, çeşitli iletişim araçları tarafından üretilen içeriği değerlendirir, gereksinimleri çerçevesinde filtreler ve tatmine ulaşacağına inandığı aracı seçer. Ancak, kişiler, bu iletişim araçları ile mevcut gereksinimlerini karşılayamayacaklarını ya da iletişim aracının bu konuda yetersiz kalacağını düşündüğünde ihtiyacını gidermek için alternatif çözüm yollarına yönelmektedir (Kim J. Y., 2002, s. 17). Esas olarak kavramın temelinde iki önemli unsur bulunmaktadır. Bunlardan ilki; kişiler kitle iletişim araçlarını seçerken tamamen kendi istek, arzu ve ihtiyaçlarına göre seçim yapmaktadırlar. Bunun sonucu olarak da iletişim sürecinde meydana gelecek/gelebilecek sonuçların sorumluluğu kendilerine aittir. Dolayısıyla, ortaya çıkan sonuçtan medya profesyonelleri ve içerik üreticileri hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz ya da zan altında bırakılamazlar. Bu konu yaklaşımın en çok eleştiri aldığı noktalardan da bir tanesidir. İkinci önemli nokta ise, daha önce değinildiği gibi, kişilerin/izleyicilerin iletişim araçlarına yönelik yaptığı tercih, gereksinimlerin tatmine ulaşma noktasında yetersiz kalmış ya da başarılı olamamışsa, kişiler ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmak için farklı kaynak arayışlarına yönelmektedir (Yaman, 2020, s. 53-54).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, aktif izleyici vurgusu ile yeni medyaya yönelik çalışmalara da uygun bir bakış açısı sunmaktadır. Yeni medya teknolojileri ile birlikte izleyici giderek bir dönüşüme uğramış ve artık günümüzde kişiler sadece izleyici değil, iletişim araçlarına içerik üretebilen kullanıcılar haline de gelmiştir.

Özellikle sosyal medyanın kullanıcılara katılım imkânı veren yapısıyla birlikte ilk defa aktif izleyici kavramı bu kadar anlamlı hale gelmiştir (Koçak, 2012, s. 7). Dolayısıyla, yaklaşım aktif izler kitle kavramı sayesinde güncelliğini korumakta ve yeni medya araştırmalarında ilgiyle kullanılmaktadır. Yeni medyanın, özellikle de sosyal medyanın, iletişimi etkileşimli hale getirmesi sonucunda yaklaşımın aktif izler kitle savının güçlendiği söylenebilmektedir. Bu saptamalara dayanak oluşturan bilgilere çalışmanın, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının yeni medya ile sosyal medya perspektifinden değerlendirileceği ilerleyen kısımlarında yer verilecektir.

### **1.2.2. Aranılan Doyum Kavramı**

Kişilerin yaşamlarında, toplumsal ve bireysel birtakım gereksinimleri bulunmakta ve bunları çeşitli yollarla doyuma ulaştırmayı amaçlamaktadırlar. Eğer insan gereksinimleri doyuma ulaştırılmazsa çeşitli gerginlikler oluşur. Kişiler gereksinimlerine doyum sağlayarak hayatlarındaki bu gerginlikleri azaltmayı amaçlamaktadırlar. Kişilerin gereksinimlerine doyum sağlarken spor yapmak, hobiler edinmek, seyahate çıkmak gibi diğer seçeneklerin yanında kullandıkları araçlardan bir tanesi de iletişim araçlarıdır. İnsanların kişisel ve çevresel imkânları gereksinimlerini karşılamada yetersiz kaldığında iletişim araçlarına yönelirler ve çeşitli içerik ve araçlar aracılığıyla gereksinimlerini doyuma ulaştırmayı amaçlarlar (Yaman, 2020, s. 54). Adından da anlaşılacağı üzere kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çalışmalarının ana konularından bir tanesi de “doyum” konusudur. Çalışmalar genellikle izleyicilerin iletişim araçları kullanımından ne gibi doyumlar elde ettikleri konusu etrafında şekillenmektedir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında kişilerin iletişim aracıyla ilişkisindeki “kullanımlar”, kişinin psikolojik ya da toplumsal koşullarıyla ilgilidir. “Doyumlar” ise kişilerin belirli bir ihtiyaç sonucunda iletişim aracına yönelmesini ifade etmektedir. Yani kişilerin istek ve ihtiyaçları medya kullanımını ve tercihlerini belirlemede, bu kullanım ve tercihler sonucunda da kişi doyuma ulaşmaktadır (Aka, 2021, s. 56-57). Kitle iletişim araçları aracılığı ile sağlanan doyum anlayışının temelinde kişinin daha önceki deneyimlerine dayanarak kitle iletişim aracından alacağı ödülleri tahmin edebilmesi düşüncesi bulunmaktadır. Burada ödül olarak nitelendirilen durum, kişinin değerlendirdiği psikolojik etkilerdir (Yılmaz, 2021, s. 30).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında aranılan doyumlar ve elde edilen doyumlar arasında bir ayrım yapılmaktadır. Palmgreen ve Rayburn (1982) bu nedenle

Fishbein ve Ajzen'in 1975' te öne sürdükleri beklenti-değer teorisini kullanımlar ve doyumlar ile birleştirerek bir "aranan doyum" ve "elde edilen doyum" modeli önermiş ve bu modeli öncelikle medya kullanımında aranan doyumları ve elde edilen doyumları ölçmek ve tahmin etmek için kullanmışlardır. Bu yaklaşıma göre, doyum arayışı, medya tüketiminden beklentileri içerir ve elde edilen doyumlar, aranan doyumların bir sonucu anlamına gelir (Aral, 2018, s. 28-29). Aranan doyum ve elde edilen doyum arasındaki ilişkiyi araştırmak için 1980 yılında araştırmacılar "televizyon haberlerinden aranan doyumlar ve akşam haber programlarından elde edilen doyumlar üzerine bir çalışma" yürütmüşlerdir. Sonuçlar, bir yandan her bir aranan doyumun kendisine karşılık gelen elde edilen doyum ile orta ya da güçlü düzeyde ilgili olduğunu ortaya koyarken; diğer yandan araştırmacılar, izleyicilerin aradıkları doyumların her zaman elde ettikleri doyumlarla aynı olmadığını tespit etmiştir (Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1980). McLeod, Bybee ve Durall (1982, s. 3-4) da aranan doyumlar ve elde edilen doyumların iki farklı kavramsal kategori olduğunu ve bu nedenle kullanımlar ve doyumlar araştırmaları kapsamında bağımsız olarak ele alınmaları gerektiğini belirtmiştir.

Aranan doyumlar, kullanıcının belirli ortamı kullanmadan önce elde etmeyi umduğu doyumlardır. Bunlardan çoğunlukla "gereksinimler" ya da "güdüler" olarak da söz edilir (Quan-Haase & Young, 2010, s. 352). Aranan ve elde edilen doyumlar arasındaki fark, kullanıcı tarafından hissedilen memnuniyet miktarını belirleyebilmektedir. Aranan doyumları karşılayan medya, kullanıcılarının alışkanlıklar oluşturmaya ve dolayısıyla kullanıcı tabanını korumasına yardımcı olurken, bu tatminleri sağlayamayanlar, genellikle kullanıcıları başka medyayı denemeye yönlendirir (Briones & Janoske, 2016, s. 240). Elde edilen doyum, aranan doyumdan fazla olduğu takdirde yüksek tatmin oluşur ve kitle iletişim aracı veya içeriğine bir ilgi ve beğeni oluşabilmektedir. Fakat elde edilen doyum, aranan doyum karşılama durumu "kaçış" gerçekleşebilmektedir (McQuail & Windahl, 2017, s. 174). Buradaki "kaçış" ibaresinden kasıt kişilerin memnuniyetsizlikleri sonucunda başka araçlara yönelmesidir.

### **1.2.3. Elde Edilen Doyum Kavramı**

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının önemli bir parçasını kitle iletişim araçlarından sağlanan doyum konusu oluşturmaktadır. Daha önce bahsedildiği gibi kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde araştırılan doyum konusu "aranan doyumlar" ve "elde edilen doyumlar" şeklinde ikiye ayrılmıştır. Aranan doyum, kişinin

medya kullanımından önce elde etmeyi umduğu doyumları ifade ederken elde edilen doyum ise kişinin medya kullanımı sonucunda deneyimlediği doyumları ifade etmektedir.

Aranan doyum ve elde edilen doyum kavramları arasında karşılıklı ve döngüsel bir ilişki mevcuttur ve bu kavramlar birtakım farklılıkları barındırmaktadır. Aranılan doyumda kişiler, gereksinimlerini belirler ve daha sonra bu gereksinimlere uygun olarak medya kullanımını gerçekleştirmektedir. Elde edilen doyumda ise, kişilerin medya kullanımı sonrasında elde ettiği doyum ifade edilmektedir. Eğer medya kullanımı sonrasında elde edilen doyum yüksek ise kişiler medya kullanımına yönelik beklentilerini yükseltmektedir (Birsen, 2005, s. 37-38).

Elde edilen doyumlar, bir ortamın sürekli kullanımını anlamak için yapılan araştırmaların odak noktasıdır (Briones & Janoske, 2016, s. 240). Kişinin aradığı doyumlar ile elde ettiği doyumlar arasındaki farkın derecesi onun tatmin olma ya da olmama düzeyiyle ilişkilidir. Palmgreen ve Rayburn'e göre bir mecranın başlangıçta aranan doyumları sağlaması ya da bu beklentiyi aşması sonucunda mecranın tekrar tekrar kullanıldığı ve nihayetinde bir tüketim alışkanlığına dönüştüğü savunulmaktadır. Mecranın aranan doyumları karşılayamadığı durumlarda ise izleyiciler genellikle hayal kırıklığına uğrayacak ve söz konusu mecrayı kullanmayı bırakacaktır. Bu da izleyicilerin aradıkları türden tatminleri sağlayabilecek farklı bir mecra arayışına girmelerine yol açmaktadır. Bu iki doyum türü arasındaki boşluğu anlamak, farklı izleyici üyelerinin çeşitli medya türlerini nasıl kullandıklarını, medya alışkanlıklarındaki beklentileri ve çeşitli medya türlerine maruz kalmalarından elde ettikleri doyumları analiz etmek için önemlidir (Quan-Haase & Young, 2010, s. 352). Yani bu iki doyum arasındaki farkın bilinmesi kişilerin medya kullanım davranışları hakkında araştırmacılara ayrıntılı bilgi edinme imkânı sunmaktadır. Kişilerin medya kullanım davranışları sadece ne aradıklarıyla alakalı değil, aynı zamanda bu kullanım sonucunda ne elde ettikleriyle de ilişkilidir.

#### **1.2.4. Gereksinimler ve Güdüler Kavramı**

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temelinde, kişilerin bir takım sosyal ve psikolojik gereksinimleri doğrultusunda iletişim araçları kullanımına yönelmesi yatmaktadır. Yaklaşımına göre, kişilerin birçok toplumsal ve kişisel gereksinimleri bulunmaktadır ve bu gereksinimleri gidermek amacıyla ihtiyaçları doğrultusunda iletişim araçlarını seçerek iletişim sürecini başlatmaktadırlar.

Psikolojideki gereksinim ve güdü kavramları kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının kuramsal olarak temelini oluşturmaktadır (Uzun, 2013, s. 90). Konuyla ilgilenen araştırmacılar başlangıç noktası olarak “gereksinim” kavramından hareket ederler. Yaklaşımına göre, kişilerin toplumsal ve bireysel gereksinimleri çeşitli davranışlarla karşılanabilmektedir. Kişiler gereksinimlerini karşılarken kendi kişisel ve çevresel olanakları yetersiz kaldığı takdirde diğer araçlara yönelmektedirler (Sinav, 2019, s. 84). Bu araçlardan bir tanesi de iletişim araçlarıdır.

Yaklaşım çerçevesinde kitlenin medyayı kullanım güdüleri, kullanım biçimleri ve bunların yarattığı olumlu ya da olumsuz sonuçlar gibi konuları içeren araştırmalara odaklanılmıştır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde 1940’larda yapılan ilk araştırmalarda yaklaşımın köklerinin Maslow’un ihtiyaçlar piramidine uzandığı ifade edilmektedir. Kişilerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri için karşılamaları gereken bazı gereksinimleri bulunmaktadır ve bu gereksinimler bir doyuma ulaştırılmadığı zaman çeşitli gerginliklere yol açmaktadır. Kişiler gündelik yaşamlarında herhangi bir gerginlik yaşamamak için bu gereksinimlerini çeşitli araçlarla doyuma ulaştırmaya çalışmaktadırlar. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi modelinin temelinde bu doyumlar yer almaktadır. Maslow modelinde, insan güdülerini bir piramit biçiminde göstererek gereksinimlerin bazı aşamaları olduğunu belirtmiştir. Bir gereksinimin tatmin edilmesiyle kişi bir üst aşamaya geçer ve bu basamaktaki gereksinimlerini gidermeye çalışır (Uzun, 2013, s. 89). Basamakları sırayla takip etmek yararlı olacaktır. Bu gereksinimlerin tatmin edilmesi kişilerin kendisini iyi hissetmesini sağlamaktadır.

Yaklaşımına ait bir diğer kavram da “güdü” kavramıdır. Türk Dil Kurumu’na göre güdü, “*Bilinçli veya bilinçsiz olarak davranışı doğuran, sürekliliğini sağlayan ve ona yön veren herhangi bir güç, saik*” anlamına gelmektedir (TDK, 2023). Güdü kavramını, insanların davranışını bir hedefin gerçekleşmesine yönlendiren içsel bir güç olarak tanımlamak mümkündür. İnsanın, bu içsel gücün etkisi sonucunda eyleme geçmesine ise güdülenme (motivasyon) denilmektedir. İnsanlar güdülerini, direkt olarak idare veya kontrol edemezler. Güdüler, insanların davranışlarının gözlenmesi yoluyla anlaşılır, doğrudan doğruya gözlemlenemezler. İnsanları gereksinimleri doğrultusunda eyleme yönlendiren bilişsel ve davranışsal güdüleri bulunmaktadır. İnsan gereksinimlerinin doyuma ulaştırılması amacı taşıyan güdüleri bilişsel yönelimli güdülerdir. İçinde yaşanan toplumsal yapı, bireylerin gereksinimlerinin belirlenmesinde etkin bir rol oynamaktadır (Yaman, 2020, s. 55). Kişilerin bireysel özellikleri ve toplumla kurdukları ilişkiler birbirinden farklı olduğu için her bireyin

gereksinimleri de farklı olmaktadır. Bu farklılık sonucunda, kişiler doyum ararken farklı güdülerle davranırlar. Bu düşünceden yola çıkılarak kişilerin, iletişim araçlarını farklı nedenlerle ve farklı biçimlerde kullandığı söylenebilmektedir (Sinav, 2019, s. 85).

Araştırmacılara göre, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının en güçlü yanlarından bir tanesi, araştırmacıların belirli kültürel bağlamlarda medya kullanımının psikolojik güdülerini incelemelerine olanak tanınmasıdır (Krause & Brown, 2019, s. 2). Bu sayede “kişilerin kendi istek ve ihtiyaçları doğrultusunda, bilinçli bir şekilde medya tercihi yaptığı” savı ayrıntılı bir şekilde ortaya konabilmektedir.

### **1.3. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Temel Oluşturan İhtiyaç Türleri**

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temelinde yatan düşüncelerden bir tanesi de insanların bir ihtiyaç sonucu medya kullanımına yönelmesidir. Dolayısıyla medya kullanımı ile ilgili yapılan çalışmaların özü de öncelikle bu ihtiyaçların tespit edilmesine yönelmiştir. Yani yaklaşımı temel alan ilk çalışmalar kişileri medya kullanımına yönlendiren ihtiyaçların ne olduğunu belirlemek için yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda kişilerin hangi ihtiyaçlar doğrultusunda medya kullanımına yöneldiği belirlenmiş ve medya kullanım ihtiyaçlarıyla ilgili birçok tipoloji ortaya konulmuştur. Bu konuyla ilgili en çok bilinen ve kullanılan sınıflandırma Katz, Gurevitch ve Haas'ın bir dizi çalışma sonucunda oluşturdukları sınıflandırmadır. Katz, Gurevitch ve Haas çalışmaları sonucunda otuz beş ihtiyacı kaynaklarına göre sınıflandırarak kendilerine anlamlı görünen ve “bilişsel ihtiyaçlar”, “duygusal ihtiyaçlar”, “kişisel bütünleşme ihtiyacı”, “sosyal bütünleşme ihtiyacı” ve “gerçeklerden kaçış ihtiyacı” olarak adlandırdıkları beş kategoride toplamışlardır (1973, s. 166-167).

Katz, Gurevitch ve Haas'ın belirlediği bu ihtiyaçlar, yeni medya araştırmalarında da etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medyanın kullanımını anlamak ve açıklamak için bu ihtiyaçlar önemli bir araçtır. Yeni medyanın insanların ihtiyaçlarını nasıl karşıladığını anlamak, bu araçların kullanımını daha verimli ve etkili hale getirmek için de önemlidir. Çalışmanın bu kısmında kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına temel oluşturan bu ihtiyaç türleri söz konusu kategorizasyon bağlamında ele alınacaktır.

### **1.3.1 Bilişsel İhtiyaçlar**

Bilişsel ihtiyaçlar; enformasyon, bilgi ve anlayışın güçlendirilmesi ile ilgili ihtiyaçlardır (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973, s. 166). Kişilerin haber alma, bilgiye erişme, anlama, öğrenme, düşünme ve karar verme ihtiyacına vurgu yapılmaktadır. Bu ihtiyaçlar, kitle iletişim araçlarının kullanımında önemli bir rol oynamaktadır.

Günümüzde bu bilgi edinme kaynakları sosyal ağlara yönelmiştir. Artık sosyal medya, haber alma ve bilgi edinmenin birincil kaynakları arasında yer almaktadır (Boztepe Taşkiran, 2019, s. 146). Dolayısıyla bilişsel ihtiyaçlar, sosyal ağların kullanımıyla ilgili ihtiyaçların belirlenmesi konusunda da kullanılmaktadır. Bilişsel ihtiyaç boyutu yeni medya kullanımı açısından ilk olarak 2000 yılında Papacharissi ve Rubin'in yaptığı çalışmada kullanılmıştır. Sonuç olarak bilişsel ihtiyaçların internet kullanımı üzerindeki etkisi üzerinde durulmuş ve bu ihtiyaçların internet kullanımının motivasyonlarından biri olduğu bulunmuştur (Dumlu, 2019, s. 32).

### **1.3.2 Duygusal İhtiyaçlar**

Duygusal ihtiyaçlar; estetik, zevk ve duygusal deneyimin güçlendirilmesiyle ilgili ihtiyaçlardır (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973, s. 166). İnsanların duygusal olarak tatmin olmak ve duygusal doyum elde etmek için kitle iletişim araçlarını kullanmasını ifade eder.

Günümüzde insanlar, bu tür ihtiyaçlarını sosyal medya aracılığıyla gidermeye çalışmaktadır (Shao, 2009, s. 11). Bu durum sosyal medya kullanım ihtiyaçlarını belirlemek için duygusal ihtiyaçların tespitinin önemini ortaya koymaktadır.

### **1.3.3 Kişisel Bütünleşme İhtiyacı**

Kişisel bütünleşme ihtiyacı; inandırıcılık, güven, istikrar ve statünün güçlendirilmesine ilişkin ihtiyaçlardır. Hem bilişsel hem de duygusal unsurları birleştirdiği için bütünleştirici ihtiyaçlar olarak adlandırılabilir (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973, s. 167). İnsanların kendilerini daha iyi anlamaları, özgüvenlerinin artması, benlik saygılarının gelişmesi ve kişisel amaçlarının belirlenmesi için kitle iletişim araçlarını kullanma ihtiyacını ifade etmektedir.

Günümüz yeni medya çalışmalarında bu ihtiyaç kişilerin düşünce, yetenek ve becerilerini bu araçlar aracılığı ile diğer kişilere nasıl aktarabilecekleri ve başkalarının deneyimlerini nasıl öğrenebileceklerini içermektedir. Bu ihtiyaç, daha çok kişilerin

medya aracılığıyla kendilerini dış dünyaya ifade etme becerisine odaklanmaktadır (Dumlu, 2019, s. 32).

#### **1.3.4 Sosyal Bütünleşme İhtiyacı**

Sosyal bütünleşme ihtiyacı; aile, arkadaşlar ve dünya ile temasın güçlendirilmesi ile ilgili ihtiyaçlardır (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973, s. 167). İnsanların kitle iletişim araçlarını kullanarak diğer insanlarla etkileşim kurma, toplumsal bağlarını sürdürme ve toplumsal ilişkilerini geliştirme ihtiyacını ifade etmektedir.

Günümüzde ise sosyal ağlar aracılığıyla kişiler, gruplar oluşturarak ve benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle etkileşime geçerek toplumsal aidiyet hissi kazanmakta ve kendilerini daha iyi ifade etmektedirler. Bu yeni medya aracılığıyla kişiler, toplumsal ilişki ihtiyaçlarını da tatmin edebilmektedirler (Yaman, 2020, s. 57). Bu da sosyal bütünleşme ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadır.

#### **1.3.5 Gerçeklerden Kaçış İhtiyacı**

Gerçeklerden kaçış ihtiyacı; kişinin kendisiyle ve sosyal rolleriyle temasının zayıflaması olarak tanımlanabilmektedir (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973, s. 167). İnsanların günlük hayatta karşılaştıkları stres, sıkıntı gibi olumsuz duyguları dengelemek için kitle iletişim araçlarına yönelmelerini ifade etmektedir. Bu ihtiyaç, insanların kitle iletişim araçlarına başvurmasının en önemli nedenlerinden biridir.

Yine diğer ihtiyaçlarda olduğu gibi gerçeklerden kaçış ihtiyacı için de bugün kullanılan araçlardan bir tanesi sosyal medyadır (Shao, 2009, s. 11). Bu araçların kullanımının çok yaygın olması iletişim çalışmalarının araştırma konusunu da genel olarak bu alana kaydırmıştır. Yeni medya araştırmalarında, medya kullanımının altında yatan ihtiyaçların belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

### **1.4. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Yönelik Eleştiriler**

İletişim alanına yeni bir bakış açısı sunan ve akademik çalışmalarda yoğun bir şekilde kullanılan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı zaman içerisinde bazı eleştirilere de maruz kalmıştır.

Yaklaşımla ilgili yapılan en temel eleştiri, kişilerin kitle iletişim araçları seçimi ve kullanımı konusunda toplumsal sonuçlara değinmemesidir. Yaklaşımın bu iletişim sürecinde, toplumsal boyutu bir kenara bırakıp daha çok bireysel düzeyde psikolojik

unsurlar üzerine yoğunlaşması eleştiri konusu olmuştur. Bu eleştiri kitle iletişimiyle ilgili konularda toplumsal boyutun kesinlikle bir kenara itilemeyeceği, bu boyutu bir kenara itmenin konunun basit bir şekilde ele alınmasına ve bakış açısının sınırlı olmasına neden olacağı yönündeki yaklaşım doğrultusunda ele alınabilmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 166). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kişilerin doyumuna dayanan bir modeldir ve böyle bir modelin değerlerden bağımsız olduğu ileri sürülemez. Kişiler boşlukta gelişmezler, var olan toplumsal yapı içinde şekillenirler. Kitle iletişim araçları tarafından etkilenmemiş olmaları mümkün değildir. Yaklaşım bu haliyle kaçınılmaz olarak statükoyu korumaya yönelik çalışmaktadır (Nordenstreng, 1970, s. 131). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireyi özne olarak merkezine alırken kitle iletişim araçlarını da bir bakıma salt bir nesne konumuna yerleştirmektedir. Bu durum da yaklaşımı ister istemez kitle iletişim araçlarını aklayan ve eleştirilemez bir pozisyona sokmaktadır (Göncü, 2018, s. 597). Bu açıdan bakıldığında kişi seçimlerinden ve bunların sonuçlarından tamamen kendisi sorumludur. Kendi ihtiyacı dâhilinde bir medya seçer ve yine kendi algısı çerçevesinde bir sonuca ulaşır. Burada medya edilgen bir durumdadır ve içerik de dâhil olmak üzere yaptıklarından sorumlu tutulamaz. Diğer yandan yaklaşım, içinde bulundurduğu gereksinim, güdü, amaç ve doyum gibi kavramları hem kuramsal hem de yöntemsel bakımdan yeterince açıklamamıştır. Kuramsal anlamda, gereksinimleri doyuma ulaştıran her şeyin bir fonksiyonu vardır ve kişiler için bu fonksiyonlardan bir tanesi de iletişim araçlarıdır. Konuya bu açıdan yaklaşıldığında ise sistemin "kötü fonksiyonundan" ya da görevini yapmamasından söz etmek mümkün değildir, çünkü sistem kişilere birçok olanak arasından seçme imkânı vermektedir. Her şey kişilerin seçimleriyle alakalıdır. Kişi iyi ve güzel bir içerik yerine daha kötüsünü seçiyorsa bunun için bu kötü içeriği yapan suçlanmamaktadır. Böyle bakıldığında yaklaşımın, iletişim sistemleri ile bireysel sistem arasındaki çıkar ve güç farklarını görmezden geldiği söylenebilmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 167).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bireye çok dar bir alanda odaklanmaktadır. Yaklaşım, gereksinim gibi çeşitli psikolojik kavramlara dayanırken sosyal yapıyı ve bu sosyal yapı içerisinde medyanın yerini incelemeyi. Bu eleştiriye Rubin ve Windahl, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ve bağımlılık kuramının bir sentezi olan "kullanımlar ve bağımlılık modeli" adında bir model önererek yanıt vermişlerdir. Bu modele göre bireyler, insan gereksinimlerini şekillendirmeye yardım eden toplumsal sistemler içine yerleştirilir. Model, kitle iletişiminde maruz kalmanın her zaman çok

kasıtlı ve bir amaca yönelik olmadığıyla ilgili bulguları içinde bulundurmaktadır. Bu da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temel düşüncelerine meydan okumaktadır. İnsanlar genellikle medyayı kullanırken bir tür otomatik pilotaymış gibi görünmektedir. Bu bakış açısına göre, medya kullanımı düşük dikkat düzeyi içermektedir ve bu kullanımın alışkanlık olarak adlandırılması daha uygundur (Severin & Tankard, 2011, s. 398-400). Bu anlamda kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının, genel olarak kişiler tarafından verilen sayısız bilinçsiz karara çok fazla dikkat etmediğini söylemek mümkündür.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yönelik detaylı bir başka eleştiri de Swanson tarafından 1977 ve 1979 yıllarında yazılan makalelerde yapılmıştır. Swanson'a (1977) göre, yaklaşımın kavramsal çerçevesinin belirsiz olması, temel kavramlarında kesinlik olmaması, yaklaşımda kullanılan açıklayıcı aygıtların karışık olması ve algıyı aktif bir süreç olarak görmemesi gibi temel sorunlar bulunmaktadır.

Bu sorunlardan ilki, kullanımlar ve doyumlar araştırmalarının altında yatan kavramsal çerçevenin doğasının tam olarak açık olmamasıdır. Yaklaşımın temel entelektüel kökenleri açıkça işlevselcidir. Ancak zamanla, bazı araştırmacılar bu yaklaşım ile işlevselcilik arasındaki bağlantının gerekli olmadığını ve yaklaşımın işlevselci olmayan çeşitli modelleri barındırabilecek bir araştırma stratejisi olarak nitelendirilebileceğini öne sürmüştür. Blumler ve Katz bu konuyla ilgili olarak *"eğer... yaklaşım eski işlevselci bağlarından koparılabilirse, o zaman kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını çatışma teorisiyle bile ilişkilendirmenin yolu açılabilir... ve faydacı motivasyon modellerinin yanı sıra faydacı olmayan modellere de dayandırılabilir"* demektedir (1974, s. 16, akt. Swanson, 1977, s. 216). Sonuç olarak, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmalarında kavramsal temellerin ne olduğu konusunu ifade etmekte zorlanılmaktadır. Bununla bağlantılı ikinci bir zorluk ise kullanımlar ve doyumlar çalışmalarında kullanılan başlıca kavram ve terimlerin anlamlarındaki karışıklık ve eşdeğerliktir. Yaklaşım içerisinde kullanılan "ihtiyaç, sorun, güdü vs." gibi temel kavramların hangisinin nerede kullanıldığı büyük bir fark yaratmaktadır. Her bir terim belirli bir kavrama atıfta bulunur ve bu kavramların anlamları, en azından sosyal bilimciler tarafından genel olarak kullanıldıkları şekliyle, eşdeğer değildir. Örneğin, "ihtiyaçlar" işlevselci bakış açısı içinde bir organizmanın yapısal gereklilikleridir, ancak "sorunlar" ve "güdüler" böyle değildir. "Sorun" eksik motivasyona işaret ederken "güdü" ise daha geniş bir kavramdır. "Güdüler" ve "sorunlar" "ihtiyaçlardan" kaynaklanabilir, ancak her zaman böyle olması da gerekmez. Yaklaşımda bu

kavramları muğlak şekilde kullanmaya yönelik bir eğilim bulunmaktadır. Bu da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının medya kullanımının insan ihtiyaçlarından kaynaklandığını iddia ederken ne demek istediğini anlama konusunda bazı zorluklara yol açmaktadır. Kavramların tek anlamlı ve tutarlı bir şekilde kullanılabilmesi için kesin anlamlarının belirtilmemesi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmalarında kafa karışıklığı yaratabilmektedir. Diğer ikisiyle bağlantılı olan üçüncü bir zorluk, kullanımlar ve doyumlar araştırması olarak sürdürülen çeşitli araştırma alanlarını birleştirdiği varsayılan temel açıklayıcı aygıt konusundaki kafa karışıklığıdır. Kısaca ifade etmek gerekirse, *“(a) bir kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açıklamasının gerekli bileşenlerinin neler olduğu, (b) bu bileşenlerin tatmin edici bir açıklama ya da izah sağlamaya nasıl hizmet ettiği veya (c) bir kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açıklamasının aynı davranışı açıklamak için sunulabilecek diğer açıklamalardan nasıl farklı olduğu”* net değildir. Bu karışıklığın büyük bir kısmı temel kavram olan “medya kullanımı” kavramı etrafında şekillenmektedir. Araştırma uygulamaları, bu açıklayıcı kavramın psikolojik bir yapı mı yoksa yapısal bir yapı mı olduğu ya da bir nedene mi, sonuca mı yoksa bir sürece mi atıfta bulunduğu gibi hayati sorulara kesin cevaplar sunmamaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımındaki son bir kavramsal sorun ise yaklaşımın belki de en temel ilkesi olan kişilerin, daha önceki etki yaklaşımlarının varsaydığı pasif, mekanik yanıtlayıcılar yerine aktif oldukları ilkesinin yeterli bir şekilde ele alınmamasıdır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temel ilkesi, kişilerin niyetler oluşturmada, kitle iletişim araçlarından beklentiler yaratmada ve doyumlara ulaşmak için eylem alanları oluşturmada aktif olduklarıdır. Dolayısıyla bu tür bilişsel faaliyetler “insanların medya ile ne yaptığı” konusuyla ilgilenen çalışmaların önemli, belki de kesin bir parçasıdır. Bu görüşe göre, *“insan algısı pasif bir kayıt süreci değil, aktif bir örgütlenme ve yapılandırma sürecidir”*, yani algılama süreci insanların aktif olduğu en temel yollardan bir tanesidir. Bu düşünceye göre kaçınılmaz olarak, kitle iletişiminin içeriğinin üreticiler tarafından mesajlar halinde verilmediği, mesajının muhatabı olan kitlenin (izleyici, dinleyici, okur vs.) üyeleri tarafından algının aktif düzenleme ve yorumlama sürecinde yaratıldığı sonucuna götürür. Algı, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı için kilit unsurlardan birisidir. Kişilerin kitle iletişimi sürecine ilişkin algıları ve medyanın doyum kaynaklarına ilişkin beklentilerinin, birçok kişi tarafından farklı medya tüketim modellerini belirlediği düşünülmektedir. Buna bağlı olarak, verilen mesajların nasıl kullanıldığı ve tatmin edici olup olmadığı konusunun, bu mesajların aktif algılama sürecinde kişiler tarafından nasıl yorumlandığı veya anlamlandırıldığı

ile belirlendiği varsayılmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmacıları, yorumlayıcı süreçleri ve bunların ortaya çıkardığı anlamları sorgulamamakla, kitle iletişim sürecine yönelik bakış açılarını birbirine bağladığı varsayılan bağı araştırmamış olmaktadır. Buna ek olarak, yaklaşımın temel varsayımını inkâr ediyor ve pasif alıcılara içerik olarak verilen bir anlam görüşüne geri dönüyor gibi gözükmektedirler. Çünkü algıyla yaratılan anlamın araştırılmaması, algının, problemsiz bir içeriğin kavranmasına yönelik pasif bir süreç olarak kabul edilmesi demektir (Swanson, 1977; Swanson, 1979). Yukarıda aktarılan bilgilerden hareketle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının net bir kavramsal çerçeveye dayanmaması ve algılamayı aktif bir süreç olarak görmemesi nedeniyle eleştirildiği dikkat çekmektedir.

Sonuç olarak özetlemek gerekirse kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı genel olarak, fazlasıyla işlevselci, bireysel ve psikolojik olması, toplumsal yapısal determinizme duyarsız kalması, aksini gösteren kanıtlara rağmen izleyici eylemini gereğinden fazla önemsemesi ve içeriğe duyarsız kalması bakımından eleştirilere maruz kalmıştır (Aka, 2021, s. 73).

Tüm bu eleştirilere rağmen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının hem günümüzdeki hem de geçmiş çalışmalardaki değeri, iletişim araştırmaları ve teorisinde medya tüketicilerinin dikkate alınması için bir çerçeve sağlama yeteneğidir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kitle iletişimi alanında belirleyici bir teori olmayabilir, ancak medya seçimi ve tüketici kullanımı arasındaki kesişimi anlamaya çalıştığı için disipline iyi bir şekilde hizmet etmektedir (Grant, 2018, s. 400-401). Ayrıca, yeni medyanın yaygınlaşması ve gelişmesiyle birlikte kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının daha önemli ve farklı bir konuma evrildiği de ifade edilmektedir. Chen' e (2011, s. 759) göre, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kişilerin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının yanı sıra belirli bir mecranın ihtiyaçları ve iletişim kurma güdülerini nasıl karşılayabileceğine odaklanmaktadır. Yaklaşım, kişilerin önce bir mecrayı nasıl seçtiklerini ve daha sonra psikolojik veya sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için nasıl kullandıklarını açıklar. Bu yönüyle yaklaşım yeni medya ve bunun özelinde de sosyal medya çalışmalarına son derece uygun bir yaklaşım olarak kullanılmaktadır. Quan-Haase ve Young'a göre de kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı her ne kadar geleneksel iletişim araçları için geliştirilmiş olsa da yeni medya araçlarıyla ilgili yapılan araştırmalar için de kullanılması mümkündür. Yeni medyayla birlikte değişen ve bulanıklaşan üretici ve tüketici kavramları zemininde, kitlenin yeni medyayı neden ve hangi motivasyonlarla tercih ettiğini belirlemek ya da geleneksel medya yerine neden

yeni medyanın tercih edildiğine dair detaylı bir açıklama yapmaya çalışmak, yeni iletişim çalışmaları için büyük bir önem arz etmektedir (2010, s. 351-352). Yaklaşım, son yıllarda sosyal medya gibi çevrimiçi uygulamaların seçimi, kullanımı ve bu kullanım sonucunda elde edilen doyumları araştırmak için sıkça kullanılmaktadır.

### **1.5. Yeni Medya ve Sosyal Medya Perspektifinden Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı**

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı zaman zaman eleştirilse de izleyiciyi anlama açısından iletişim araştırmalarında kullanılan en önemli araçlardan birisi olmaya da devam etmiştir. Bu nedenle de hiçbir zaman yaklaşımı odak noktasına oturtan çalışmaların tam anlamıyla bittiğini söylemek mümkün olmamıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan yeni medya ile yaklaşım, araştırmalarda sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Medyanın yıllar içerisinde dönüşümü ve teknolojiyle birlikte gelişmesi sonucunda farklı medya mecralarının ortaya çıkması kitlenin bu mecraları çeşitli ihtiyaç ve isteklerini gidermek amacıyla kullandığı gerçeğini değiştirmemektedir (Ateşgöz, 2021, s. 177). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, belirli bir iletişim aracının ihtiyaç ve güdülerini ne şekilde doyurduğunu anlamak bağlamında insanların psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarına odaklandığı için yeni medya çalışmalarına da son derece uygun bir yaklaşım olmaktadır (Chen, 2011, s. 759).

İnternetin ortaya çıkmasıyla beraber yeni medya kavramı hayatımıza girmiştir. Bu medyanın kullanıcılarına içerik üretebilme imkânı sunması kullanıcı odaklı araştırmaların hız ve önem kazanmasına sebep olmuştur (Yıldırım, Özdemir , & Alparslan, 2018, s. 44). Teknolojik gelişmeler sonucunda bireyler birbirleriyle daha etkileşimli bir şekilde iletişim kurmaya ve bilgi edinmeye başlamıştır. Ayrıca bu teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan iletişim araçları sayesinde bireyler bilgiyi daha güvenilir ve daha kolay doğrulanabilir kaynaklardan edinmeye başlamışlardır. İnsanlar artık bilgiyi herhangi bir aracı kişi olmadan doğrudan kaynağından öğrenebilmektedir. Tüm bu gelişmeler sonucunda "*internet dünyasında bilgisayarların etkileşim gücünün iletişim için kullanılmasını tarif eden yeni medya akımı*" doğmuştur. Bu yeni medya akımı içerisinde en çok kullanılan kavram ise sosyal medya kavramı olmaktadır (Karakoç & Gülsünler, 2012, s. 44). Kısaca internet olarak ifade edilen yeni medya bugün kişilerarası iletişim, ticaret, siyaset, sağlık, kariyer, oyun gibi yaşamın

her alanında yer almaktadır. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran temel özellikler etkileşim, multimedya ve dijital kodlamadır. Ayrıca yüksek bir depolama kapasitesine sahip olan bu medya, kullanıcı seçiciliğini de desteklemektedir (Binark, 2007, s. 5-21-22).

Severin ve Tankard (2011, s. 405), kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının insanlar bilgi çağına girerken ve her geçen gün daha fazla seçeneğe sahip olurken alan açısından oldukça önemli bir şansa sahip olduğunu belirtmektedirler. Onlara göre yaklaşımın yeni medya kullanıcıları ile ilgili söyleyecek birçok şeyi vardır ve özellikle yaklaşımın aktif izleyiciye yönelen tek kuramsal alan olması yeni medya araştırmaları açısından avantaj oluşturmaktadır. Her bir yeni medya ortamı yeni kullanımlar ve yeni doyumlar sunma potansiyeli taşımaktadır. Bu nedenle yeni medyanın sunduğu çok sayıda yeni olanak, bunları kategorize etmek ve belirli doumlara katkılarını incelemek için sistematik bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır (Sundar & Limperos, 2013). Bu anlamda da kullanımlar ve doyumlar araştırmacılarının karşılaştığı en büyük zorluklardan biri mevcut kavramsal çerçevenin yeni iletişim teknolojileriyle başa çıkacak şekilde uyarlanması ve şekillendirilmesidir (Palmgreen, 1984, s. 49). Ruggiero (2000, s. 29), mevcut kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı modellerinin etkileşim, kitleleşme, hipermetinsellik, eşzamansızlık ve aracılı iletişimin kişilerarası yönleri gibi kavramları içerecek şekilde genişletilmesi gerekliliği üzerinde durmuştur. Ancak bu şekilde "*modernize edilmiş*" bir kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının bu yeni medya çevresi içinde gelişen psikolojik, sosyolojik ve kültürel bağlamda konumlandırılmasıyla birlikte yaklaşımın 21. yüzyıl için kullanışlı bir hale geleceğini belirtmiştir.

1990'lı yıllardan itibaren kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, yeni teknolojilerin kişiler üzerindeki etkisini keşfetmek için kullanılmaya başlanmıştır (Uzun, 2013, s. 94). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmaları açısından internetin ortaya çıkması önemli bir dönüm noktası olmuş ve bu alanla ilgili çalışmalar yoğunluk kazanmıştır. Geleneksel iletişim araçlarından farklı olarak bu mecraanın etkileşime olanak tanınması aktif izleyici kavramını temel alan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının internetin araştırılmasında etkili bir kavramsal temel olarak kullanılmaya başlanmasına sebep olmuştur (Sinav, 2019, s. 103). Bu dönemde birçok araştırmacı, kişilerin neden internet kullandığı ve bu kullanımdan elde edilen doyumların neler olduğu, kullanıcıların psikolojik ve davranışsal eğilimlerinin neler olduğu konularını araştırmaya başlamıştır. Ayrıca araştırmacılar, yeni medya ile geleneksel medya

araştırmalarının sonuçlarını karşılaştırarak aradaki farkı da anlamaya çalışmışlardır (Uzun, 2013, s. 94). Quan- Hasse (2012), kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını, nüfusun hangi kesimleri tarafından ne tür sosyal medyanın benimsendiğini ve bireylerin çeşitli sosyal medya platformları, siteleri ve hizmetlerini kullanırken ne tür tatminler elde ettiklerini incelemek için teorik bir ereve sağlama konusunda umut verici olarak görmektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı aynı zamanda kullanıcı tercihlerinin ve doyumlarının yeni medya seçenekleri arasında karşılaştırma yapılabileceği bir metodoloji de sunmaktadır. Bu sayede yaklaşım, kullanıcıları bu medyada içerik paylaşma, beğenme/beğenmeme, iletme, ekleme ve yayma gibi faaliyetler için büyük miktarda zaman harcamaya neyin motive ettiğini daha iyi anlamak için kullanılabilirliktedir.

90'lı yıllarda yeni medyadaki kullanıcı pratiklerine yönelen yaklaşım için "medya parçalanması" nemli bir kavram olmuştur. Medya parçalanması, kullanıcının geniş medya seçenekleri arasından seçebilme kabiliyetini ifade etmektedir. Williams, Rice ve Rogers, kişilerin medya üzerindeki kontrolünü bu tanımla açıklamış ve bu durumun yeni medyayı "yüz yüze kişiler arası iletişime" benzettiğini savunmuşlardır. Chamberlain ise internetin kullanımının yaygınlaşmasıyla yeni bir medya parçalanması dönemine girdiğimizi belirtmiştir. Ona göre, geleneksel kitle iletişim araçlarının aksine, internet gibi yeni medya, bireylerin mesajları kendi ihtiyaçlarına göre uyarlamalarına olanak tanıyan seçicilik özellikleri sağlamaktadır (William vd., 1988; Chamberlain, 1994, s. 274; akt. Ruggiero, 2000, s.16).

Özellikle son yıllardaki alan çalışmalarına bakıldığında sosyal medyanın hedef kitlenin ne tür ihtiyaçlarını karşıladığını ve kişilerin bu kullanımdan ne tür doyumlar elde ettiğini tespit etmek amacıyla kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına sıklıkla başvurulduğu görülmektedir (Boztepe Taşkıran, 2019, s. 146). Muntiga vd. (2011, s. 19-21), McQuail'in 1983 yılında geleneksel medya kullanımına ilişkin motivasyonları sınıflandırdığı dört kategorinin, günümüz yeni medyasının kullanımına yönelik yapılan çalışmalara da son derece uygun ve uygulanabilir olduğunu belirtmektedirler. Son yıllarda sosyal medya kullanım motivasyonlarına yönelik yapılan pek çok çalışma da bu sınıflandırmanın sosyal medya için uygulanabilir olduğunu ortaya koymaktadır. McQuail'in yaptığı sınıflandırma olan "eğlence", "entegrasyon ve sosyal etkileşim", "kişisel kimlik" ve "bilgi" kategorilerine ek olarak "mükafat" ve "yetkilendirme" kategorilerini de ekleyen araştırmacılar, bu 6 sosyal medya motivasyon tipini aşağıdaki şekilde açıklamaktadırlar:

- **Eğlence**

Sorunlardan kaçma ya da uzaklaşma, rutinden kaçma ya da uzaklaşma, duygusal rahatlama, gevşeme, kültürel ya da estetik zevk, zaman geçirme ve cinsel uyarılma ile ilgili çeşitli medya tatminlerini kapsamaktadır.

- **Entegrasyon ve Sosyal Etkileşim**

Diğer insanlarla ilgili çeşitli medya tatminlerini kapsamaktadır. Alt motivasyonlarında aidiyet duygusu kazanma, arkadaşlarla, aileyle ve toplumla bağlantı kurma, duygusal destek arama ve gerçek hayattaki arkadaşlığın yerini alma verilebilmektedir.

- **Kişisel Kimlik**

Benlikle ilgili medya tatminlerini kapsamaktadır. Alt motivasyonlarında kişinin kendisi hakkında bir iç görü kazanması, kişisel değerlerin pekiştirilmesi ve akranlarla özdeşleşme ve onlardan takdir görme yer almaktadır.

- **Bilgi**

Bilgi ile ilgili çeşitli medya tatminlerini kapsamaktadır. Alt motivasyonları arasında, kişinin doğrudan günlük çevresinde ve toplumda hangi olayların olduğunu ve koşulların gerçekleştiğini araştırmak, tavsiye ve görüş aramak ve risk azaltma yer almaktadır.

- **Mükâfatlandırma**

Çeşitli sosyal medya motivasyon çalışmaları, özellikle çevrimiçi topluluklara katkıda bulunma konusunda ödüllendirmenin itici bir güç olduğunu ortaya koymaktadır. Mükâfatlandırma, insanların gelecekte para veya başka ekonomik teşvikleri içeren bir tür ödül kazanmayı beklemeleri nedeniyle sosyal medya kullanımına katılmalarını içermektedir.

- **Yetkilendirme**

Kişilerin sosyal medyayı diğer insanlar veya şirketler üzerindeki etkilerini veya güçlerini göstermek için kullanmalarını ifade etmektedir.

Konuyla ilgili başka bir çalışma da Whiting ve Williams'ın 2013 yılında sosyal medyayı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla bağlantılı olarak ele aldıkları çalışmadır. Bu araştırmanın sonucunda elde ettikleri verilere göre kişilerin sosyal

medya kullanımıyla ilgili olarak kapsamlı bir ihtiyaç ve doyum listesi oluşturmuşlardır. Bu liste aşağıdaki maddeleri içermektedir (2013, s. 366-367):

- 1. Sosyal Etkileşim:** Aile ve arkadaşlarla bağlantı kurmak ve iletişimde kalmak, düzenli olarak görüşülmeyen insanlarla etkileşimde bulunmak, eski tanıdıklarla sohbet etmek ve yeni arkadaşlarla tanışmak.
- 2. Bilgi Arama:** Satışlar, fırsatlar veya ürünler hakkında bilgi bulmak, etkinlikler, doğum günleri ve partiler hakkında bilgi bulmak ve işletmelerle ilgili bilgilere bakmak. Ayrıca bu çalışmaya göre kişiler sosyal medyayı bilgi aramak veya kendi kendini eğitmek için kullanmaktadırlar.
- 3. Zaman Geçirme:** Boş zaman geçirme ve can sıkıntısını gidermek için kullanmak.
- 4. Eğlence:** Eğlence ve keyif almak için kullanmak.
- 5. Rahatlama:** Gerçeklikten kaçmak ve gerçek dünyanın stresinden kurtulmak.
- 6. Fikirlerin İfade Edilmesi:** Gönderileri ve fotoğrafları beğenmek, güncellemelere yorum yapmak ve başkalarının gönderileri hakkında yorum paylaşmak gibi eylemler aracılığıyla fikirleri ifade etmek.
- 7. İletişimsel Fayda:** Başkalarıyla paylaşmak için bilgi sağlamak.
- 8. Kolaylık Faydası:** Her zaman ve her yerde kullanışlı ve erişilebilir olmak.
- 9. Bilgi Paylaşımı:** Kişisel bilgileri başkaları ile paylaşmak.
- 10. Gözetim/Başkaları Hakkında Bilgi Edinme:** İnsanları ya da nesnelere izlemek ve başkalarının ne yaptığını takip etmek.

Yukarıda bahsedilen ihtiyaç ve doyum listesinin sosyal medyanın kullanım motivasyonlarını ele almak için önem taşıdığı düşünülmektedir.

Yeni medyayla birlikte iletişim ve kitle iletişiminde çeşitli değişimler olmuştur. Bu anlamda, yeni medya, doğrusal iletişim biçimlerini minimize etmesi, daha kişiye özel içerikler sunabilmesi ve içerikleri hızla hedefe ulaştırabilmesi, ayrıca kitleye içerikler üzerinde daha fazla kontrol imkânı tanınması gibi özellikleriyle ön plana çıkmaktadır (Williams, Rice ve Rogers, 1988; akt. Ateşgöz, 2021, s.172). Yeni medyanın en önemli özelliklerinden bir tanesi kişileri izleyici olmaktan çıkarıp üreten konumuna getirmesidir. Shao'ya (2009, s. 17) göre, kullanıcı üretimli bu medya, kişilere kullanım kolaylığının yanı sıra kontrol gücü de vermekte ve kişiler neyi, ne zaman ve nerede istediklerini kontrol edebilmektedir. Bu tarz bir kontrol ise kullanıcılara sadece teknik açıdan değil psikolojik anlamda da çekici gelmektedir. Kullanıcı üretimli bu medyanın

sunduğu kontrol imkânı, insanların yeni medyadan sağlayacağı doyumların artmasında oldukça önemli bir unsur olarak değerlendirilebilmektedir.

Yeni medyayla birlikte kullanıcılar iletişim süreçlerinde hiç olmadığı kadar aktif ve etken bir şekilde rol almaktadır. Zamanla yeni medya yukarıda bahsedilen özelliklerinden dolayı kişilerin farklılaşan, marjinal kalan ve gündeme alınmayan konularla ilgili olarak rahatlıkla fikir alışverişinde bulunabildikleri bir mecra haline gelmiştir. Bu durum ise bu yeni iletişim mecralarının demokratikleşme süreçlerinde etkili bir araç olarak değerlendirilmesine yol açmıştır (Koçak, 2012, s. 97). İçinde bulunduğumuz bu yeni medya çağında kişiler bilginin yalnızca alıcısı değil aynı zamanda üreticisi ve dağıtıcısı olarak da aktif durumdadır. Bu medya ortamında bilginin üretim ve aktarım sürecinde kimin üretici ya da aktarıcı ve kimin amatör veya profesyonel olduğu gibi konular birbirine karışmış durumdadır. Bazen sıradan bir vatandaşın aktarmış olduğu bir bilgi büyük kitleleri harekete geçirebilmektedir (Sinav, 2019, s. 105). Bu özellikleri nedeniyle yeni medya özellikle de sosyal medya bilgi toplumu görüşüyle de desteklenerek birçok sorunu çözen ve hatta devrimler yapan bir araç olarak sunulmaktadır (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 419). Sosyal medya aracılığıyla meydana gelen bu demokratikleşme hareketleri zamanla “dijital aktivizm” olarak adlandırılmıştır. Bir sonraki bölümde bu çalışmanın da ana konusu olan “dijital aktivizm” konusuyla ilgili ayrıntılı bilgilendirme yapılacaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER VE DİJİTAL AKTİVİZM

#### 2.1. Toplumsal Hareketlerin Tarihi ve Kavramsallaştırılması

İnsanoğlunun varoluşuyla birlikte her zaman bir hak ve adalet arama mücadelesi süregelmıştır. Geçmişten günümüze toplum; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel birçok konuyla alakalı yaşanan sorunlar karşısında hak arama mücadelesi vermiştir. Bu hak arama mücadelesi toplumların yapısı, kültürel faktörler hatta coğrafi ve demografik şartlara göre toplumdan topluma çeşitli farklılıklar göstermiştir.

İnsanlar, toplumsal yapının sanayileşme, teknolojik devrimler gibi birçok etken sonucunda değişime uğramasıyla birlikte bu değişimlere çeşitli ölçülerde karşılık vermişlerdir. Bu değişimlere gösterilen direnç ve kolektif mücadele zaman içerisinde etkisini artırmıştır. Zira sanayileşme, kapitalist toplum yapısını ortaya çıkarmış bu da adaletsizlik, haksızlık, eşitsizlik gibi olguların ortaya çıkmasına sebep olmuş ve sonuç olarak da tüm bu etkenler toplumsal hareket kavramına odaklanmayı beraberinde getirmiştir (Köse, 2020, s. 1258). Diğer bir adıyla sosyal hareket olarak da anılan toplumsal hareketler, toplumun sosyal değişime verdiği tepkiler olduğu için sosyal olarak değişimlerin derinleştiği dönemlerde bu hareketlerde de artış gözlenmektedir (Turhan, 2016, s. 123). Tarihsel süreç içerisinde insan zihni ve toplumsal yapıya bağlı olarak farklılık gösteren toplumsal hareketler bazen ekonomik, siyasi, bazen de sadece kültürel sebeplerle ortaya çıkabilmektedir. Bu hareketler yönetim şekli ne olursa olsun yönetim üzerinde bir yaptırım oluşturabilmek amacı taşımaktadır. Özellikle Batılı düşünürlerin önemli bir kısmı toplumsal hareketleri demokrasiyle birlikte ortaya çıkan ve gelişen bir olgu olarak ele almaktadırlar. Bu düşüncenin altında toplumsal hareketleri modernizmin bir gereği olarak normalleştirme eğilimi de yatmaktadır (Doğan, 2017, s. 8). Ancak, tarihsel olarak bakıldığında kimi zaman toplumsal hareketlerin demokrasi geleneğinin tam olarak yerleşmemesi sonucunda çıkan çatışmalardan ortaya çıktığı da gözlenmektedir.

Terim olarak toplumsal hareketler ilk kez 18. yüzyılın başlarında aristokrat ve toplum bilimci olan Fransız Saint Simon tarafından mutlak iktidarlara karşı başlatılan kitlesel protesto gösterilerini ifade etmek için kullanılmıştır. Kavramın bilimsel boyutta

tartışılması ise Alman sosyolog Lorenz von Stein'in "1789'dan Bugüne Fransız Toplumsal Hareketinin Tarihi (History of the French Social Movement from 1789 to the Present)" adlı kitabıyla olmuştur. Stein bu çalışmasında, 1789 Fransız Devrimi'nden 1850 yılına kadar yaşanan toplumsal hareketleri ele almakta ve kavramı, güç sahibi olmayan proleter sınıfların iktidarı ele geçirme çabaları için kullanmaktadır. Bu dönemde toplumsal hareketler, kitlelerin insan hakları, özgürlük ve eşitlik için mücadele ettiği devrimsel eylemler olarak kabul edilmektedir (Stein,1964; akt. Tani, 2018, s. 3-4). Bu açıdan bakıldığında toplumsal hareketler kavramının ilk anlamının kapsam olarak dar olduğu ve bugünkü anlamını karşılamadığı görülmektedir. Ancak, Stein'in yaptığı bu çalışma toplumsal hareketlerin kavramsal çerçevesinin ortaya konulması ve kavramı sosyolojinin temel çalışma alanlarından biri haline getirmesi açısından önemlidir.

Tarihsel olarak bakıldığında toplumsal hareketlerin kökeninin 17. ve 18. yüzyıla dayandığı görüşü yer almaktadır. Bu dönemi tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş dönemi olarak tanımlamak mümkündür. Bu dönemde toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasının sebeplerinden ilki üretimin tarladan fabrikalara kaymasıdır. Böylece köylerde dağınık halde yaşayan ve çalışan insanlar, fabrikalarda çalışan işçilere dönüşmüş ve bu fabrikalara yakın yerlerde yaşamaya başlayarak modern anlamdaki şehirleri kurmuşlardır. Aynı zamanda Avrupa'da yaşanan hızlı nüfus artışı, demografik değişiklikler, sanayileşme ve kentleşme bugünkü anlamda toplumsal hareketlerin doğuşunda önemli rol oynamıştır. Bu birlikte çalışma ve yaşama hali topluma gerek iş hayatında gerek şehir yaşamında karşılaştıkları sorunlara kolektif tepki verebilme imkânı sağlamıştır (Tilly, 2016). Bunların yanı sıra toplumsal hareketlerin kökeni olarak 18. yüzyıl Avrupa'sındaki sınıf mücadeleleri, halk ile krallıklar arasındaki çatışma ve halk isyanları gösterilmektedir. Bu hareketlerin ilk ortaya çıktıkları yer olarak ise İngiltere, Fransa, Amerika, Kanada ve Almanya gibi Batılı ülkeler görülmektedir. Bu dönemdeki Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'da yapılan bağımsızlık savaşları, halk isyanları, halkların hak ve yurttaşlık talepleri ve yönetime karşı gerçekleştirilen kanlı isyanlar gibi kitlesel eylemler, 1789 Fransız Devrimi, Boston Çay Partisi ve Amerikan kolonileri ile Britanya güçleri arasında verilen bağımsızlık savaşı toplumsal hareketlerin ilk örnekleri olarak değerlendirilmektedir. Bugünkü anlamda çağdaş toplumsal hareketler ise tam anlamıyla 18. yüzyılın sonları ile 19. yüzyılda ortaya çıkmaya başlamıştır (Tani, 2018, s. 7). Daha sonraki dönemlerde Avrupa'da ortaya çıkan Rönesans, hümanizm ve aydınlanma çağı, bir sonraki aşamada ise

liberalizm, sosyalizm, Marksizm, pozitivizm ve post-modernizm gibi fikirsel hareketler toplumsal hareketlerin temelini oluşturmuştur. Bu açıdan bakıldığında toplumsal hareketlerin dönemin hâkim felsefi ve siyasi akımlarından etkilendiğini söylemek mümkün olmaktadır. Yaklaşık üç yüzyıllık bir geçmişe sahip toplumsal hareketler, son dönemde teknolojinin gelişmesi ve bu teknolojinin sağladığı geniş iletişim imkânları ile birlikte yeni bir evreye girmiştir (Turhan, 2016, s. 125).

Toplumsal hareketler, ortaya çıktığı yer ve dönemde sistemlerde köklü değişikliklere neden olmuştur. Bu nedenle de sosyoloji, iletişim ve siyaset bilimi gibi sosyal bilimler alanları açısından ilgi çekici bir konu haline gelmiştir. Toplumsal hareket nedir, neden ve nasıl ortaya çıkar, bu hareketlere kimler, neden ve nasıl katılır gibi sorular araştırmacıların ilgisini çekmekte ve konu sosyal bilimler açısından araştırmaya değer görülmektedir.

Toplumsal hareket kavramının tanımına baktığımızda üzerinde hem fikir olunmuş ortak bir tanımın olmadığı görülmektedir. Hemen hemen her dönem ve her toplumda çeşitli toplumsal hareketler yaşanmıştır ve bu hareketler tamamen o dönemin toplumsal şartları içerisinde değerlendirilmiştir. Toplumsal hareketlerin meydana geldikleri zamanlar, mekânlar, süreç ve temaları, sonuçları ve aktörleri farklılık gösterdiği için pek çok araştırmacının kavrama ilişkin farklı açılardan tanımlar geliştirdiği görülmektedir (Tani, 2018, s. 4). Touraine'e göre toplumsal hareket, *"tarihselliğin biçimi, kültürel yatırım, bilgi ve ahlak modelleri üzerindeki hâkimiyeti ya da bağımlılığı ile tanımlanan bir sosyal sınıfın, bu kültürel modellere yönelmiş çatışmacı hareketidir"* (1999, s.51; akt. Köse, 2020, s. 1258). Jasper (2014, s. 24) ise genel kullanımda toplumsal hareketleri, *"yetkililer tarafından onaylanan normal kurumsal kanalların dışında, genel yasal ve sosyal değişiklikleri teşvik etmek veya bu değişiklikleri geciktirmek için sürekli ve kasıtlı çabalar"* şeklinde tanımlamaktadır. Burada "süreklilik" kavramı ile toplumsal hareketlerin diğer miting, meydan toplantıları gibi bir kerelik olaylardan farklı olduğu ima edilmektedir. "Kasıtlı" kelimesi ise toplumsal hareketleri kültür ve strateji ile ilişkilendirir. İnsanların ne istedikleri ve bunu nasıl elde edecekleri konusunda fikirleri vardır ve bu fikirler bireysel psikolojinin yanı sıra kültürün de süzgecinden geçmektedir. Akademisyenler toplumsal hareketleri genel anlamda "teşvik edici" yani ilerici hareketler olarak nitelendirmektedir. Ancak, tanımda yer alan "geciktirici" kavramı gerici çabaların da bu hareketle içerisinde yer aldığına vurgu yapmaktadır. Her ne kadar akademisyenler bu hareketleri karşı hareket olarak görmezden gelse de Jasper' a göre bu ayrım keyfi görünmektedir.

Örneğin; kürtaj karşıtı hareket, feministlere göre insan hakları konusunda toplumu geriye götürecektir. Ancak, bu hareketin de en az kürtaj hakları hareketi kadar toplumsal bir hareket olduğu gerçeği değişmemektedir.

Toplumsal hareketler, toplumu ilgilendiren herhangi bir konuda değişim gerçekleştirme ya da ortaya çıkan bir değişimi engelleme çabası içinde olan oluşumlardır. Bu hareketlerde amaç mevcut rejimi değiştirmek ya da bu rejimi savunmak olabilmektedir (Hakverdigil, 2019, s. 4). Giddens'a (2006, s. 867-868) göre ise toplumsal hareket "*yerleşik kurumsal alanın dışında gerçekleşen eylemler yoluyla, ortak bir çıkarı korumaya ya da ortak bir hedefe erişmeyi sağlayabilmeye yönelik toplu girişimlerdir.*" Toplumsal hareketler, adaletsizliği protesto etmek ve statükoya meydan okumak için bir grup insanın bir araya gelmesiyle oluşmakta ve varlığını sürdürmektedir (Ranney, 2014, s. 7). Bu hareketler, paylaşılan kolektif kimlikler temelinde siyasi veya kültürel çatışmalara giren çok sayıda birey, grup ve/veya örgüt arasındaki gayri resmi etkileşim ağları olarak tanımlanmaktadır (Diani, 1992, s. 1). Alberto Melucci ise bu kavramı "*Dayanışmaya dayalı, bir çatışma taşıyan ve yer aldığı sistemin sınırlarını zorlayan bir kolektif hareket biçimi*" şeklinde tanımlamıştır (2016, s.81; akt. Hakverdigil, 2019, s. 5). Christiansen' e göre (2009, s. 2), bir toplumsal hareketin tam olarak ne olduğunu tanımlamak zor olabilmektedir. Toplumsal hareket, siyasi iktidara ve siyasi elitlere düzenli erişimi olan istikrarlı siyasi bir oluşum, siyasi parti ya da çıkar grubu değildir; örgütlenmemiş, geçici ve hedefleri olmayan kitlesel bir heves ya da eğilim de değildir. Tüm bunların arasında yer alan toplumsal hareketler, bir hedefe yönelik olarak kurum dışı çatışmalara giren, örgütlü ancak gayri resmi toplumsal oluşumlar olarak düşünülebilmektedir. Bu hareketlerin hedefleri belirli ve dar bir politikaya yönelik olabileceği gibi daha geniş kapsamlı bir kültürel değişime yönelik de olabilmektedir.

Toplumsal hareketlere bakıldığında her toplu eylemin ya da çatışmacı her hareketin bir toplumsal hareket olarak adlandırılmayacağı söylenebilmektedir. Shepard'a göre (2013, s. 557) bir toplumsal hareketin dört tanımlayıcı unsuru bulunmaktadır. Bunlar:

1. Hareket içerisinde çok sayıda insanın bulunması
2. Toplumsal değişimi teşvik etmesi veya önlemesi
3. Belirli bir derecede liderlik ve organizasyona sahip olması
4. Süreklilik ve devamlılık göstermesi

Toplumsal hareket türlerine bakıldığında “değer yönelimli” ve “norm yönelimli” olmak üzere iki tür hareketten söz etmek mümkün olmaktadır. Değerlerin yeniden oluşumunu meydana getiren “değer yönelimli hareketler”; bir düşünce, bir inanç ile ilgili değerleri onarmak, korumak veya yaşatmak için yapılan kolektif bir girişim olarak tanımlanabilmektedir. Var olan sosyal yapının daha önce belirlemiş olduğu durumlara karşı bir tavidir ve sistemin varlığını ve meşruluğunu sorgulamaktadır. Dolayısıyla bu tür bir hareket sistemin kendisini veya işleyişini kendisine ana hedef olarak almaktadır. Bu tür hareketlere verilebilecek en iyi örnek Fransız ihtilalidir. Belirlenmiş bir inanç adına normların yapılmasını planlayan “norm yönelimli hareketler” ise; normları koruma, onarma veya yeniden oluşturma girişimi olarak ifade edilebilmektedir. Bu hareketler, sosyal yapının önceliğini benimseyerek sadece uygulayış tarzına karşı çıkmaktadır. Öncelikleri kabul ettiği için herhangi bir alternatif model önermez. Genellikle reform hareketleri olarak da ifade edilen bu hareketler, var olan sosyal yapının belirli yönlerinde değişimler yapılması ve toplumun bir bütün olarak ilerlemesi için çabalamaktadır (Işık, 2015, s. 25-26).

Toplumsal hareketlerin ortaya çıkış süreçleri, amaçları, yapıları, yöntemleri, kaynakları ve talepleri zaman içerisinde toplumsal yapının dönüşüm ve değişimine bağlı olarak şekillenmiştir. Bu durum da toplumsal hareketleri zaman içerisinde “eski” ve “yeni” şeklinde bir sınıflandırmaya götürmüştür. Eski toplumsal hareketler, daha çok işçi hareketleri ile özdeşleşmiştir. Bu hareketler, temel olarak ekonomik meselelere odaklanmaktadır. Ekonomik uçurumlar sonucu oluşan sınıfsal farklılıklar üzerine odaklanan eski toplumsal hareketler, genellikle bir lider önderliğinde gerçekleşir, ilerler ve hareket eder. Dolayısıyla bu hareketlerin içinde bulunan liderler, komutanlar ve başkanlar ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Eski toplumsal hareketler, genellikle grup olarak hareket eden, sınıf temelli bir yapı sergileyen, örgütlü, belli ideolojiler etrafında organize olan, devrim ve iktidar mücadelesi veren ve endüstriyel topluma en çok uyan hareketler olarak tanımlanmaktadır. Bu hareketler zamanla gelişen ve küreselleşen dünya ile birlikte yerini belirli bir sınıfın veya çıkar grubunun hareketi olmayan yeni toplumsal hareketlere bırakacaktır (Furuncu, 2014, s. 2-3).

Eski toplumsal hareketler sanayi toplumunu ifade ederken, yeni toplumsal hareketler bu dönem sonrasında ortaya çıkan bilgi toplumunu ifade etmektedir. Yeni toplumsal hareketler, 68 Hareketi'nin ardından özellikle 1970'li yılların başında görülmeye başlanan hareketleri ifade etmektedir (Çil, 2021, s. 97). Bu yeni hareketlerle birlikte siyasi iktidarı değiştirmek veya ona yönelik kitlesel talepler

oluşturmaktan ziyade kimlik, kültür ve yerel eksenli sorunlarla ilgili talepler öne çıkmaya başlamıştır. Ancak toplumsal hareketlerin bu şekilde eski ve yeni ayrımına tabi tutulması bu hareketlerin birbirlerinden bağımsız, farklı veya daha önemli ya da önemsiz oldukları anlamına gelmemektedir. Yeni toplumsal hareketlerin neler olduğu ve nasıl geliştiğiyle ilgili ayrıntılı bilgilere ise bir sonraki bölümde yer verilecektir.

## **2.2. Yeni Toplumsal Hareketler Kavramı ve Yeni Toplumsal Hareketlerin Özellikleri**

Bir önceki bölümde de bahsedildiği gibi toplumsal hareketler, toplumun sosyal değişimlere verdiği tepkilerdir. Bu hareketlerin meydana gelme süreçleri, yapıları ve talepleri toplumsal yapının dönüşümüyle birlikte şekillenmektedir. Tarihsel olarak bakıldığında toplumsal süreçleri “sanayi” ve “bilgi” toplumu ekseninde değerlendirmek mümkündür. Zaman içerisinde bu dönüşümün sonucu olarak meydana gelen toplumsal hareketleri farklı bir biçimde tanımlama ihtiyacı doğmuştur. Literatüre bakıldığında genellikle “sanayi toplumu” dönemi hareketlerinin “eski toplumsal hareketler”, “bilgi toplumu” dönemindeki hareketlerin ise “yeni toplumsal hareketler” olarak adlandırıldığı görülmektedir.

20. yüzyılla birlikte toplum hayatına giren küreselleşme kavramı hem ülkeleri hem de bireyleri etkisi altına almıştır. Küreselleşmeyle birlikte modernleşme, sanayileşme, kentleşme gibi süreçler toplum hayatında yoğun bir şekilde kendini göstermiş ve toplumsal yapıları derinden etkileyerek çeşitli değişim ve dönüşümler yaratmıştır. Bu değişimler sonucunda toplumsal hareketlerin türleri, kapsamaları, konuları, aktörleri ve bakış açılarında farklılaşmalar yaşanmış ve sonuç olarak yeni toplumsal hareketler ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu hareketleri, toplumların yaşamak zorunda kaldıkları ve sosyal yapılarda derin etkiler yaratan süreçlerin bir toplamı olarak adlandırmak mümkündür (Şentürk, 2006, s. 39).

İşçi hareketleri olarak da adlandırılan eski toplumsal hareketlerin odak noktasında sermaye, emek ve sınıfsal farklılıklar üzerinden hak mücadelesi, düzeni ve var olan sistemi değiştirme isteği bulunmaktadır. Daha sonraki dönemlerde 1960’ların ortalarına doğru sınıfsal farklılıklar, emek ve sermaye gibi motivasyonlar toplumda yavaş yavaş etkisini kaybetmeye başlamış ve artık toplum daha küçük ve daha özel konuları odağına alarak hareket etmeye başlamıştır. Bu yeni motivasyonları odağına alan toplumsal hareketler küreselleşme konusunu tartışmaya açarken,

kimlik, cinsiyet, yaş, etnik grup, ulus, din, çevre, cinsiyet, iletişim, yerel ve ulus ötesi, alan ve etnik kimlik gibi konuların çevresinde şekillenmeye başlamıştır (Karayılan, 2020, s. 21). Özellikle 1960 ve 1970 yılları arasında dünyanın dört bir yanında kavramsal ve anlamsal olarak eskisinden çok daha farklı birçok toplumsal hareket meydana gelmiştir ve bu hareketler literatürde yeni toplumsal hareket adı altında yorumlanmıştır. Klasik sınıf hareketlerinden farklı olarak kimlik temelli olmaları “çoğulculuk” ve “farklılık” kavramlarını öne çıkarmaları, eylemi bireysel ve kolektif kimliklerin bir karışımı olarak görmeleri, şiddet yerine uzlaşmaya dayanmaları, esnek ve insan temelinde yapılara sahip olmaları gibi özelliklerinden dolayı yeni olarak adlandırılan bu hareketler, zamanla dünyanın her yanında yüzlerce hatta milyonlarca insanı çeşitli konularda harekete geçirmektedir (Işık, 2015, s. 47-48).

Dünyanın birçok yerinde, kurumsallaşarak iktidarı ele geçirme mücadelesi veren toplumsal mücadeleler başarılı olmuştur. Ancak bu hareketler, bir yandan Soğuk Savaş'ın etkisi ve bununla birlikte ABD'nin yükselen bir güce dönüşmesi, bu duruma karşılık olarak SSCB'nin ortak bir payda üretememesi, diğer yandan sınıfsal ve kültürel yapıların değişimiyle birlikte toplumsal ve siyasal aktörlerin de değişim göstermesi gibi birçok sebepten dolayı uzun süreli olarak hayatta kalamamışlardır. Sonuç olarak, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren toplumsal hareketlerde bir değişim yaşandığı görülmektedir. Özellikle 1960'larla birlikte eleştiriler zirve noktasına çıkmış ve bu dönemde, toplumsal hareketler açısından yeni bir kırılma noktası yaşanmıştır. Sonuç olarak ise daha sonra yeni toplumsal hareketler olarak adlandırılacak bir bakış açısının temelleri atılmıştır (Yıldırım Y. , 2013, s. 43). 1960'ların sonlarında dünya, bazılarının devrim olarak da adlandırdığı, derin ve dramatik dönüşümler geçirmiştir. Amerika'daki sivil haklar ve savaş karşıtı hareketler, Fransa'daki Mai 1968 isyanı, Almanya, İngiltere ve Meksika'daki öğrenci protestoları, İtalya'daki 1969 "Sıcak Sonbahar" işçi-öğrenci koalisyonları, Madrid ve Prag gibi farklı yerlerdeki demokrasi yanlısı eylemler, Güney Amerika ve Roma'da eleştirel Katolikliğin büyümesi, 1970'lerin yeni siyasetini şekillendirecek kadın ve çevre hareketlerinin ilk işaretleri gibi bu dönemde yaşanan olaylar toplumlarda da derin değişimlerin yaşanmakta olduğunu göstermiştir (Della Porta & Diani, 2006, s. 1). Bu toplumsal olaylar aynı zamanda gelecek dönemler için toplumsal hareketlerin geçireceği değişim ve dönüşümlere işaret etmesi açısından da önem göstermektedir. 1960'lı yılların sonu itibarıyla Avrupa ve Amerika'da yaşanan toplumsal olayların, klasik kuramlarla açıklanamayacağı ve

geleneksel bakış açılarının bu durumları açıklamakta yetersiz kaldığı bu dönemde fark edilmeye başlanmıştır (Cohen, 2016, s. 112).

Toplumsal hareketler tarihi açısından 1968 yılı bir dönüm noktası olmuştur. Bu yıl sadece toplumsal eylemler açısından değil üst üste yaşanan dramatik gelişmelerle de benzeri görülmemiş bir dönemi işaret etmektedir. Vietnam savaşının devam ettiği bu dönemde Martin Luther King ve Robert Kennedy'nin suikastları gibi toplumları derinden etkileyen önemli olaylar yaşanmıştır. Bu gelişmelerin de etkisiyle birlikte büyük kitlesel eylemlerin ortaya çıkışı için uygun bir zemin oluşmuştur. Özellikle Vietnam Savaşı, Amerika'nın kendi içerisinde dahi tepkiyle karşılanmış ve toplumsal olarak üzerinde uzlaşılammış bir konu olmuştur. Bu da toplumsal olarak bir gerilime neden olmuş ve bu sebeple toplumda doğan muhalefet toplumsal hareketliliği de üst düzeye taşımıştır. Bu dönemde yaşanan hareketler birbirlerini etkilemiş ve tetiklemiştir. Örneğin; Amerika'da, Vietnam'da devam eden savaşa karşı yürütülen mücadele ile siyahlara yönelik uygulanan ayrımcılığı protesto eden hareketler birleşmiştir (Yıldırım Y. , 2013, s. 46). William G. Martin'e göre, 1968'de halk mücadelelerini etkileyen üç tarihsel olay vardı. Bunlar; Çin Devrimi, Küba Devrimi ve Vietnam Savaşı idi (2008, s. 224; akt. Doğan, 2017, s.47).

Altmışlı ve yetmişli yıllarda meydana gelen öğrenci hareketleri ve işçi ayaklanmaları ile daha sonraki dönemlerde ön plana çıkan kadın hareketleri, cinsel özgürlük hareketleri, ekoloji-çevre hareketleri ve seksenli yılların başlarındaki barış hareketleri gibi hareketler yapılaş şekilleri, fikirsiz altyapıları ve örgütlenme biçimleri ile eskiye nazaran farklılıklar göstermektedir. Bu hareketler hem bilginin niteliği açısından hem de toplumsal örgütlenme açısından kendilerini "yeni" kılan bazı özellikler barındırmaktadır. Bu dönemde görülen toplumsal hareketler eski dönemdeki gibi maddi refah öncelikli değildir. Bu hareketler ekonomik kaygılardan ziyade yaşam kalitesini artırma ya da kültürel meseleler gibi konulara öncelik vermektedir. Bu hareketlerin "yeni" olarak nitelendirilmesinin sebebi kronolojik olarak daha yeni bir tarihi ifade etmek değil, yapısal olarak bu hareketlerin sınıf, çıkar ve ekonomi temelli hareketlerden ayrılmak istenmesidir. Aynı zamanda buradaki "yeni" kavramı toplumdaki yeni siyasi ve sosyal ilişkilere de vurgu yapmaktadır (Işık, 2015, s. 32-33).

İlk olarak yeni toplumsal hareketlerle ilgili çalışan başlıca teorisyenler Alberto Melucci, Kalus Offe gibi Batı Avrupalı teorisyenlerdi. Yıllar geçtikçe olgunlaşan bu yeni toplumsal hareketler bakış açısı daha sonra birçok Amerikalı teorisyen tarafından da çalışılmıştır. Bu bakış açısı sayesinde artık bireylerin çıkarlarının sadece ekonomiyle

ilişkilendirilemeyeceğinin farkına varılmıştır. Bu noktada, yeni toplumsal hareketler teorisyenleri sanayi sonrası topluma geçiş ve bunun topluma ve toplumsal hareketlere olan etkisiyle ilgilenmektedir (Işık, 2015, s. 30). Aslında sanayi sonrası toplumla birlikte değişen sosyal, ekonomik ve siyasi ilişkiler sonucunda yeni toplumsal hareketlerin kaçınılmaz olduğu görülebilmektedir. Öncelikle sanayi sonrası toplumda birey yalnızlaşmış ve kendisini özdeşleştirebileceği yeni alanlar için bir arayışa girmiştir. Bununla birlikte bu dönemde kamusal ve özel alan kavramlarının belirginliğini kaybetmesi gibi nedenler de yeni toplumsal hareketleri ortaya çıkarmış ve şekillendirmiştir. Offe'ye göre (1999, s. 61), bu yeni hareketler, daha önceki dönemlerde uygulanan liberal siyaset teorisinin algılayışı çerçevesine oturtulamayacak konuları politik hale getirmiş ve bunları toplumsal hareketlerin konusu yapmıştır. Liberal siyaset teorisi tüm toplumsal hareketlerin "özel" ya da "kamusal" şeklinde kategorize edilebileceğini ileri sürerken, ortaya çıkan bu yeni hareketler kendilerini üçüncü bir ara kategoriye oturtmaktadır. Konu edindikleri meseleler ne "özel" ne de "kamusal" alan konularıdır. Fakat bu konular ortaklaşa olarak özel ya da kurumsal tüm siyasal aktörleri ilgilendiren sonuçlar içermektedir. Daha önceki liberal demokrasi ve refah devleti öğretilerinde bulunmayan yeni bir hareket alanına sahip olan bu toplumsal hareketlerin "kurumsal olmayan" bir siyaset alanı bulunmaktadır. Habermas'a göre (1981, s. 33), bu yeni toplumsal çatışmalar artık maddi yeniden üretim alanlarında ortaya çıkmamaktadır. Bu hareketler artık partiler ve örgütler aracılığıyla yönlendirilmemekte ve sisteme uygun bir tazminatla hafifletilememektedir. Yeni toplumsal çatışmalar daha ziyade kültürel yeniden üretim, toplumsal bütünleşme ve sosyalleşme alanlarında ortaya çıkmaktadır. Bunlar kurumsal olmayan ve parlamento dışı protesto biçimlerinde kendini göstermektedir. Burada sorun, refah devletinin sağlayabileceği telafilerden ziyade, tehlike altındaki yaşam biçimlerinin nasıl savunulacağı veya eski haline getirileceği ya da reformdan geçirilmiş yaşam biçimlerinin nasıl hayata geçirileceğidir. Kısacası, bu yeni toplumsal çatışmalar bölüşüm sorunlarından kaynaklanmamakta, yaşam biçimlerinin grameriyle ilgili olmaktadır.

Yeni toplumsal hareketler kuramının en önemli temsilcilerinden bir olarak kabul edilen Touraine' e göre de yeni toplumsal hareketler sanayi sonrası toplumun bakış açısına göre şekillenmiştir. Bu toplum, yeni bir güç merkezine ve yeni ilişki biçimlerine sahip yeni bir toplum tipidir. Touraine'e göre bu hareketlerin yeni olmasının sebebi, mücadelesini sanayi sonrası toplumun açtığı alanda gerçekleştirmesidir ve bu alan

daha önceki gibi devlet değil, sivil toplumun oluşturduğu bir alandır. Toplumsal hareketler artık, içinde bulundurduğu aktörlerin sivil toplumun yapısı üzerindeki mücadelelerinden doğmaktadır. Bu hareketlerin ortaya çıkışı toplumsal hareketlerin ve siyasal yapının arasındaki ilişkinin değişim ve dönüşümüyle simgelenmektedir. Dolayısıyla yeni toplumsal hareketlerin “yeni” olmasının sebebi; kendilerini devlet gücünü kontrol etme fikrinden ayrıştırmaları ve sivil ilişkileri dönüştürmeyi amaçlamalarıdır (Çayır, 1999, s. 16). Yeni toplumsal hareketler öncelikle değer ve yaşam biçimleri üzerine odaklanmaktadır ve temel hedefleri sivil toplum örgütlenmesidir. Yeni sanayi sonrası toplumsal yapıda çatışmaların yalnızca siyasal unsurlardan kaynaklanmadığı görüşünden yola çıkarak bu toplumsal hareketlerin hedeflerinin, sivil toplumu devlete karşı savunmak olduğu söylenebilmektedir (Scott, 1990, s. 13-18). Bu yeni hareketlerin temel amacı, doğrudan iktidara veya bürokrasiye ulaşmaktan ziyade kamuoyu oluşturmaya çalışmaktır. Bu noktada, hareketlerin kamuoyu oluşumunu bir baskı mekanizması gibi gördüğü söylenebilmektedir. Hareketlerin aktörleri, isteklerini doğrudan yönetici gruplara aktarmak yerine, hareketin amacının bilincinde ve farkında olan kitleler yaratmakta ve bu kitlelerin oluşturduğu hareketlenme ve gürültü sonucunda hareket şekillenmektedir. Dolayısıyla bu hareketler için öncelikli mücadele alanı siyasi alan değildir. Bunun yerine öncelik olarak sivil toplumu harekete geçirmeyi amaçlamaktadırlar (Tani, 2018, s. 24). Bu bakış açılarına göre bir “sivil toplum hareketi” olarak adlandırabileceğimiz yeni toplumsal hareketler; kimlik, kültür, bürokrasi, eşitlik, katılım, adalet, demokrasi, hukuk gibi evrensel alanlarda kendini göstermektedir. Maddi çıkarların yerini artık manevi değerlerin aldığı bu yeni hareketler, belli bir sınıfa dayanmayan, kendi içerisinde heterojen toplulukların meydana getirdiği, sistemin belli bir sorununa karşı gerçekleştirilen hareketler olarak ortaya çıkmaktadırlar (Furuncu, 2014, s. 4). Yeni toplumsal hareketlerin mücadeleleri daha çok kimliği rahatça ifade edebilme, katılım ve sivil haklar gibi kavramlar çerçevesinde yani kültürel alanda gerçekleşmektedir. Hedefleri, siyasal partilerle değil, doğrudan kamuoyu ve medya desteği sağlamaya çalışan profesyonel sosyal örgütlerle birlikte harekete geçmektir (Çayır, 1999, s. 15).

Yeni toplumsal hareketlerin içinde barındırdığı “yeni” unsurlardan bir tanesi de bu hareketlere katılan insan topluluğunun yapısıdır. Yeni toplumsal hareketlere katılan aktörlerin sosyolojik ve ekonomik profili, bu hareketleri eski hareketlerden farklı kılmaktadır. Bu yeni hareketin mensupları eski hareketlerin katılımcılarına oranla daha yüksek eğitim düzeyine sahip, teknolojiye hâkim ve bunu aktif olarak

kullanabilen, ulusal ve uluslararası konulara ilgili ve duyarlı, orta ve üst sınıfa mensup kişiler olarak değerlendirilmektedir (Babacan, 2014, s. 140-141). Daha önceki dönemlerde toplumsal hareket aktörlerinin mantıksal olmayan, sapkın ve hayalci imajı bu dönemde değişmiştir, geçmişin aksine bu yeni hareketin katılımcıları rasyonel stratejilere ve somut hedeflere sahip bireylerdir (Çayır, 1999, s. 20). Aynı zamanda bu aktörler ekonomik açıdan eskisi gibi yoksul ve ezilen sınıflardan değil, ekonomik güçleri iyi olan orta ve üst sınıf mensuplarındandır. Yeni toplumsal hareketlerin aktörleri ile ilgili olarak en çarpıcı nokta, bunların kendilerinden önce var olan siyasal (sağ-sol, liberal-muhafazakâr vs.) ve sosyoekonomik kodlara (işçi sınıfı-orta sınıf, fakir-zengin, kırsal- kentsel nüfus vs.) dayanmamasıdır. Bu yeni hareketlerdeki siyasal çatışmanın temeli toplumsal cinsiyet, yaş vb. gibi daha çok hareketlerin konularından çıkarılan kategorilerle kodlanmıştır. Yeni toplumsal hareketlerin kendilerini tanımlama şeklinde sosyoekonomik, ideolojik ve politik kodların geçersizliği bu hareketlerin "yeni" olarak adlandırılmasının bir parçasıdır. Offe'ye (1999, s. 64-66) göre, yeni toplumsal hareketler, aktörlerin örgütsel davranışları ile açıklanabilmektedir. Buna göre yeni toplumsal hareketler, "içsel hareket biçimi" ve "dışsal hareket biçimi" şeklinde iki yönlü olarak hareket etmektedir. İçsel hareket biçimi; aktörler, eylemciler ve örgüt yöneticileri arasındaki hiyerarşik ilişki biçimini ifade etmektedir ve bu ilişki biçiminde yatay ve dikey bir hiyerarşik sistem bulunmamaktadır. Burada üyeler ve liderler arasındaki ilişki yazılı değildir, enformeldir ve eşitlikçilik ilkesine göre düzenlenmektedir. Ancak, bu ilişki her zaman süreklilik göstermemektedir. Başka bir ifadeyle, bu hareketlerde geleneksel bir örgütlenme biçimi olmayıp tam olarak oturmamış roller dağılımı vardır. Genel olarak gönüllülük esasına göre hareket edilmektedir. Dışsal hareket biçimi ise protestolar, gösteriler, yürüyüşler ve sanal eylemler yoluyla kamu ile ilişkiye geçilmesini ifade etmektedir. Bu hareket biçiminde yasal yollarla kamuoyunun ilgisi çekilmeye çalışılmakta ve bunu yaparken de kesin, net ve açık bir iletişim dili tercih edilmektedir. Sonuç olarak, bu yeni toplumsal hareketleri eşsiz kılan şey, onların önceki hareketlerden farklı bir davranış şekli geliştirmiş olmalarıdır. Yeni toplumsal hareketler hem örgütsel anlamda hem de toplumla ilişki kurma anlamında farklılık göstermektedir. Bu kurulan ilişkide resmi olunmaması, gönüllük esasına dayanması ve hiyerarşik bir yapıya sahip olmaması hareketi, belli bir kesimin hareketi olmaktan çıkarmakta ve herkesi içine alabilen bir oluşuma dönüştürmektedir.

Larana ve arkadaşlarına göre, yeni toplumsal hareketler kavramı çatısı altında açıklanan toplumsal hareketler konuları birbirinden çok farklı özellikler göstermektedir. Bu yeni toplumsal hareket biçimlerini, geçmişin ideolojik hareketleri ya da rasyonel olarak örgütlenmiş çıkar grubu imgeleriyle kavramsallaştırmak zor görünmektedir. Bu şekilde düşünüldüğünde, yeni toplumsal hareketlerin analizi kültürler arası araştırmalarla ve geçmişte sınıf çatışmasından kaynaklanan hareketlerle karşılaştırılarak geliştirilebilmekte ve bunu yapabilmek için de başlangıç noktası olarak yeni toplumsal hareketlerin özelliklerinin belirlenmesi gerekmektedir. Larana vd. göre yeni toplumsal hareketlerin başlıca özellikleri aşağıdaki gibidir (1994, s. 5-9);

- Yeni toplumsal hareketlerin toplumsal tabanının, sınıf yapısını aşma eğilimi vardır. Bu hareketler daha çok katılımcıların geçmişi, yaş, cinsiyet, cinsel yönelim veya meslekler gibi sosyal statü unsurlarına göndermede bulunmaktadır.
- İdeolojik özellikleri, işçi sınıfı hareketi ve kolektif eylem için birleştirici ve bütünleştirici bir unsur olan Marksist ideoloji anlayışıyla keskin bir tezat oluşturmaktadır.
- Genel olarak yeni ya da daha önce zayıf olan kimlik boyutlarının ortaya çıkmasını içerir. Buradaki şikâyetler ya da harekete geçirici faktörler, işçi sınıfı hareketinin temeli olan ekonomik durumlardan ziyade kimlik meseleleriyle bağlantılı kültürel ve sembolik konulara odaklanma eğilimindedir.
- Birey ve kolektif arasındaki ilişki bulanıklaşmıştır. Birçok yeni toplumsal hareket, harekete geçirilmiş gruplar aracılığıyla veya gruplar arasında değil, bireysel eylemlerde gerçekleştirilmektedir.
- Genellikle eşcinsel hakları, kürtaj gibi konuları ele almasıyla birlikte insan hayatının kişisel ve mahrem yönlerini içerir.
- Yeni toplumsal hareketler, şiddet karşıtlığı ve sivil itaatsizlikle karakterize edilen yeni mobilizasyon yöntemleri kullanmaktadır.
- Geleneksel hareketlerdeki kitle partilerinin liderliği ve merkezileşmiş bürokrasilerin aksine, yeni toplumsal hareket örgütleri parçalı, dağınık ve merkezsiz olma eğilimindedir.

Yeni toplumsal hareketlere adını veren “yeni” kelimesi, aynı zamanda teknolojik yeniliklere de işaret etmektedir. Hızla değişen ve gelişen teknoloji toplumsal hareketlerin örgütlenmesi ve hareket alanının genişlemesi açısından yeni özellikler

barındırmaktadır. Zamanla gelişen ve büyüyen bu yeni teknoloji araçları sayesinde toplumsal hareketler farklı bir boyut kazanmıştır. Yeni toplumsal hareketlerin değindiği konulardan, örgütleniş biçimlerine ve yerelden küresele etki düzeyine kadar birçok nokta, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, internetin ortaya çıkışı ve gelişimi ile birlikte değişmiş ve dönüşmüştür. Zamanla toplumsal hareket eylemlerinin gerçekleşme alanları da değişmiş ve birçok eylem sadece internet ve sosyal medya ortamlarında gerçekleşmeye başlamıştır. Bu değişim ve dönüşüm sürecinin sonucunda dijital aktivizm kavramı ortaya çıkmış ve tartışılmaya başlanmıştır (Çil, 2021, s. 98). İnternet teknolojisindeki gelişmeler sayesinde gazete, televizyon gibi geleneksel medya yerini yeni medya teknolojilerine bırakmıştır. Özellikle sosyal paylaşım ağlarının ortaya çıkması ve yaygın kullanımı sonucunda insanlar geleneksel medyada üretilen içeriklere bağlı kalmayıp bu ağlar aracılığıyla her türlü bilgiye hızlı ve aracısız bir şekilde ulaşmaya başlamışlardır. Bu ağlar aracılığıyla herhangi bir zaman sınırı gözetmeksizin yayılan sınırsız bilgi, belge ve yapılan anlık paylaşımlar sayesinde ülkelerin ve dünyanın çeşitli bölgelerinden aynı fikri savunan, benzer şeyleri düşünen bireyler bu ortamlarda bir araya gelebilmektedir. Bu bağlamda dijital aktivizmi, yeni toplumsal hareketlerin hem çıkış noktası hem de itici gücü olarak nitelenebilir (Köse, 2020, s. 1260).

### **2.3. Yeni Toplumsal Hareketlerin Kuramsal Boyutları**

Zaman içerisinde yeni toplumsal hareket çalışmaları kapsamında bu hareketleri analiz edebilmek ve anlamak için kullanılan çeşitli kuramlar geliştirilmiştir. Bu kuramların en önemlileri; Kaynak Mobilizasyonu Kuramı, Siyasal Süreç (İlerleme) Kuramı ve Yeni Toplumsal Hareketler Kuramı'dır.

#### **2.3.1. Kaynak Mobilizasyonu Kuramı**

Amerika'da ortaya çıkan ve gelişen Kaynak Mobilizasyonu Kuramı, toplumsal hareketlere katılan grupların hangi amaç doğrultusunda harekete katıldıklarıyla değil, bu toplumsal hareketin nasıl oluştuğu, geliştiği ve nasıl başarılı veya başarısız olduğu ile ilgilenmektedir. Yani bu bakış açısına göre önemli olan toplumsal hareketlerin stratejik boyutlarıdır. Bir toplumsal hareketin stratejik boyutlarını; toplumsal hareketin taleplerinin neler olduğu, kendisini kime ve neye göre tanımladığı, iktidarlardan talep edilen şeylerin hedefine ulaşması için hangi taktikler doğrultusunda ilerlemeleri

gerektiği, hangi mevcut siyasal fırsatlardan yararlanılacağı ve hangi tür eylemlere başvurulacağı gibi sorular oluşturmaktadır (Hakverdigil, 2019, s. 14).

Kaynak Mobilizasyonu Kuramı ilk olarak, hareketleri bir organizasyon bağlamında tartışan ve bu organizasyonların özellikle kaynakları seferber etme ihtiyacına odaklanan Mayer N. Zald ile John D. McCarthy' nin 1979 yılındaki *The Dynamics of Social Movements* adlı çalışmasında görülmektedir. Bu isimler aynı zamanda kuramın öncüleri de sayılmaktadır. Bu kuram, birtakım gruplar tarafından seferber edilecek kaynakları araştırmakta, bu kaynakların hangi yollarla dağıtıldığı ve otoritelerin bu tür kaynakları hangi eylemlerle sınırlayabilecekleri gibi konuların üzerinde durmaktadır. Bu bakış açısı içerisinde "kaynaklar" terimi; iktisadi kaynaklar, ideolojiler, retorik ve semboller dâhil olmak üzere çok geniş bir anlamlar dizisini kapsamaktadır. Kaynak mobilizasyonu bakış açısına göre toplumsal hareketlerin büyümesi ile başarı ya da başarısızlığının açıklanmasında liderlik, iletişim ağları, mevcut zaman, para, iş bağlantıları ve siyasal ilişkiler gibi faktörler de kritik rol oynamaktadır (Marshall, 2005, s. 748). Bu kuram, toplumsal hareket araştırmalarında önemli bir değişim ve kırılma noktası olmuştur. Geçmiş yıllarda Gustave Le Bon'un "İrrasyonel Kalabalık Psikolojisi" anlayışıyla birlikte başlayan ve daha sonraki dönemlerde oluşan mahrumiyet ve kızgınlıkların kolektif davranışa sebep olduğu fikri, toplumsal hareketlerin rasyonellikten uzak olduğu görüşüne yol açmıştı. Bu bakış açısı 1970'lerde önemli bir değişim geçirerek zamanla terkedilmiştir. Kolektif davranışın da diğer toplumsal davranışlar gibi rasyonel olabileceği görüşü zamanla kabul görmeye başlamıştır. 1960'larda Batı toplumlarında ortaya çıkan ğrenci hareketleri ve Amerika'daki Sivil Haklar Hareketi'nin akademik çevrelerde ilgi uyandırması bu değişimin temel nedenlerinden biri olarak görülmektedir (Uysal, 2009, s. 219). Kaynak mobilizasyonu kuramı, toplumsal hareket olgusunun hem toplumsal desteğini hem de kısıtlamalarını vurgulamaktadır. Harekete geçirilmesi gereken kaynakların çeşitliliğini, toplumsal hareketlerin diğer gruplarla olan bağlantılarını, hareketlerin başarı için dış desteğe olan bağımlılığını ve otoritelerin hareketleri kontrol etmek için kullandıkları taktikleri inceler. Bu kuram, kolektif davranışın sosyal psikolojisinden ziyade politik, sosyolojik ve ekonomik teorilere dayanmaktadır (McCarthy & Zald, 1977, s. 1213). Kaynak seferberliği, bir toplumsal harekete katılan üyelerin amaçlarını ilerletmek için ihtiyaç duydukları kaynakları temin etme ve kullanma sürecini ifade etmektedir. Bu kaynaklar liderlik, organizasyon yeteneği ve iş gücü gibi insan becerilerinin yanı sıra para, mülk ve ekipman gibi maddi malları da

kapsar. Örgütlenmeyi, hareket geliştikçe ortaya çıkan bir şey olarak tasvir eden diğer toplumsal hareket teorilerinin aksine kaynak mobilizasyonu kuramı, önceden var olan örgütsel yapıyı ve ilgili kaynakları bir toplumsal hareket başlatmak için merkezi olarak görmektedirler (Shepard, 2013, s. 560-561).

McCarthy ve Zald'a göre (1977, s. 1216), kaynak mobilizasyonu bakış açısının merkezinde birkaç önemli nokta bulunmaktadır. Bu noktalardan ilki, toplumsal hareket faaliyetlerinin anlaşılması için para ve emek gibi kaynakların bir araya getirilmesinin incelenmesi hayati önem taşımaktadır. İkinci olarak, kaynakların bir araya getirilmesi asgari bir örgütlenme biçimi gerektirmektedir. Bu nedenle kaynak mobilizasyonu perspektifi geleneksel perspektifte çalışanlara kıyasla toplumsal hareket örgütlerine daha doğrudan odaklanmaktadır. Üçüncü olarak, bir hareketin başarı ve başarısızlıklarını açıklarken toplumsal hareketin temsil ettiği grubun dışından bireylerin ve örgütlerin bu toplumsal harekete katılımının hayati önemini olduğu açıkça kabul edilmektedir. Son olarak, bu bakış açısına göre toplumsal hareket faaliyetlerine bireysel ve örgütsel katılımı açıklamada maliyetlerin ve ödüllerin önemine karşı bir duyarlılık söz konusudur. Maliyetler ve ödüller, toplumun yapısından ve yetkililerin faaliyetlerinden merkezi olarak etkilenmektedir. Kaynak mobilizasyonu kuramından önceki yaklaşımlar yapısal gerilimi ve ideolojilerin hâkimiyetini vurgulamaktadır. Bu kuramın kendinden önceki yaklaşımların bir düzelticisi olarak ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Özellikle Charles Tilly, John McCarthy ve Mayer Zald gibi sosyologlar toplumsal çatışmaların ve gerginliklerin her toplumda daima var olduğuna ve mobilizasyon (hareketlilik) için hem kaynakların hem de harekete rasyonel bir yönelimin gerekliliğine işaret etmektedirler. Burada birey tamamıyla hislerinin, kanılarının ve harekete rehberlik eden ideolojilerin etkisi altında değildir. Kişilerin daha çok, kâr ve maliyet mantığı açısından anlaşılması gerekmektedir (Johnston, Larana, & Gusfield, 1999, s. 133).

Kaynak mobilizasyonu çalışmalarında toplumsal hareketler; rasyonel, amaçlı ve organize eylemler olarak tanımlanmıştır. Bu bakış açısına göre kolektif eylem, kaynakların varlığından etkilenen maliyet ve faydaların hesaplanmasından kaynaklanmaktadır. Tarihsel süreçte tedirginlik duyguları, fikir ayrılıkları, çıkar çatışmaları ve karşıt ideolojiler her zaman mevcuttur. Ancak, kolektif eylemlerin ortaya çıkışının nedeni yalnızca bu unsurlarla açıklanamaz. Sadece gerilimlerin ve yapısal çatışmaların varlığını keşfetmek yeterli değildir. Bu hoşnutsuzlukların harekete dönüşmesini sağlayan koşulların da incelenmesi gerekmektedir. Bir toplumsal

hareketin mobilizasyon kapasitesinin grubun elindeki maddi ve maddi olmayan kaynaklara bağlı olduğu söylenebilmektedir. Bu kaynaklar, maliyet ve faydaların rasyonel bir hesaplamasına göre çoklu hedefler arasında dağıtılmaktadır. Toplumda bir gerilimin varlığından ziyade mobilizasyon, toplumsal hareketlerin hoşnutsuzluğu organize etme, eylem maliyetlerini azaltma, dayanışma ağlarını kullanma ve yaratma, teşvikleri üyeler arasında paylaşırma ve dış uzlaşa sağlama şekllinden kaynaklanır. Mevcut kaynakların türü ve niteliği, hareketler tarafından yapılan taktiksel seçimleri ve kolektif eylemin sosyal ve siyasi sistem üzerindeki sonuçlarını açıklamaktadır (Della Porta & Diani, 2006, s. 14-15).

Kuram, zaman zaman toplumsal hareketleri açıklarken bazı noktalarda eksik kaldığı gerekçesiyle eleştirilere maruz kalmıştır. Melucci'ye (1999, s. 84-90) göre, kaynak mobilizasyonu kuramı, bir toplumsal hareketi sadece veri olarak ele almaktadır. Bu da hareketin anlamını incelemede başarısız olmasına neden olmaktadır. Kuram, hareketleri incelerken "nasıl" sorusunu cevaplamakta ancak, "niçin" sorusuna cevap verememektedir. Kaynak mobilizasyonu kuramı, bir toplumsal hareketi, sadece elde ettiği verilere dayalı olarak çözümlendiği için yeni hareket biçimlerinin anlamını, niçin ortaya çıktığını ve nereye doğru gittiğini açıklayamamaktadır. Kaynak mobilizasyonu kuramı, her kolektif hareketi politik düzeye indirgemekte ve sonuç olarak meydana gelen yeni çatışmaların kültürel boyutunu kaçırmaktadır. Bazı akademisyenler ise kaynak mobilizasyonu kuramını bir toplumsal hareketin ortaya çıkması için gerekli olan toplumsal hoşnutsuzluk ve gerginliği göz ardı ettiği için eleştirmektedirler. İnsanlar mevcut koşullardan yeterince memnun değilse kaynaklar çok az işe yaramaktadır. Toplumsal hareketler açısında örgütlenme ve planlamanın önemi bir gerçektir, ancak bununla birlikte, toplumsal hareketlerin ortaya çıkışı ve gelişiminde "kendiliğinden olmanın" önemli rolün göz ardı edilmektedir. Eleştirmenler, teorisyenlerin, insanları başarı olasılığı düşük olan bir harekete katılmaya iten duygusal faktörleri gözden kaçırmamaları ve harekete katılan insanların öngörülemeyen eylemlerinin de dikkate almaları gerektiğini vurgulamaktadırlar (Shepard, 2013, s. 561).

### **2.3.2. Siyasal Süreç (İlerleme) Kuramı**

1960'lardan sonra ABD'de ortaya çıkan ve toplumsal hareketlerin başarısını politik fırsatlara bağlayan Siyasal Süreç Kuramı, siyaset sosyolojisinin etkisinde gelişmiştir. Kuram, toplumsal hareketleri açıklamada politik süreçlere odaklanmaktadır. Kaynak mobilizasyonu kuramında yer alan ekonomik ve sosyal

kaynaklarla birlikte politik süreçler ve bu süreçlerden doğan fırsatların da toplumsal hareketlerin oluşumuna elverişli olması gerektiğini savunmaktadır (Aksu, 2017, s. 55). Bu kuram, kaynak mobilizasyonu kuramının göz ardı ettiği toplumsal hareketler ve siyasi düzen arasındaki ilişkiyi açıklamak için kaynak mobilizasyonu kuramcılar tarafından geliştirilmiştir. Bu nedenle bu iki kuramın ortak noktaları bulunsa da siyasi süreç kuramı, başlı başına bir ülkenin siyasi yapısının, benimsediği ideolojilerin ve demokratik olup olmamasının hareketleri nasıl şekillendirdiği ve yönlendirdiğini ortaya koymaya çalışmasıyla kaynak mobilizasyonu kuramından ayrılmaktadır (Tani, 2018, s. 33-34).

Siyasal süreç kuramı, kolektif eylem için nihai teşvik olarak siyasi fırsatların genişletilmesinin hayati önemini vurgulamaktadır (McCarthy & Zald, 1977, s. 7). Bu kuram, araştırmacıların dikkatini yeni ve geleneksel aktörler arasındaki geleneksel eylem biçimleri ve kurumsallaşmış çıkar temsil sistemleri arasındaki etkileşimlere kaydırmayı başarmıştır. Bu sayede artık toplumsal hareketleri sadece sistemin işlev bozukluklarını ifade eden ve zorunlu olarak marjinal ve kurum karşıtı olgular olarak tanımlamak mümkün olmamaktadır. Siyasal süreç kuramı, yeni toplumsal hareketlerin siyasi boyutunun yorumlanmasına yönelik verimli bir yol oluşturmuştur (Della Porta & Diani, 2006, s. 17). Siyasal süreç kuramı, toplumsal hareketlerin profesyonel örgütler ve sektör haline gelmiş bir yapı olduğu yönlendirilmesine karşı örgütsel olmayan aktörlerin de toplumsal hareketlerin yönlendiricisi olabileceği savıyla bu hareketlere siyasi bir tavır kazandırmıştır. Bu kuramın öncülerinden olan Tarrow yaklaşımını "hareketlerin neden belli dönemlerde ortaya çıktığını ve bu dönemlerin niteliğini araştırmak" üstüne kurmuş ve hareketlerin dışsal boyutunu incelemesinin içine almıştır. Ona göre, fırsatların ve kısıtlamaların değişmesi hareketlerin ortaya çıkış süreçlerini de etkilemektedir (Tarrow, 2006, s. 24-25). Siyasal süreç kuramı, toplumsal hareketlerin aktörlerini daha geniş bir çerçevede ele almayı kolaylaştırırken toplumsal hareketi belli bir grubun tepkilerinden ziyade sosyal ve siyasi sürecin bir sonucu olarak ele almayı mümkün kılmıştır (Yıldırım Y. , 2013, s. 57).

Siyasal süreç kuramı oluşturulurken kaynak mobilizasyonu kuramından beslenmiş, onun eksik kaldığı birçok noktayı tamamlamış ve kuramın sınırlarını genişleterek ileri bir seviyeye taşımıştır. Toplumsal hareketleri açıklarken, içinde bulunulan siyasi yapının göz ardı edilemeyeceğini tartışmaların içine katmıştır. "*Çekişmeli siyaset neden sadece tarihin belirli dönemlerinde geliyor gibi görünüyor?*", "*Neden bazen güçlü toplumsal hareketler üretilirken bazen de*

*mezhepçiliğe veya baskıya dönüşüyor?” ve “Neden hareketler farklı siyasi ortamlarda farklı biçimler alıyor?” gibi farklı sorulara yanıt bulmaya çalışarak kendinden önce değinilmeyen konulara değinmiştir (Tarrow, 2006, s. 28). Ancak kuram, konuları açıklarken Amerikan etkisinden kurtulamadığı yönünde bazı eleştirilere de maruz kalmıştır. Bu sebeple siyasal süreç kuramının her yönetim ve kültürde yaşanan hareketliliği açıklama noktasında sıkıntılı bir yönü olduğunu da söylemek mümkün olabilmektedir. Buna rağmen kuramın diğer pek çok kuramdan farklı olarak toplumsal hareketlerin tek seferlik ya da bir anda ortaya çıkan hareketler olmayıp, belli koşullar sonucunda ve uzun bir süreçte oluştuğuna yönelik vurgu yapması özellikle yeni toplumsal hareketlerin açıklanması ve anlaşılması noktasında önemli katkılar sunmuştur (Tani, 2018, s. 35-36).*

### **2.3.3. Yeni Toplumsal Hareketler Kuramı**

1968’de yaşanan kırılmayla birlikte toplumsal hareketler çalışmalarında önemli değişiklikler görülmüştür. Bu dönemde meydana gelen hareketler gündeme taşıdıkları yeni meseleler ve yarattıkları yeni bakış açıları ile değişimin temellerini hem teorik hem de pratik olarak belirlemişlerdir. Bu süreçle birlikte toplumsal hareketleri yeniden ve farklı bir şekilde ele almak zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle 1980’li yılların sonunda toplumsal hareketlerin yeni teorik kategorilerle farklı açılardan yorumlanması ve bu dönemde kültürel yaklaşımların yükselmesi ile yeni toplumsal hareketler yaklaşımına zemin hazırlanmıştır (Yıldırım Y. , 2013, s. 60-61).

Yeni toplumsal hareketler kuramı, Amerikan ekolü bağlamında gelişen kaynak mobilizasyonu ve siyasal süreç kuramlarını eleştiren Avrupalı sosyal bilimciler tarafından geliştirilmiştir. Avrupa’daki toplumsal hareketlerin daha eski ve karmaşık bir yapıda olması bunların sadece ekonomi ve siyasal süreçlerle açıklanması noktasında yetersiz kalmıştır. 1970’li yıllardan itibaren yeni hareket tarzları Kalabalık Kuramı, Kolektif Davranış Kuramı ya da Marksizm ve sosyalizm gibi ideolojik akımlarla açıklanamamış ve böylece çok yönlü bir bakış açısına ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyaç sonucunda da Yeni Toplumsal Hareketler Kuramı doğmuştur (Deniz, 2015, s. 41; Finley ve Sofier, 2001, s. 144; akt. Tani, 2018, s. 36).

Yeni toplumsal hareketler kuramı, çok çeşitli kolektif eylemleri ve bu eylemlerin siyaset, ideoloji ve kültüre dayanma biçimlerini incelemektedir. Ayrıca ırk, sınıf, toplumsal cinsiyet ve cinsellik gibi kimlik faktörlerini de kolektif eylem ve toplumsal hareketlerin kaynağı olarak ele almaktadır (Kendall, 2012, s. 560). Parti veya

sendikaların yürüttüğü müzakere faaliyetlerinden ziyade kısa süreli bir araya gelişler ve herhangi bir merkezi kontrolün etkisinde olmayan kişisel taleplerin dile getirildiği yeni toplumsal hareketler Offe'nin deyişiyle, değerlerden ziyade değerlerin hayata geçiriliş tarzını eleştirmektedir. Bu kurama göre, genel itibarıyla fikirler üzerinde uzlaşmaktan ziyade bunların nasıl uygulanacağı konusu gündemdedir ve eski bakış açısında olduğu gibi köksüz ya da sapkın davranışlarla değil belirli bir çizgide hareket edilmektedir (Yıldırım Y. , 2013, s. 62). Bu kuramın teorisyenleri, yeni toplumsal hareketlerin siyasi düzlemde değişikliği hedefleyen sosyo-politik boyutunu değil, mevcut değerler, normlar ve kimlik yapılarında değişim taleplerini simgeleyen sosyo-kültürel boyutunu öne çıkarmaktadırlar. Yeni toplumsal hareketler teorisinin en önemli isimlerinden Touraine toplumsal hareketi, herhangi bir duruma tepki olarak ortaya çıkan değil, tam tersine o durumda aktörler arasındaki değişen ilişkilerin bir sonucu olarak görmektedir. Touraine'e göre toplum verili değil, tekrar tekrar üretilen bir yapıdır ve toplumsal hayat merkezi bir çatışmanın etrafında örgütlenmektedir. Toplumsal çatışma, toplumun kendisini yeniden ürettiği bir araçtır. Bu genel düşünceye dayanarak Touraine, toplumsal hareketler sosyolojisinin, kültürel alanın kontrolü için mücadele eden sosyal güçler sistemi olarak tanımlanabilecek toplum modelinden bağımsız olamayacağını ileri sürmektedir. Toplumsal hareketleri, toplumsal düzlemde çatışmacı fakat kültürel alana yönelmiş davranış biçimleri olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda toplumsal hareketler temelde devlete ya da otoriteye değil, toplumsal bir muhalife yönelmiş harekettir. Touraine, toplumsal hareketlerin bir toplumun kendini yeniden üretme kapasitesi içerdiği için politik düzeyi aşarak tarihsellik düzeyinde işlediğini öne sürmektedir (Çayır, 1999, s. 23).

Yeni toplumsal hareketler kuramı kendinden önceki yaklaşımlardan farklı olarak hareketlerin belli bir yönüne odaklanmamaktadır. Bu kuram, genel tabloya bakmayı ve makro düzeyde analizler yapmayı hedeflemektedir. Kuram, bir toplumda meydana gelen toplumsal hareketlerin arka planında bulunan faktörleri tarihsel bağlamda teorileştirme çabası içindedir. Bu nedenle de hareketleri analiz ederken sıklıkla modernite ve postmodernite tartışmalarına atıfta bulunmaktadır (Buechler, 2000, s. 46-88; akt. Aksu, 2017, s. 56). Kendinden önceki yaklaşımlar toplumsal hareketlere katılımın stratejik boyutunu ele almanın yeterli olduğunu savunurken, yeni toplumsal hareketler kuramı kolektif davranışların mantığını ve üyelerinin kimliklerini açıklama konusunda çaba göstermekte ve hareketlerin sadece ekonomik ve psikolojik temelde açıklanamayacağını ifade etmektedir (Tani, 2018, s. 39).

## 2.4. Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler Arasındaki Farklar

Toplumsal hareketler, tarihsel olarak her açıdan sürekli bir değişim ve dönüşüm gösterdiği için bu hareketlerin tanımı, kapsamı ve temel yaklaşımları belirlenirken zorlanılmıştır. Bununla birlikte bu hareketlerin zaman içerisindeki yolculuğuna ilişkin olarak çeşitli ayrımlar yapma gereksinimi doğmuş ve “eski” ve “yeni” toplumsal hareketler olarak bir ayrıma gidilmiştir.

Toplumsal hareketleri birbirinden ayıran ve bu hareketlerin “eski” ve “yeni” olarak adlandırılmasına sebep olan temel farklılıklar bulunmaktadır. Esas olarak yeni toplumsal hareketleri kendinden önceki hareketlerden ayıran özellikleri, onu “yeni” yapan şeyin kendisidir. Genel olarak toplumsal hareketler, 1960’lardan itibaren ortaya çıkan ve eski tip sınıf temelli, emek-sermaye ilişkisi üzerine kurulan hareketlerin yerini kimliğe dayalı ve daha çok farklılık siyaseti üzerine kurulu toplumsal hareketlere bırakmasıyla “yeni” sıfatını kazanmıştır (Hakverdigil, 2019, s. 18). Eski toplumsal hareketlere oranla daha eğitilmiş, ekonomik olarak orta ve üst sınıfa mensup, yeni teknolojileri kullanabilen katılımcı profiline sahip bu yeni hareketler birçok yönüyle kendinden önceki hareketlerden farklılık göstermektedir (Babacan, 2014, s. 140-141). Yeni toplumsal hareketlerin en temel farklılıklarından biri, eski hareketlerin temel dinamiklerine sahip olsa da onlara göre daha esnek olması, merkezsiz yapılardan ve yerel tepkilerden oluşabilmesidir. Bu yeni toplumsal hareketler, eski toplumsal hareketler gibi sınıf çatışmasına dayanan temel bir çelişki üzerinden değil, bilginin üretimi ve dolaşımı, üretimin sosyal durumları, bilimsel bilginin kullanımı, sembollerin üretimi, bireysel ve kolektif kimliklerin oluşumu gibi dayanak noktalarından yola çıkmaktadır. Yeni toplumsal hareketler, vatandaşlık anlayışının ve siyasal karar verme zemininin daha geniş kesimlere yayıldığı bir süreci geliştirmektedir (Yıldırım Y., 2013, s. 68).

Eski toplumsal hareketler ve yeni toplumsal hareketler arasındaki farkı açıklamaya çalışan iki farklı teori bulunmaktadır. Bu konuda birçok sosyal bilimci farklı biçimler ve ölçütlerde sınıflandırma kullanmıştır. Ancak, yeni toplumsal hareketler teorilerine yapılan sınıflandırmalar arasında en çok kabul gören ve kullanılan Buechler’in yaptığı “kültürel” ve “siyasal” versiyonlar ayrımıdır. Siyasal versiyon olarak nitelendirilen “Süreklilik Teorisi”, sınıf temelli mücadelenin aslında sadece biçim değiştirdiğini ve eski hareketlerden tam anlamıyla bir kopuş olarak nitelendirebilecek bir durumun yaşanmadığı fikrini savunmaktadır. Offe, Wallerstein ve Wood gibi kuramcılarının temsilcisi olduğu süreklilik teorisine göre; kapitalizmin

görünümünün değişmesine rağmen emek-sermaye çelişkisi hala devam etmekte ve belirleyici olmaktadır. Yeni toplumsal hareketlerin yürüttüğü mücadelenin ise sınıf mücadelesi çerçevesinde geliştiği vurgulanmaktadır. Bu bakış açısına göre, yeni toplumsal hareketlerin eski toplumsal hareketlerden beslendiği ve hatta bazı durumlarda eski bakış açısının yapısına benzer ortak talep ve dönüşüm isteklerinin bulunduğu öne sürülmektedir (Yıldırım Y. , 2013, s. 71-72). Kültürel versiyon olarak nitelendirilen “Kopuş Teorisi” ise zaman içerisinde toplumsal aktörler ve hareket etme biçimleri arasında bir kopuş yaşandığı düşüncesine dayanmaktadır. Bu bakış açısına göre, geçmişte sınıf temelli ve emek-sermaye ilişkisi çerçevesinde gelişen hareketlerden zamanla keskin bir kopuş gerçekleşmiştir. Mouffe, Habermas, Melucci ve Touraine gibi kuramcılarının temsilcisi olduğu kopuş teorisine göre, yeni toplumsal hareketlerin amacı, eski hareketlerdeki gibi devleti veya iktidarları devirmek değil, bunun ötesinde bir sivil toplum bilinci yaratmaktır. Talep ettikleri konuların hayata geçirilmesi için protestolar gerçekleştiren bu yeni hareketler sınıf temelli ideolojiler çerçevesinde ilerlememekte, bunun yerine kültürel içerikli daha evrensel problemler doğrultusunda hareket etmektedir. Sonuç olarak ise bu bakış açısında sınıf mücadelesi kavramı ortadan kalkmış ve sınıf politikaları son bulmuştur. Yeni toplumsal hareketler incelendiğinde bu iki teorinin de kısmen haklı olduğu durumların varlığı görülmektedir. Bazı hareketlerde bahsedilen kopuş durumunun tamamen hissedildiği ve eylemlerin gerçekten “yeni” olduğu hem gözlemlenebilmekte hem de hissedilebilmektedir. Ancak bazı durumlarda ise eski hareketlerden beslenildiği ve eylemlerin aynı ortak talepler çerçevesinde geliştiği de söylenebilmektedir (Hakverdigil, 2019, s. 19-21).

Toplumsal hareketler konusunun önde gelen kuramcılarında Claus Offe, eski toplumsal hareketler ile yeni toplumsal hareketler arasında “aktörler”, “temalar”, “değerler” ve “hareket biçimleri” bakımından farklılıklar bulunduğunu ileri sürmektedir. Bu bakış açısına göre eski hareketlerde aktörler, “*grup olarak hareket eden, gelir dağılımı çatışmasına müdahil sosyoekonomik gruplar*” iken yeni toplumsal hareketlerde aktörler, “*grup gibi davranmayan fakat belli temalar etrafında bir araya gelmiş topluluklar lehine hareket eden sosyoekonomik gruplardır*”. Temaları açısından eski toplumsal hareketler, “*ekonomik büyüme ve dağılım; askeri ve toplumsal güvenlik, toplumsal kontrol*” gibi konuları içerirken yeni toplumsal hareketler, “*barışın, çevrenin ve insan haklarının korunması*” gibi konuları içermektedir. Değerleri açısından eski toplumsal hareketler, “*özgürlük, tüketim*

*güvenliği ve maddi ilerleme” gibi değerleri içinde barındırırken yeni toplumsal hareketler, “merkezî kontrolün karşısında kişisel özerklik ve kimlik” gibi değerler çerçevesinde şekillenmektedir. Hareket biçimleri olarak eski toplumsal hareketlerde “resmî örgütlenmeler, büyük ölçekli temsil birlikleri, çoğulcu ya da iş birlikçi çıkar aracılığı, siyasal parti rekabeti ve çoğunluk oyu” gibi hareket biçimleri görülmekte iken yeni toplumsal hareketlerde “resmi olmayan, düşük düzeyde dikey ve yatay farklılaşma olan negatif terimlerle formüle edilmiş taleplere dayanan protesto politikaları” görülmektedir (Offe, 1999, s. 67).*

Sonuç olarak bakıldığında eski ve yeni toplumsal hareketlerin farklı konular için farklı yöntemler ve iletişim biçimleri kullandığı söylenebilmektedir. Ancak, temelde her iki hareket de otoritelere ve iktidarlara karşı çatışmacı ve eleştirel yaklaşımları benimsemişlerdir. Eski hareketler daha çok ekonomik temelli ve maddi haklar için mücadele ederken, yeni hareketler bireylerin özgürlük alanları, yaşam tarzı seçimi ve doğanın korunması gibi konulara odaklanmaktadır (Tani, 2018, s. 41). Ayrıca, son yıllarda meydana gelen internet ve sosyal medya alanındaki gelişmeler, toplumsal hareketleri her yönüyle değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Bu dijitalleşme sonucunda yaşanan dönüşüm, toplumsal yapının tüm unsurlarını etkilemekte, yatay ve dikey bütün geçişlerin yönünü değiştirmektedir. Hiçbir alan ve konuyla sınırlandırılmayan ve bütün dünyanın sınırlarını aşan yepyeni bir ortamın oluşmasına zemin hazırlanmıştır. Kendine özgü kültürel bir dünyası olan bu yeni ortamla birlikte yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimleri, yeni kimlikler ve yeni bir kültürel ortam oluşmaktadır (Babacan, 2014, s. 141). Bu durum elbette ki toplumsal hareketlerin içinde bulundurduğu unsurları değiştirmekte ve etkilemektedir. Dijitalleşmeyle birlikte toplumsal hareketlerin içerdiği konular, bu konuların yayılım şekli ve hızı, örgütlenme biçimleri, katılımcı aktörlerin özellikleri, harekete geçme şekilleri eskisinden çok farklı bir noktaya doğru evrilmektedir.

## **2.5. Toplumsal Hareketler Perspektifinden Aktivizm Kavramına Bakış**

İnsanoğlu toplu olarak bir arada yaşamaya başladığından itibaren güçlü olana, iktidarda olana ya da çoğunluk olana karşı çeşitli direniş hareketleri sergilemiştir. Bu hareketler toplumsal hayatın içinde varlığını sürdürdükçe hak, adalet, özgürlük gibi kavramlar toplumda oluşmaya ve akademik alanda varlık göstermeye başlamışlardır. Tüm bu kavramlarla birlikte toplumsal hareketler kavramı da literatürde kendine bir

yer edinmeye başlamıştır. Toplumsal hareket kavramının kökeni her ne kadar eskilere dayansa da konuyla ilgili sistematik çalışmaların yapılması 19. yüzyılda olmuştur (Özbaş, 2019, s. 2). Toplumsal hareketlerin tarihsel olarak geçirdiği süreçler ve dönüşüm göz önüne alındığında toplumsal hareketler kavramı ile aktivizm kavramının birbirinden ayrılamayacağı anlaşılmaktadır.

İnsan doğasının gereği olan daha iyi, daha güzel ve daha adil bir dünya arayışı aktivizm ile karşılık bulmuştur. Aktivizm; “*bir dünya görüşü, felsefi yönelim, eylem doktrini ve bir toplumsal hareket biçimi*” olarak nitelenebilmektedir. Tarihsel olarak yeni bir olgu olmamasına rağmen aktivizm, köken olarak 19. yüzyıl ile birlikte başlayan toplumsal hareketlere dayanmaktadır (Gürel & Nazlı, 2019, s. 188). Genel itibariyle literatürde aktivizm kavramı tanımlanırken kaçınılmaz bir şekilde toplumsal hareket kavramına da değinildiği görülmektedir. Bunun nedeni olarak ise bu iki kavramın taşıdıkları anlamın birbiriyle eş değer olması gösterilebilmektedir (Özbaş, 2019, s. 7). Literatür değerlendirildiğinde, farklı görüşler olsa da özellikle yeni toplumsal hareketler ile birlikte aktivizm kavramının da dile getirilmeye başlandığı düşünülmektedir. Bu anlamda aktivizm kavramının tartışılmasında toplumsal hareketlerin özellikle de yeni toplumsal hareketlerin rolünün olduğu söylenebilmektedir. Gitlin (2003, s. 4), aktivizm ve aktivist kavramlarını 1970’li yılların ortalarına kadar hiç duymadığını belirtmiştir. Cammaerts (2007, s. 217) ise, harekete geçme ve tarih yapma ya da değiştirme becerisine atıfta bulunan aktivizm kavramının görece yeni bir kavram olduğunu ve 1970’li yılların ortalarından itibaren ortaya çıkmaya başladığını söylemektedir. Tani’ye (2019, s. 4) göre ise, aktivizmin kavramsallaşma süreci yarım asrı geçmesine rağmen, tarih boyunca düzenlenen gösteriler, protestolar ve devrimlerin aktivizm olarak adlandırılması 20. yüzyılda gerçekleşmeye başlamıştır. Yeni toplumsal hareketlerin 1980 ve 1990’lı yıllarda kullandıkları aktivizm metotlarıyla tüm dünyada başarılı olması sonucunda aktivizm, bugünkü anlamıyla kullanılan ve kabul gören bir kavram olmuştur. Bugün aktivizm; “*toplumsal problemleri, ideal bir toplumu, değişimi, çözümü, baskıyı ve iletişimi içerisinde barındıran bir kavram*” olarak karşımıza çıkmaktadır (Garip, 2022, s. 83).

Aktivizm kavramı, Türk Dil Kurumu Sözlüğü’ne göre “etkincilik” anlamına gelmektedir. Etkincilik ise; “*toplumsal veya politik değişim meydana getirmek, belirli sorunlara dikkat çekmek için özel amaçlı etkinlik gerçekleştirme*” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Oxford sözlüğünde ise aktivizm, “*özellikle belirli amaçları olan bir örgütün üyesi olarak, siyasi veya sosyal değişimi gerçekleştirmek*

*için çalışma faaliyeti*" şeklinde tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary, 2024). Aktivizmi kısaca, toplumda sorunlu olarak görülen konularla ilgili insanları bilgilendirerek bir kamuoyu oluşturmak ve bunun sonucunda da konuyla alakalı yetkili merciler üzerinde baskı kurarak değişiklik yapmaya çalışmak olarak tanımlamak mümkündür. Bu aktivizm hareketlerine ekonomi, politika, din, çevre, ırk ve toplumsal cinsiyet gibi çok farklı alanlardan konular dâhil olabilmektedir. Aktivizm kavramının temelinde, toplumda ve aynı zamanda politik yapıda değişim meydana getirmek için bir eylemlilik durumu bulunmaktadır. Aktivizm faaliyetlerini planlayan ve uygulayan kişiler aktivist olarak adlandırılmaktadır. Kelimenin Türkçe'deki karşılığı ise "eylemci" olarak ifade edilebilmektedir.

Smith (2005, s. 5) aktivizmi, "*insan gruplarının, aktivistlerin sorunlu bulduğu politikaları, uygulamaları veya koşulları değiştirmek için kuruluşlar veya diğer kurumlar üzerinde baskı oluşturma süreci*" olarak tanımlamaktadır. Aktivizm eylemleri genel olarak toplumun üyelerinin bazı durumları sorunlu olarak algıladığında ortaya çıkmaktadır. Sosyolojik olarak tanımlandığında aktivizmin ön koşulları olarak ırk, cinsiyet veya ekonomik farklılıklar gibi büyük sosyal bölünmeler gösterilmektedir. Bunun sonucunda da aktivistlerin ideolojik motivasyonlarının bu bölünmeler tarafından oluşturulduğu yani aktivizme katılanların siyasi, dini veya ekonomik ideoloji tarafından yönlendirildiği görüşü de ortaya atılmaktadır. Kim ve Sriramesh'e (2009, s. 88) göre aktivizm; "*grup üyelerinin ortak çıkarlarını tehdit eden sorunları çözmek için gönüllü olarak örgütlenen bir grubun eşgüdümlü çabasıdır.*" Sorun çözme sürecinde, grubun çekirdek üyeleri diğer sosyal bileşenler veya kamuoyunun dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Üyeler arasında o anki aktivizm faaliyetini kapsamak üzere ortak bir kolektif kimlik yaratılmakta ve eğitim, müzakere, ikna, baskı taktikleri veya güç gibi iletişimsel eylemler yoluyla soruna neden olanların kararını veya eylemini etkilemek için kaynaklar ve güç harekete geçirilmektedir. Değişim yaratma amacıyla toplumdaki aksak yanlara dikkat çekmek için aktivizm eylemlerini gerçekleştiren bu gruplara katılan kişiler aktivist, bu eylemler için gönüllü bir şekilde bir araya gelen gruplar ise aktivist grup olarak adlandırılmaktadır (Kucur Bilginer, 2020, s. 121). Searle-Chatterjee (1999, s. 261-262) bir kişinin aktivist olarak değerlendirilebilmesi için üç kriter olduğunu belirtmektedir. Bu kriterlerden ilki, öncelikle kişinin kendisini aktivist olarak tanımlamasıdır. İkincisi, kişinin bir kampanya veya organizasyonda lider ya da katılımcı olarak faaliyet göstermesidir. Üçüncü olarak ise kişinin içinde bulunduğu "dava" uğruna önemli miktarda zaman ve enerji harcamasıdır. Burada zaman ve

enerjiden kasıt birkaç imza kampanyasına katılmak ya da dilekçe yazmak gibi faaliyetler değil, kişinin neredeyse boş zamanlarının tümünü gönüllü olarak bu işlere harcamasıdır.

Temel olarak aktivizm, toplumu ilgilendiren sorunlarla ilgilenip toplumsal hareketlerle bu sorunları çözmeye odaklanmaktadır. Aktivizm gerici veya ilerici birçok amaç için kullanılabilir. Bu hareketlerin konuları ise aşırı yerel sorunlardan küresel olarak tüm dünyayı ilgilendiren sorunlara kadar değişebilmektedir (Çil, 2021, s. 96). Gürel ve Nazlı (2019, s. 188-189) aktivizmi; “*kişilerin kurum ya da kuruluşlar üzerinde baskı yaratarak sorunlu gördükleri politika, uygulama ya da durumları değiştirmeye yönelik çabalarıdır*” şeklinde tanımlamaktadır. Bu eylemler toplumsal değişim arzusuyla kasıtlı olarak gerçekleştirilmektedir. Bu etkinliklerin temelinde sorunlu olduğu düşünülen konular, ekonomiden politikaya, dinden çevre, ırk ve toplumsal cinsiyete kadar oldukça çeşitli bir alanı kapsamaktadır. Bunun sonucu olarak da aktivizm faaliyetlerinin toplum ve insan yaşamının her alanını kapsayacak kadar zengin ve kapsamlı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte daha önce de bahsedildiği gibi toplumsal hareketler zaman içerisinde toplumsal değişim ve gelişmelerle birlikte dönüşüm göstermektedir. Buna bağlı olarak da günümüzün gelişen dijital teknolojilerine aktivizm faaliyetleri de uyum sağlamaktadır.

Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte internetin gündelik hayatın bir parçasına haline gelmesi toplumsal hayatta da bir dönüşüm yaratmıştır. Bunun sonucu olarak da aktivist eylemlerin örgütlenme ve uygulanma şeklinde değişiklikler meydana gelmiştir. Aktivizm, özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışından bu yana farklı bir şekilde gelişmeye devam etmiş ve bugün sosyal medya, aktivizm için stratejik bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarında benzer şekilde düşünen insanlar kolayca bir araya gelebilmekte ve toplumu ilgilendiren sosyal sorunları konuşup, tartışabilmektedir. Dijital teknolojiler sayesinde kolektif eylemin daha kolay bir hale geldiği söylenebilmektedir (Chon & Park, 2020, s. 75). Zamanla meydana gelen teknolojik gelişmelere uyum sağlayan aktivist hareketlerin çevrimiçi ortama taşınması ile birlikte “dijital aktivizm” kavramı ortaya çıkmıştır (Özbaş, 2019, s. 7). Dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkan dijital aktivizm kavramı ile ilgili detaylı açıklamalar bir sonraki bölümde ele alınacaktır.

## 2.6. Dijital Aktivizm Kavramının Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Günümüzde iletişim teknolojilerinin hayatın her alanında var olduğu ve günlük yaşam pratiklerini şekillendirip etkilediği bir gerçektir. Zaman içinde bu teknolojilerin gelişmesiyle oluşan dijitalleşme, günlük hayatın bir parçası haline gelmiş ve yaşam pratiklerini değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Bu dijitalleşme durumu yaşamın her alanını olduğu gibi aktivizm faaliyetlerinin doğasını da etkisi altına almıştır. Toplumsal anlamda siyasi, ekonomik ve kültürel sistemleri, bireysel anlamda ise kişilerin tutum, davranış ve değerlerini yeniden biçimlendiren bilgi teknolojileri, yeni medya ve sosyal ağlar, aktivist davranışları da değişime uğratmıştır (Tani, 2019, s. 81). Bu teknolojilerle birlikte aktivistler sokaklarda gerçekleştirdikleri faaliyetleri zaman ve mekân kısıtlamasının olmadığı sanal kamusal alanlara taşımışlardır. Bunun sonucu olarak ise toplumsal hareketlerin faaliyet alanları genişlemiş ve uygulanış biçimleri değişmiştir (Şıvgın, 2020, s. 649-650). "Dijital aktivizm" olarak adlandırılan internet bağlantılı bu yeni dönemin aktivizm anlayışı son yılların tartışılan konularından biri olmaktadır.

Bir toplumsal hareket içerisindeki bilgi akışını düzenleyen, hızlandıran ve eş zamanlı bir şekilde küresel olarak erişime açan ve toplumsallaştırılmış bir olguya işaret eden dijital aktivizm (Erben, 2019, s. 43); sosyal medya aktivizmi, siber-aktivizm, çevrimiçi örgütlenme, çevrimiçi aktivizm, e-aktivizm ve e-savunuculuk gibi çeşitli şekillerde de ifade edilmektedir. Joyce (2010), çağdaş aktivizmin kapsamını ve erişimini mümkün kılan şeyler olarak dijital ağın hızını, güvenilirliğini, ölçeğini ve düşük maliyetini göstermektedir. Bu dijital ağ bağlantılı faaliyetlerin tüm özelliklerine atıfta bulunmak için hem kapsamlı hem de özel bir terim gerekmektedir. Joyce, "siber-aktivizm", "çevrimiçi örgütlenme" ve "çevrimiçi aktivizm" terimlerinin aktivizm hareketlerinde cep telefonlarının ve diğer çevrimdışı dijital cihazların kullanımını içermediğini ve bu kavramların yalnızca internet üzerindeki aktivizme atıfta bulduklarını ifade etmektedir. "Sosyal medya aktivizmi" ise mobil SMS ve e-posta gibi aktivist uygulamaları içermediği için kapsamlı değildir. "E-aktivizm" ve "e-savunuculuk" kavramlarında kullanılan "e" harfi "elektronik" anlamına gelmektedir. Bu kavramlar "e-posta" kelimesinden türetilen eski terimlerdir. Ancak, burada elektronik olan teknolojiler dijital olanlardan çok daha geniş bir alanı kapsamaktadır. Aktivistler diktafonlar, elektronik megafonlar ve VHS kaset kaydediciler gibi araçlar da kullanmaktadır ve bu teknolojiler dijital bir cihazda olduğu gibi bilgiyi 1 ve 0 rakamları olarak kodlamadığı ve iletmediği için dijital değildir. Sonuç olarak hem kapsamlı

olması hem de bazı durumlarda bazı kavramları dışlaması nedeniyle dijital ağ altyapısını kullanan tüm sosyal ve siyasi faaliyetleri tartışmak için kullanılan en iyi terimin "dijital aktivizm" olduğunu söylenebilmektedir.

O'Reilly Media tarafından 2004 yılında Web 2.0 teknolojisi olarak adlandırılan teknolojik gelişmelerle birlikte çevrimiçi etkileşim ve iş birliği düzeyi artmıştır. Bu durum, dijital aktivizm için önemli bir ivme kaynağı olmuştur. Bu gelişmeler her ne kadar internet tabanlı uygulamalar açısından bir dönüm noktası olarak görülse de dijital aktivizmin tarihi bundan çok daha öncesine dayanmaktadır (Erben, 2019, s. 49). Genel olarak dijital aktivizm kavramı için 90'lı yıllar başlangıç olarak gösterilse de bu tip aktivizm örnekleri 1969 yılında kurulan ve ilk ağ deneyimi olan ARPANET dönemine kadar götürülebilmektedir. ARPANET'in kurulmasıyla birlikte iletişim dünyasında geriye dönüş olmayacak şekilde büyük değişiklikler meydana gelmiştir (Tani, 2018, s. 55). Bugünkü e-postanın atası olan "ağ postası" sistemi asıl amacının dışına çıkmış ve yalnızca araştırmaları tartışmak için kullanılmamıştır. Sistem Vietnam Savaşı'na karşı mesajların dağıtılmasına yardımcı olmuş, Watergate skandalıyla ilgili tartışmalara öncülük etmiş ve nihayetinde Başkan Richard Nixon'ın istifasına varan süreçte etkin bir rol oynamıştır. O dönemde mevcut olan tek ağ çözümü ARPANET değildir. O dönemde daha açık ve alternatif birkaç iletişim sistemi bulunmaktadır. Bu dönemde çevirmeli bağlantısı olan (bir bilgisayarın modem ve telefon hattı kullanarak çevirdiği internet bağlantısı) "Usenet", ağa bağlı iletişime daha kolay bir erişim sağlamıştır. 1991 yılında Ulusal Bilim Vakfı tarafından devralınan ARPANET halka açık hale gelmiş ve askeri kısıtlamalar kalkmıştır. Böylece bu sistemin bir savunma topluluğunun ötesinde genişlemesine olanak sağlanmıştır (Scholz, 2010, s. 17-18). Görüldüğü üzere, internet ve dijital teknolojilerin ortaya çıktığı andan itibaren kişileri ve toplumları örgütleme ve toplumsal hareketleri güçlendirme gibi bir misyonu bulunmaktadır (Kızıl, 2021, s. 22).

Bugün bile daha kapsamlı bir dijital aktivizm tarihinin yazılmaması eksiklik olarak görünse de dijital aktivizm tarihini dönemlere ayırarak anlatmaya yönelik birkaç girişim bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi dijital aktivizmi, "*dijital ağlarda örgütlenen siyasi katılım ve protesto olarak*" tanımlayan Athina Karatzogianni'nin yaptığı çalışmadır (Kaun & Uldam, 2018, s. 2101). Karatzogianni (2015) yaptığı çalışmada dijital aktivizmi, tarihsel olarak dört evreye ayırmaktadır. Dijital aktivizmin kökenleri olarak adlandırılan birinci evre 1994-2001 yılları arasını kapsamaktadır. 1994 yılında Zapatista Hareketi ve Indymedia gibi alternatif medyayı da içeren

küreselleşme karşıtı hareketle birlikte ilk evrenin başladığı belirtilmektedir. Yükseliş evresi olarak adlandırılan ikinci evre, 2001-2007 yılları arasında kapsamaktadır. İkiz Kuleler'e yapılan saldırıyla birlikte yurttaş gazeteciler ve aktivistler tarafından kayda alınan görüntülerin yayınlanması medyada çeşitli dönüşümlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bu olayın sonrasında internet tabanlı terör karşıtı aktivist hareketlerde artış olduğu gözlemlenmektedir. 2007-2010 yılları arasındaki üçüncü evrede dijital aktivizm faaliyetleri iyice kabul görmüş ve bir yayılma süreci başlamıştır. Karatzogianni'a göre, 2008 yılında Barack Obama'nın sosyal medya aktivizminin gücünü kullanarak ABD başkanlık seçimlerini kazanması, siyasi katılım ile dijital aktivizmin bir araya gelmesinin ilk örneklerindedir. Bu dönemin bir diğer önemli olayı ise 2009 yılında İran seçimlerinden sonra Mahmud Ahmedinejad'ı protesto etmek ve devirmek amacıyla oluşan Yeşil Hareketi'dir. Son evre olan 2010-2014 yılları arasında yaşanan olaylar ise, dijital aktivizmin kamusal alanda yaygınlaşmasının ve popülerleşmesinin sembolü haline gelmiştir. 2010 yılında Wikileaks olaylarının patlaması, ardından Arap Baharı'nın yaşanması, 2011'de yaşanan Occupy Wall Street hareketi gibi eylemler ve bunların yanı sıra Portekiz, İspanya, Türkiye, Hindistan gibi çeşitli ülkelerde yapılan protesto hareketleri, Snowden tarafından ortaya çıkarılan büyük ölçekli dijital devlet gözetimine dair ifşalar dijital aktivizmi ana akım bir konu haline getirmiş ve Dijital aktivizmin bir araştırma konusu olarak ön plana çıkmasına neden olmuştur.

Bu konuyla alakalı bir diğer çalışma ise Paolo Gerbaudo tarafından 2017 yılında yapılmıştır. Dijital aktivizmi, *"tanımı gereği siyaset ve teknoloji arasındaki ilişkiyi ya da son yıllarda sıkça kullanılan bir terim olan "tekno-politika"nın doğasını ve dinamiklerini sorgulayan bir aktivizm biçimi"* olarak tanımlayan Gerbaudo (2017), çalışmasında "siber otonomizm" ve "siber popülizm" olarak ikiye ayırdığı dönemleri tekno politik açıdan irdelemiştir. Siber otonomist olarak adlandırılan ilk dönemde, küreselleşme karşıtı aktivistler, interneti, devlet ve sermayenin kontrolü dışında direniş alanları inşa etmek için bir fırsat olarak görmüşlerdir. Buradaki iletişim mantığı, sermaye ve devlet tarafından kontrol edilen bir toplumdaki uzakta, internet üzerinde özerk bir iletişim alanı yaratma fikri etrafında şekillenmiştir. 2011 yılı itibarıyla ortaya çıkan siber popülist hareketler ise ikinci döneme işaret etmektedir. Bu dönemde aktivistler Facebook, Google ve Twitter gibi teknelci şirketler tarafından kontrol edilen ticari internet hizmetlerini kapitalist çelişkilere karşı kendi ihtiyaçlarına yönelik olarak kullanmışlardır. Bu hareketlere katılan dijital aktivistler, alternatif alanlar yaratmaya çalışmak yerine, sosyal medyayı halkın platformu olarak benimseyerek dijital ana

akımı işgal etmeye çalışmışlardır. Bu tarihsel sınıflandırma çalışmaları hem toplumsal dönüşümleri hem de dijital iletişim ve teknoloji alanındaki yeniliklerin birbiriyle etkileşimini anlamak açısından önemlidir. Ayrıca, farklı tarihsel sınıflandırmaların kesişim noktaları olan Zapatista Hareketi, İkiz Kule saldırıları, Arap Baharı gibi olaylar dijital aktivizmin dönüm noktaları olarak görülebilmektedir (Erben, 2019, s. 52).

Literatürde dijital aktivizmle ilgili tanımlara bakıldığında bu tanımlardan bazılarının dijital aktivizmi geleneksel aktivizmin bir uzantısı olarak gördüğü, bazı tanımların ise bu kavramı yepyeni bir örgütlenme biçimi olarak kabul ettiği görülmektedir (Tani, 2019, s. 15). Gürel ve Nazlı'ya (2019, s. 190) göre dijital aktivizm hareketleri, yeni dönem anlayışın çeşitliliğinden beslenirken eski dönem aktivizm anlayışı üzerinde temellenmektedir. Koç (2017, s. 1568) dijital aktivizmi, toplumun sanal ortamda örgütlenmesi, farkındalığın oluşturulması, hatta gerektiğinde sokak eylemlerine dönüştürülmesi durumunu ifade eden bir kavram olarak tanımlamaktadır. Dijital aktivizmi farklı kılan özellikler olarak ise eylemlerin şiddetten uzak bir şekilde sadece verilmek istenen mesajın kitlelere ulaştırılması ve duyarlılığın artırılması konusunda sosyal medya aracılığıyla faaliyetlerde bulunulması olarak vurgulamaktadır. Dijital aktivizm, temsili siyasetin ötesinde dijital ağlarda örgütlenen siyasi katılım, faaliyet ve protestolar olarak tanımlanmaktadır. Bu aktivizm çeşidi hükümet ve şirket etkisi dışındaki toplumsal aktörler (yani devlet dışı aktörler, toplumsal hareketler, protesto örgütleri, sivil toplumdan bireyler ve gruplar gibi yeni sosyo-politik oluşumlar) tarafından reform veya devrimi amaçlayan siyasi davranışları ifade etmektedir (Karatzogianni, 2015, s. 1). George ve Leidner (2019) dijital aktivizmi, dijital aracılı toplumsal aktivizm olarak tanımlamaktadır. Considine (2003, s. 134), yeni bir medya ve yeni bir iletişim teknolojisi olan internetin bir değişim aracı olarak öneminin altının çizilmesi gerektiğini belirtmektedir. İnternetin özellikle zaman ve mekân kısıdının olmaması birçok katılımcı ve aktivist grubu birbirine bağlamakta ve internetin bu bağlayıcılığı ve kapsayıcılığının topluluk, kolektif kimlik ve demokrasi üzerinde büyük etkileri bulunmaktadır. Brodock (2010, s. 72) ise, dijital aktivizmin kişilere toplanma, organize olma ve konuşma konularında daha eşit ve katılımcı fırsatlar sunduğunu ancak, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim zorluğu yaşayan bazı ülkelerde dijital uçurumlar görüldüğü için bu eşit ve katılımcı fırsatlardan herkesin aynı şekilde yararlanamadığına vurgu yapmaktadır. Tani (2019, s. 15) kapsamlı bir tanım yaparak dijital aktivizmi; "*sivil toplumun, yönetim süreçlerine katılmak amacıyla internet destekli dijital platformlar ve cep telefonları aracılığıyla yürüttükleri*

*kampanyalar, eylemler ve aktiviteleridir*” şeklinde tanımlamıştır. Tani’ye göre dijital aktivizm, katılımcı demokrasiyi destekleyen bir süreçtir ve işlevini yerine getirebilmesi için demokratik bir yönetim sisteminin ve ifade özgürlüğünün güvence altına alınmış olması gerekmektedir.

Karagöz (2013, s. 141), dijital aktivizm kavramını internet ve aktivizm arasındaki ilişkinin sadece bir boyutuna vurgu yaptığı konusunda eleştirmektedir. Dijital teknolojilerin her alanda kullanıldığı günümüzde internetin kullanılmadığı bir aktivizm faaliyetinin pek mümkün olmadığı ve bu nedenle ilerleyen süreçte dijital aktivizm kavramı yerine dijital teknolojileri de kapsayan aktivizm kavramının kullanılmasının yeterli olacağını düşünmektedir. Aktivizm kavramının genel olarak dijital bir boyutu da kapsayacağını savunmaktadır.

Van Laer ve Van Aelst (2010) yaptıkları çalışmada dijital aktivist hareketleri “internet temelli” ve “internet destekli” olmak üzere ikiye ayırmaktadır. İnternet temelli hareketler; hackleme girişimleri, muhalif web sitelerinin kurulması, e-mail bombardımanı, sanal protestolar ve online imza kampanyası gibi sadece internet üzerinden ve internet sayesinde yapılabilen hareketlerdir. İnternet destekli hareketler ise; oturma eylemleri, işgaller, çeşitli yapılara zarar verme, şiddet içeren eylemlerde bulunma, para bağışı yapma veya tüketicilerin boykot faaliyetleri gibi fiziksel eylemlerin geniş kitlelere duyurulması, organizasyonu ve koordinasyonunda internetten destek alınmasını ifade etmektedir.

Joyce (2010, s. 2-3) dijital aktivizmin altyapısının, bilgi iletmek için dijital kod kullanan ve birbirine bağlı bir grup cihaz olan dijital ağa dayandığını belirtmektedir. Dijital aktivizmin temel mantığını dijital kodlar üzerinden ağlara taşınan içerikler aracılığıyla etkili eylem ve politik hareketler yaratmak üzerine oturturken, kullanıcıları birbirine bağlayan ağların farklı fiziksel malzemelerden oluştuğunu ve farklı ülkelerde farklı ekonomik değerlere sahip olduğunu da vurgulamaktadır. Joyce’a göre, dijital aktivizmin oluşması, uygulanabilmesi ve başarıya ulaşabilmesi için “teknolojik altyapı”, “sosyal ve siyasal faktörler” ve “ekonomik faktörler” gibi unsurlar önemlidir. Bir ülkede herhangi bir dijital faaliyetin olabilmesi için en temel şey teknolojik altyapıya sahip olunmasıdır. Kişisel olarak bilgisayar sahibi olan ve internete ulaşabilen insan sayısının oranı, etkileşim çokluğu ve örgütlenmenin gücünü göstermektedir. Dijital aktivizmi etkileyen bir diğer durum ülkelerdeki temel sosyal ve siyasal yapıdır. Özellikle baskıcı yönetimlerin olduğu ülkelerde bu tür dijital aktivist hareketler tehdit unsuru olarak görülebilmekte, bu faaliyetler engellenmeye çalışılabilmekte ve hatta

teknoloji kullanımını kısıtlamaya kadar giden bir durum oluşabilmektedir. Diğer bir önemli etken ise temel ekonomik şartlardır. Ekonomik olarak gelişmiş ülkeler diğer ülkelere göre teknolojik aletlere ve altyapıya kolay ulaşım imkânına sahiptir. Bu da dolayısıyla sayı olarak daha fazla internet kullanıcısının olmasına yol açmaktadır. Dijital aktivizm faaliyetleri de böyle yerlerde çok daha kolay gerçekleşmektedir (Turhan, 2017, s. 30). Bu doğrultuda aktivistlerin teknolojiyi kullanma biçimlerinin, ekonomik, sosyal ve siyasi faktörlerin yapısal farklılıklarından etkilendiği söylenebilmektedir.

## **2.7. Dijital Aktivizme Yönelik Bakış Açıları**

Soriano'ya (2013, s. 333) göre, bazı teknolojiler ortaya çıktıklarında, faaliyet gösterdikleri bağlamı kökten değiştirme kapasitesine sahiptir. Önceden var olan yenilikleri yerinden etme ve bunları kullanan kişilerde, stratejilerinde ve eylemlerinde derin bir değişim yaratma kapasitesine sahip bu teknolojiler “yıkıcı teknolojiler” olarak adlandırılmaktadır. Bu teknolojilerin yarattığı sonuçlar, ortaya çıktıkları anda pek anlaşılammakta, bunları anlamak ve sistemleştirmek emek ve zaman gerektirmektedir. Sosyal bilimler, teknolojik bir yeniliğin ortaya çıkışı ile siyasi ve sosyal değişim arasında kurulan nedensellik ilişkilerini incelemeye her zaman önem vermiştir. Özellikle enformasyon teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasının demokratikleşme süreçlerini nasıl etkilediği konusunun incelenmesi, alanda geniş yer bulmuştur. Televizyonun ortaya çıkması ve kullanımın yaygınlaşması sırasında toplumda meydana gelen değişimlerin ve bu teknolojiye yönelik görüşlerin, internetin ortaya çıkması ve gelişimiyle paralellik gösterdiğini öne süren Soriano, başlangıçta bu teknolojilerin siyasi liberalleşme süreçlerini hızlandıran ve özgürlüğün yayılması için olağanüstü bir itici güç olarak görüldüğüne vurgu yapmaktadır. Bu yeni teknolojinin istisnai bir doğası olduğu gerçektir. Ancak, başlangıçtaki bu coşkulu ve olumlu bakış açısı zamanla yerini sosyal ve siyasi gelişim süreçlerinin o kadar da doğrusal olmadığı ve kitle iletişim araçlarının etkilerinin daha karmaşık ve belirsiz olduğu yönünde düşünceleri içeren farklı bakış açılarına bırakmıştır.

Dijital aktivizm faaliyetlerinin de internetin ortaya çıkışı ve gelişmesiyle değişen bakış açılarına benzer şekilde değişiklik gösteren bir toplumsal algılanma şekline sahip olduğu söylenebilmektedir. Bu noktada Sivitanides ve Shah (2011, s. 4), zaman

içerisinde dijital aktivizme yönelik oluşan bakış açılarını “iyimser”, “kötümser” ve “tutarlı” olmak üzere üç grupta incelemişlerdir.

### **2.7.1. İyimser (Optimist) Bakış Açısı**

Yochai Benkler, Clay Shirky ve Graeme Kirkpatrick gibi akademisyenler tarafından ortaya konan iyimser bakış açısı iki temel ilke üzerine kurulmaktadır (Joyce, 2010, s. 11). Benkler'e (2006) göre birinci ilke, bu yeni dijital dünyanın ağ bağlantılı yapısı, kişilere geleneksel hiyerarşik güç yapılarının dışında iletişim kurma ve harekete geçme imkânı vermektedir. Geleneksel hiyerarşik sistemlerde üstte bulunanlar alttakiler üzerinde güç sahibidir. Ancak, ağlarda böyle bir yapılanma yerine eşler arası ilişkilerle tanımlanan bir güç dağılımı bulunmaktadır. Dijital ağlar hayatımıza daha çok entegre oldukça, bu ortamlardaki gücün doğasının gerçek dünyadaki gücün doğasını değiştireceği umulmaktadır. İyimser bakış açısının ikinci ilkesi olarak Graeme Kirkpatrick, teknolojinin "sosyal olarak inşa edildiği" bir alan olduğu konusunu ifade etmektedir. Teknolojinin sosyal olarak inşa edilmesi, kullanıcıların teknolojinin değerini ve anlamını onu kullanma biçimlerine göre inşa ettikleri anlamına gelmektedir. Bu anlamda, YouTube gibi bir eğlence platformunu seçip onu alternatif siyasi içerik iletmek için kullanmak gibi örnekler verilebilmektedir. Bu açıdan iyimser görüş, sıradan kullanıcıyı daha adil ve eşitlikçi bir gelecek ve bu geleceğe ulaşmak için bir araç olarak görmektedir (Kirkpatrick, 2008; akt. Sivitanides & Shah, 2011, s.4).

Soriano'ya göre internetin özünde demokratik özelliklere sahip bir teknoloji biçimi olduğu görüşü, en yaygın ve kabul gören yorumdur. İyimser bakış için internet, demokratik siyasi sistemlerin kurulması ve güçlendirilmesinin öncüsüdür. Soriano iyimserler tarafından kullanılan argümanları aşağıdaki şekilde sıralamaktadır (2013, s. 335-336):

- a. İnternet izole edilmiş bireylere güç vermektir. Yeni teknolojiler bilginin dolaşımını ve kişilerin siyasi konulara katılımını kolaylaştırmakta, teşvik etmekte ve ifade özgürlüğü gibi demokrasinin temel bir hakkının kullanılması için yeni yollar açmaktadır. Aynı zamanda bu yeni teknolojiler sayesinde kişiler kitle iletişim araçları tarafından sağlanan bilginin sadece tüketicileri olmamaktadır.
- b. Gruplar arası ilişkiler desteklenmektedir. Hem ulusal olarak hem de uluslararası alanlarda bireyler ve gruplar arasında yeni bağlantılar

kurulmaktadır. İnternet, toplumsal bir ayaklanmanın pekişmesi ve bir devrime doğru ilerlemesi için gerekli olan "kamusal alanın yoğunlaştırılmasını" sağlamayı başarmaktadır. Bu teknoloji biçimi, özgürlükten yoksun toplumlarda gerçekleşen kolektif eylem için kilit bir araç haline gelmektedir.

- c. İnternet sayesinde küçük çaplı yerel olayların uluslararası yansımaları olabilmektedir. İnternet, siyasi rejimlerin bilginin dolaşımı ve sınırları aşması konusunda kontrol uygulama kabiliyetini zayıflatmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının aksine, internet kullanıcıları daha büyük bir anonimlikle hareket edebilmekte ve hükümet baskısına karşı koyabilmektedir. Bu rejimler tarafından kullanılan baskı aygıtları, eylemlerin küresel yansımaları nedeniyle kısıtlandıkları için etkinliklerinin bir kısmını kaybedebilmektedirler.
- d. Demokrasinin üzerine kurulduğu ekonomik kalkınma ve sosyal modernleşme desteklenmektedir. İnternet sadece üretim ve yönetim maliyetlerini düşürmekle kalmamış, aynı zamanda bilgi akışının hacmini ve hızını artırarak bilimsel inovasyon süreci ve iş verimliliği üzerinde de büyük etkiler yaratmıştır. Yeni bilgi ekonomisinin himayesi altında ortaya çıkan yeni orta sınıflar, özgürlük eksikliğinin en kritik gruplarından biri haline gelmektedir.

Leizerov (2000) ise, dijital aktivizmin getirdiği fırsatlara odaklanarak konuyu zaman, mekân, maliyet ve baskı boyutuyla incelemektedir. Aktivistler için bir toplumsal hareketi organize ederken "*zaman*" en önemli konulardan biri olmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde zaman daha rahat ve etkili kullanılabilen ve günün her saatinde kesintisiz bir şekilde iletişim ve koordinasyon sağlanabilmektedir. Bir aktivist harekette "*mekân*" konusu eylemin yapılış şekline başlayarak ulaşacağı insan sayısına ve hatta eylemin başarılı olup olmayacağı konusuna kadar her şeyi etkileyeceği için çok önemlidir. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde mekân sınırlaması kalkmış ve hareket alanı genişlemiştir. Aktivist gruplar genellikle bir toplumsal hareket gerçekleştirirken en çok "*maliyet*" ile ilgili konularda sıkıntı yaşamaktadır. Günümüzde temel bilgisayar bilgisi ile bir internet sitesi kurulabilmekte, sosyal medya hesabı açılabilen ve bunlar sayesinde pek çok kesimle doğrudan iletişime geçilebilmektedir. Bu da özellikle hareketlerin iletişim harcamalarını düşüren bir gelişme olmuştur. Aktivizm hareketlerinin temel amacı doğru hedef gruplara "*baskı*" uygulamaktır. Oldukça hızlı ve etkileşimi yüksek yeni iletişim teknolojileri sayesinde geniş kitleleri arkasına alan aktivizm hareketleri, hedef gruplara baskı oluşturma anlamında daha etkili hale gelmiştir.

### 2.7.2. Kötümser (Pesimist) Bakış Açısı

Kötümser bakış açısının en tanınmış savunucularından biri olan Morozov (2011), "The Net Delusion: The Dark Side of The Internet Freedom (Sanal Ağ Yanılsaması – İnternet Özgürlüğünün Karanlık Tarafı)" adlı kitabında dijital aktivizmin toplumsal etkilerine karşı iyimser bir bakış açısına sahip olanları "siber ütopyacılar" olarak nitelendirmekte ve bu kitlenin internetin otoriter hükümetler tarafından ne şekilde koordine edileceğini, gözetim ve sansür sistemlerinin nasıl kullanılacağını tahmin edemediklerini ileri sürmektedir. Morozov'a göre bu gibi olumsuz durumları öngöremeyen iyimserler, sosyal ağlar üzerinden harekete geçerek toplumsal düzende köklü dönüşümler sağlayabileceklerine yönelik ütöpik bir düşünceye kapılmış ve bu yeni teknolojilerin dezavantajlarını görmeyi reddetmişlerdir. Özellikle internetin ilk ortaya çıktığı zamanlarda otoriter yönetimleri devireceği, azınlıkların sesi olacağı, küresel medya şirketlerinin tekeli kıracağı ve tüm bunlarla birlikte aktivizm faaliyetlerine de yeni bir boyut kazandıracağı öne sürülmekteydi. Ancak Morozov, geçmişte nasıl yazılı ve görsel basın zamanla iktidarların kontrolüne geçtiyse yeni medyanın da aynı şekilde kontrol edilmekte olduğunu ve devletlerin bir propaganda aracı olarak kullanıldığını savunmaktadır.

Joyce'a (2010, s. 12) göre, Morozov'un bu argümanı önemlidir. Çünkü internetin kapasitesi her ne kadar sanal olsa da fiziksel altyapısı bölgesel sınırlar içerisindedir ve bu durum fiziksel altyapı düzeyinde interneti hükümetlerin denetimine vermektedir. Herhangi bir aksi durumda içeriğe erişim engellenebilmekte ve vatandaşların çevrimiçi eylemleri takip edilebilmektedir. Bu ağ yapısı aynı zamanda gözetimin etkinliğini de artırmaktadır. Çünkü artık tüm içerikler aynı ağ üzerinden yönlendirilebilmekte ve bu ağdan geçerken "okunabilmektedir" ki bu durum gözetim açısından eskiye oranla daha büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında da dijital teknolojiler aktivistlere yardımcı olmaktan çok onları tehlikeye atabilmektedir.

Soriano'ya (2013, s. 341) göre, demokrasi ve özgürlük yanlısı kitleler interneti kendi amaçları için kullanırken aynı şekilde, otokratik hükümetler de internet kullanıcısıdır ve bu aracı kendi taraftarlarını harekete geçirmek, propaganda yapmak, yanlış bilgi yaymak ve muhalif söylemin değerini aşındırmak için kullanmaktadırlar. Herhangi bir muhalefet belirtisini etkisiz hale getirmek için kullanılması muhtemel bilgiler, bu teknolojiler sayesinde daha kolay ele geçirilebilmekte ve işlenebilmektedir. Bu durumda, sansürcüler ile sansürledikleri kişiler arasında empatiye yer olmadığı

için bu süreç amansız bir siyasi baskı sürecine dönüşebilmektedir. Muhaliflerle ilgili internet üzerinden ele geçirilen çok sayıda bilginin kamuoyuna açıklanması, açık bir caydırıcılık etkisine neden olmaktadır. Bunun sonucunda da kişiler, dijital ortamlardaki faaliyetlerinin izlenebileceği tehdidiyle internet kullanımlarını azalmaktadırlar.

### **2.7.3. Tutarlı (Persistent) Bakış Açısı**

Dijital aktivizm faaliyetleri ve yeni iletişim teknolojilerinin etkileri konusunda olumlu veya olumsuz direkt bir yargıya varmayan tutarlı bakış açısı sahipleri, bu faaliyet ve teknolojilerin her iki yönünün de bulunduğu vurgu yapmaktadırlar.

Bu bakış açısına göre dijital aktivizm, mobilizasyon, mesajların hızlı bir şekilde ve geniş bir alana yayılması, organizasyonun hızlı bir şekilde yapılabilmesi açısından geleneksel aktivizme göre daha avantajlıdır. Ancak, bu gibi durumlar aktivizme yeni bir anlam yükleyecek kadar önemli bir etken değildir (Sivitanides & Shah, 2011, s. 3-5). Dijital teknolojileri ne bir kurtuluş ne de bir olumsuzluk olarak gören tutarlılar, genel itibarıyla çok az şeyin değişeceğini ve daha önceki siyasi güç dağılımlarının devam edeceğini savunmaktadırlar (Joyce, 2010, s. 11). Curran vd. (2012), yeni iletişim teknolojileriyle birlikte dijital ortamlarda yapılan aktivizm faaliyetlerine bazı noktalarda iyimser bakış açısıyla yaklaşırken bazı noktalarda da kötümser ve eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmıştır. Curran'a göre, yeni medya sayesinde dünyanın her yerinden insana açık ve insanların hızlı, ucuz ve interaktif bir şekilde kolayca etkileşimde bulunabildikleri yeni bir kamusal alan oluşmuştur. Buna karşın gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasında teknolojiye erişim konusunda büyük bir uçurum bulunmaktadır. Aynı zamanda sosyal ağlarda ırk, dil, din, ideoloji ve kültür temelli ayrımcılığın yapılması, iktidarların internete sansür ve kısıtlamalar getirmesi dijital aktivizmin gerçek anlamda etkin bir şekilde gerçekleştirilmesini engellemektedir. Nielsen (2010, s. 196) ise, yeni teknolojilerin net bir faydasının olup olmadığı, aktivizm faaliyetlerine etkisinin olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğuna dair genellemeler yapmanın zor ve muhtemelen yararlı olmadığını savunmaktadır. E-posta, arama motorları, cep telefonları gibi teknolojiler aşırı iletişim halinde olma ve yanlış iletişim kurma gibi birtakım sorunlar ortaya çıkarmakla beraber günümüzde aktivistlerin iletişim ve örgütlenme biçimlerinin merkezinde yer almaktadır. Nielsen'e göre, bu araçlar şu anda nasıl yaşadığımızın bir parçasıdır ve aynı zamanda nasıl hareket ettiğimizin de bir parçası olacaktır. Bu nedenle yeni teknolojilerin potansiyellerine ne büyük bir övgüde bulunmak ne de zararlarına dair net saptamalar yapmamak gerekir. Murdoch'a (2010) göre ise, dijital aktivizm faaliyetlerinin en zor yanlarından biri aktivistlerin yüzleşmek zorunda olduğu

“internette gözetim” konusu olmaktadır. Dijital platformların en güçlü yanlarından birisi her bireye kendi medyasını yaratma olanağı sunmasıdır. Ancak, bu medyalarda üretilen içeriğin her zaman kontrol edilememesi ise dijital platformlar için önemli bir olumsuz nokta haline gelmektedir. Sosyal ağlarda bilgi akışının kesilmesi, içeriklerin yayından kaldırılması gibi durumlarla karşılaşılırken, aktivistler bu durumlara karşı harekete geçmekte ve çeşitli yazılım programları kullanarak bu zorlukları aşmaya çalışmaktadır.

Earl ve Kimport (2011, s. 21-22) ise konuya farklı bir şekilde yaklaşmış ve sanal ağlarda kişilerin gerçekte olduğundan farklı şekilde cinsiyet, ırk ve sosyal statüler seçebildiklerine vurgu yapmıştır. Kişilerin bu şekilde yeni bir toplumsal kimlik yaratabilmeleri kuşku ile yaklaşılması gereken bir durumdur. Kullanıcıların, bu ağlarda sanal hesaplar üzerinden sanal bir kimlikle var oldukları için zaman zaman anonim olmanın da verdiği rahatlıkla yıkıcı ve zararlı davranışlarda buldukları söylenebilmektedir.

## **2.8. Dijital Aktivizm Türleri**

Literatüre bakıldığında dijital aktivizm türleri olarak birçok alt başlık görülse de aktivistlerin bu eylemleri yaparken seçtikleri yöntemler ve eylemlerin amaçlarına göre sınıflandırılmış belli başlı türler bulunmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkacak yeni dijital imkanlarla birlikte zaman içerisinde farklı türler eklenebilecek olsa da şimdilik dijital aktivizm türleri denildiğinde akla “vatandaş/yurttaş gazeteciliği, taraf olma/farkındalık aktivizmi, hactivizm, slaktivizm ve kliktivizm” gelmektedir (Turhan, 2016, s. 147).

### **2.8.1. Vatandaş/Yurttaş Gazeteciliği**

Taban gazeteciliği, vatandaş gazeteciliği, açık kaynak gazeteciliği, ağ gazeteciliği, aşağıdan yukarıya gazetecilik, hiper yerel gazetecilik, sivil gazetecilik veya katılımcı gazetecilik gibi aşağı yukarı eşdeğer terimlerle adlandırılan bu gazetecilik türünü Bowman ve Willis şu şekilde tanımlamıştır: “*Bir vatandaşın ya da vatandaş grubunun haber ve bilgi toplama, raporlama, analiz etme ve yayma sürecinde aktif rol oynamasıdır. Bu katılımın amacı, bir demokrasinin gerektirdiği bağımsız, güvenilir, doğru, geniş kapsamlı ve ilgili bilgileri sağlamaktır. Katılımcı (yurttaş) gazetecilik, editoryal gözetimin veya resmî gazetecilik iş akışının çok az olduğu veya hiç olmadığı, aşağıdan yukarıya doğru gelişen bir olgudur. Geleneksel*

*gazeteciliğin aksine, Web'in sosyal ağında ya yeşeren ya da hızla körelen çok sayıda eşzamanlı, dağıtılmış konuşmanın sonucudur.”* (2003, s. 9; akt. Lievrouw, 2011, s.127-128).

Yurttaş gazeteciliği, özellikle akıllı telefon ve sosyal medya gibi yeni teknolojilerle birlikte ön plana çıkmıştır. Akıllı telefonlarla birlikte insanlar artık neredeyse profesyonel bir şekilde video ve fotoğraf çekebilmektedir. Bu çektikleri fotoğraf ve videoları hızlı bir şekilde binlerce insanla paylaşabilmelerini sağlayan uygulamalar sayesinde yurttaş gazeteciliği kolaylaşmış ve yayılmıştır. Wall Street'i İşgal Et, Mısır Devrimi, Tunus Devrimi, Ukrayna Devrimi, Ferguson Sokak Hareketleri ve Gezi Parkı olayları gibi birçok olayda dijital aktivizm ve yurttaş gazeteciliği önemli bir rol oynamıştır. Bu olaylarda yurttaş gazeteciliği o kadar etkili bir şekilde kullanılmıştır ki bazı durumlarda haber ajansları dahi buralardaki bilgi ve görüntülerden yararlanmıştır (Turhan, 2016, s. 150). Yurttaş gazeteciliği, özellikle hükümetlerin büyük haber kuruluşlarını kısıtladığı ve kontrol ettiği protesto durumlarının çoğunda tek haber kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır (Youmans & York, 2012). Tüfekçi (2017), insanların yatay ve daha eşitlikçi bir şekilde örgütlendiği bu yeni dijital ağ ortamlarında ortalama bir insan için haberciliğin bir hayli kolaylaştığına vurgu yapmaktadır. Ayrıca, ana akım haber kuruluşlarının sansürlediği birçok olayın bu habercilik sayesinde ortaya çıktığı da söylenebilmektedir.

Birçok açıdan olumlu yanlarına vurgu yapılan yurttaş gazeteciliği, bilgi kirliliği ve yanlış ve eksik verilerin oluşturulması gibi birçok konu nedeniyle de eleştirilmektedir. Lievrouw'a (2011, s. 130) göre, yurttaş gazeteciliğinin genel olarak gazetecilik ve basın için gerçekten önemli bir değişime işaret edip etmediği tartışmaya açık bir konu olmaktadır. İnternet gazeteciliğinin bu yeni biçimlerini eleştirenlerin, geleneksel basının halk ile hükümetler ve diğer güçlü kurumlar arasında kilit ve arabulucu bir rolde olduğu, ayrıca gündem belirleme açısından hala vazgeçilmez bir etkiye sahip olduğu konusunda ısrar ettiklerini vurgulamaktadır. Dijital platformlarda her kullanıcının aynı zamanda bir üretici olması çok fazla haberin kontrolsüz bir şekilde yayılmasına, bazen olayların saptırılmasına, kasıtlı ya da kasıtsız yanlış bilgilerin aktarılmasına yol açmaktadır. Bu durum hem olaylardan haberdar olmak isteyen kişilerin hem de aktivistlerin doğru bilgiye ulaşmada zorluk yaşamasına sebep olmaktadır. Aktivistler, dijital aktivizm faaliyetlerine katılırken bu kaotik ortamda doğru bir şekilde hareket edememekte ve aktivist hareketler de zaman zaman bu durumdan zarar görmektedir (Köygülü, 2019, s. 88).

### 2.8.2. Taraf Olma/Farkındalık Aktivizmi

Oxford (2024) sözlüğünde taraf olma / farkındalık (advocacy) “*bir kişinin bir fikre, bir eylem tarzına veya bir inanca verdiği kamuoyu desteği*” olarak açıklanmaktadır. Taraf olmak; söz, yazı ya da eylem aracılığıyla herhangi bir hareket ya da düşünceyi haklı göstermeye çalışmak olarak tanımlanabilmektedir (Gürel & Nazlı, 2019, s. 193).

Bu aktivizm türü, kişilerin fikirlerini duyurmak, farkındalık yaratmak, toplumsal sistem içerisindeki kurum ya da kişilerin kararlarını etkilemek ve haklarını korumak adına bireysel ya da grup olarak yaptıkları her türlü taraf olma tarzı aktivist hareketi kapsamaktadır. Sosyal medya sitelerinde grup oluşturma, imza kampanyaları düzenleme, özellikle Twitter gibi sosyal ağ sitelerinde en çok konuşulan konular arasına girme gibi hareketleri içermektedir. Taraf olma/farkındalık aktivizmi zaman içerisinde “hashtag aktivizmi” olarak da anılmaya başlamıştır (Turhan, 2016, s. 147-148). Yang’e (2016, s. 13) göre, son yıllarda dijital aktivizm alanındaki en ilginç gelişmelerden biri hashtag aktivizminin, yani sosyal medyada belirlenmiş bir kelime, kalıp ya da cümle aracılığıyla bir araya getirilen söylemsel protestonun yükselişidir. Aktivistler için bir etiket oluşturmanın yanı sıra aynı ifadenin birden fazla kullanımını izlemenin bir yolunu yaratarak başlangıçtaki diyalogun ötesinde bir ifade yaratılmasına olanak sağlayan hashtagler, bir mesajı iletirken belirli konulara dikkat çekmek için mesajların kategorilere ayrılması açısından da oldukça önemli ve etkili olmaktadır. Hashtag aktivizmi, sıradan vatandaşlara “eşik bekçilerini” atlayarak mesajlarını başkalarına ulaştırma fırsatı veren ve çabaları sonucunda farkındalığı artırmak için faydalı bir yöntem olmaktadır (Stache, 2015, s. 162-163).

### 2.8.3. Hactivizm

Hactivizm, farkındalık yaratmak veya bir toplumsal soruna dikkat çekmek amacıyla belirli web sitelerine erişimi engellemeye yönelik yapılan aktivist girişimlerdir (Kucur Bilginer, 2020, s. 129). “Hack” ve “aktivizm” kelimelerinin birleşmesinden türetilen hactivizm, dijital bir ağa ya da bilgisayar sistemine toplumsal veya siyasi bir amaçla izinsiz bir şekilde girme eylemini ifade etmektedir (Kızıl, 2021, s. 28). Demirkıran’a (2013, s. 28) göre hactivizm, “*bilgisayar teknolojisinin veya programlama sistemlerinin toplumsal bir soruna yönelik tepki gösterme amaçlı kullanılmasıdır.*” Bu aktivizm yöntemini kullanan kişilere “hactivist” denilmektedir. Hactivistler, diğer dijital aktivistlerin aksine içerik üretimi veya bir dijital imza kampanyası katılımı gibi temel çevrimiçi okuryazarlık gerektiren eylemlerin ötesinde bir teknik beceriye

sahiplerdir. Dijital medya ve teknoloji ile derinlemesine ilgilenen hacktivistler, belirli bir siyasi gündemi ilerletmek için medya müdahaleleri oluşturulmasına yardımcı olmaya odaklanmak yerine, siyasetin geleneksel sınırlarının dışında bir güç yaratmak için yazılım ve donanımdaki açıklardan doğrudan yararlanmaya odaklanmaktadır (Karpf, 2016, s. 4).

Krapp'e (2005, s. 73) göre, hacktivism tartışmalı bir terimdir. Bazıları, programlama becerisini eleştirel düşünceyle birleştirerek elektronik bir şekilde gerçekleştirilen bu eylemin sosyal değişimi iyi bir şekilde etkileyebileceğini savunurken, diğerleri bu terimi teknik, ekonomik ve siyasi bir platform olarak internetin güvenliğini zayıflatan kötü niyetli, yıkıcı eylemlerle eş anlamlı olarak kullanmaktadır. Bir diğer grup ise terimi ifade özgürlüğü, insan hakları ya da bilgi etiği gibi konularla ilişkilendirmektedir. Hacktivism kavramının tanımlarına bakıldığında genellikle sosyal ve siyasal bir değişime yönelik yapıldığı vurgusu bulunmaktadır. Bu durum hacktivizmin siber terörizmden ve diğer siber suçlardan ayrılması adına önemli bir durumdur. Çünkü hacktivizmi diğer kötü amaçlı eylemlerden ayıran en temel unsur yapılış amacı olmaktadır (Turhan, 2016, s. 149). Genel yapısı itibarıyla yıkıcı veya yok edici bir özellik taşımayan hacktivist hareketlerin siber terörizmden ayrıldığı en temel nokta bu olmaktadır. Eylemleri bir sistemi tamamen yıkan, yıpratın, zarar veren ve çökerten nitelikteki siber terörizm eylemlerinin aksine hacktivist eylemler, bir sistemi tamamen yok etmek yerine geçici erişim sorunları veya aksaklıklar oluşturan nitelikte eylemlerdir (Demirkıran, 2013, s. 31).

#### **2.8.4. Slaktivizm**

Slaktivizm, kelime anlamı olarak tembel anlamına gelen "slacker" ve eylemcilik anlamına gelen "activizm" kelimelerinin birleşimiyle oluşturulmuştur. Slaktivizm Oxford (2024) Sözlüğünde "*az çaba veya zaman gerektirdiği düşünülen eylemleri gerçekleştirmek amacıyla interneti kullanarak siyasi veya sosyal değişim elde etmek için çalışmak*" olarak tanımlanmıştır. Topluma aşağıdan yukarıya küçük ve kişisel ölçekte etki etmeye yönelik faaliyetleri ifade eden slaktivizm kavramı, ilk olarak 1995 yılında Fred Clark ve Dwight Ozard'ın katıldıkları bir seminerde "slacker activism" (tembel aktivizm) kelimelerini kısaltmalarıyla ortaya çıkmıştır. Siyasi katılımın dijital versiyonlarını küçümsemek için kullanılan bu terim, ilk kullanımında olumlu bir çağrışıma sahiptir. Ancak zamanla terim, tam anlamıyla siyasi bir bağlılık ifade etmeyen faaliyetleri küçümsemek için daha olumsuz bir anlamda kullanılmaya başlanmıştır (Christensen, 2011). Dijital platformlar aracılığı ile çeşitli imza

kampanyalarına katılmak, sosyal medya üzerinden başlatılan kısa süreli boykot faaliyetlerine katılmak, sosyal medyada profil fotoğrafını değiştirmek, belirli bir sosyal meseleyi temsil eden renk ya da simgeleri paylaşmak, sosyal medya gruplarına katılmak gibi belli başlı aktiviteleri kapsayan slaktivizm hareketleri, toplumsal konulara geleneksel sokak aktivizmini temsil eden kamusal alanda değil bilgisayar başından destek verme faaliyetlerini ifade etmektedir (Şıvgın, 2020, s. 653). Zamanla aktivist faaliyetlerin sokaktan sanal ortamlara taşınmasıyla kamusal alan kavramı da değişim geçirmiş ve "sanal kamusal alanlar" oluşmaya başlamıştır.

Slaktivizm, belirli bir konuda farkındalık yaratarak, değişime katkıda bulunmak şeklinde tanımlanmaktadır (Noland, 2017, s. 29). Başka bir tanımda ise slaktivizm, "*sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen, amacı farkındalık ve değişim yaratmak ya da faaliyeti gerçekleştiren kişiye memnuniyet sağlamak olan düşük riskli ve düşük maliyetli faaliyetler*" olarak tanımlanmıştır (Lee & Hsieh, 2013, s. 811). Kavram, genel olarak kolaylıkla gerçekleştirilen ancak belirtilen siyasi hedeflere ulaşmaktan ziyade katılımcıların kendilerini iyi hissetmelerini sağlamada daha etkili olduğu düşünülen faaliyetlere atıfta bulunmaktadır (Morozov, 2009; akt. Christensen, 2011). Dijital aktivizme yönelik eleştirilere bakıldığında genel olarak bu eleştirilerin slaktivizm kavramı üzerinden yapıldığı görülmektedir. Genel itibariyle bu eleştiriler, slaktivizmin bireyleri aktivizmden ziyade pasifizme ittiği ve kişilerin bu hareketlere katılımları neticesinde vicdanlarını rahatlatarak deşarj oldukları bu durumun da eyleme geçme hissiyatını körelttiği gibi düşünceler üzerinden yapılmaktadır (Turhan, 2016, s. 148). Morozov, konuya ilişkin olarak slaktivistlerin herhangi bir konuya gerçek anlamda destek vermediğini, yalnızca destek verir bir görüntü oluşturduklarını savunmakta ve bu durumun sonucu olarak da herhangi bir toplumsal soruna ilişkin anlamlı bir katkılarının olamayacağını ifade etmektedir. Slaktivistler, genel itibariyle daha fazla risk içeren "geleneksel" sokak eylemlerine değil daha az enerji harcadıkları ve daha az risk barındıran dijital aktivizm faaliyetlerine yönelmektedirler (Yegen, 2014, s. 92).

Slaktivizme ilişkin genel kaygı ve eleştiri, geleneksel aktivizme katılımı azaltması yönündedir. Bu aktivizme katılım şeklinin konforlu olması, düşük risk barındırması, görüntü olarak duyarlı bir görüntünün verilmesiyle sosyal onay ve takdirin alınması sonucunda kişiler, bu mecralarda buldukları eylemlerden gerekli tatmini sağlamakta bu da onları bir sonraki aşamaya geçmek için hareket etme konusunda teşvik etmemektedir. Ancak, bazı araştırmacılar da bunun tam tersini iddia etmektedir. Dijital alanda oluşturulan kampanyaların en önemli amaçlarından bir

tanesi farkındalığı artırmaktır. Bu alanların kullanımıyla çok hızlı bir şekilde ve düşük maliyetle normalde ulaşılamayacak kadar çok insana ulaşılabilmektedir. Dolayısıyla bu hareketler, sosyal veya politik bir konu ya da hareket için çok sayıda insanın farkındalığını artırma konusunda yardımcı olabilmektedir. Bir konu hakkında bilgi yayma veya farkındalık oluşturma bir sorunun çözümünde veya değişiminde ön ayak olabilmekte, bu oluşan farkındalık sonucunda kişiler sadece sanal olarak değil geleneksel olarak da harekete geçebilmektedir. Bu ufak çabalarla gerçekleştirilen faaliyetler belki bir soruna doğrudan katkı sağlamayabilir ancak, dolaylı yoldan birçok katkı sağlayabilmektedir (Bağ, 2020). Öte yandan, devletin dijital platformlar üzerinde baskı ve gözetim kaygılarının yoğun olduğu ülkelerde herhangi bir toplumsal sorunla ilgili paylaşım yapmak, bir paylaşımı yeniden yayınlamak ya da beğenmek, konuyla ilgili bir gruba katılmak gibi faaliyetler de risk teşkil edebilmektedir (Erben, 2019, s. 69). Dolayısıyla, bu tür eylemlerin daha az risk taşıdığı görüşü bazı durumlarda anlamını yitirebilmektedir.

### **2.8.5. Kliktivizm**

Herhangi bir toplumsal hareket ya da eyleme, fiziksel olarak katılmayıp bu faaliyetlere klavye başından katılma, örgütlenme ve destekleme olarak tanımlanan kliktivizm, net hedeflerle çeşitli internet kampanyaları ya da belirli konularda online imza kampanyaları gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Yılmaz, Dündar, & Oskay, 2015, s. 491). Kavram, bilgisayar faresinin tıklama sesini ifade eden “click” ve aktivizm kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır (Kucur Bilginer, 2020, s. 129). Bu tür eylemlere katılan kişiler ise “kliktivist” olarak adlandırılmaktadır.

Kliktivizm her ne kadar slaktivizme paralel bir dijital aktivizm pratiği olarak görülse de bu iki kavram birçok noktada birbirinden ayrılmaktadır. Kliktivizm, planlı bir toplumsal eylem ya da protesto hareketiyle ilgili olarak kitlelerin klavye başından desteklenmesi ve örgütlenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Bu anlamda kliktivizm, slaktivizme göre çok daha yönetsel bir kavramı ifade etmektedir. Kliktivistler, toplum adına gerekli olduğu düşünülen ve toplumsal faydası olacak birçok sosyal sorumluluk projesine aracılık etmekte, bunu yaparken de hedefledikleri amaçlara ulaşabilmek için topluma yol göstererek yönlendirmektedirler. Bu anlamda kliktivistlerin slaktivistlere göre daha sistemli bir şekilde çalıştığı ve eylemleri örgütleyen kısmi yöneticiler oldukları söylenebilmektedir (Yegen, 2014, s. 90). Paktin (2012) ise bu iki kavram arasındaki farkı şu şekilde ifade etmektedir; ona göre slaktivizm, sosyal medyada profil resmi değiştirmek, beğeni yapmak, video paylaşmak ya da retweet yapmak gibi

faaliyetlerle kişilerin oturdukları yerden savundukları bir davaya destek vermeleri ve bu sanal faaliyetler dışında hiçbir şekilde harekete geçmemelerini ifade etmektedir. Klktivizm ise, savunulan konu hakkında daha eşit şartlarda mücadele edilen bir alandır ve bu mücadele her zaman devam ettirilmektedir. Geçmiş yıllarda başarısından söz edilen birçok toplumsal hareket, başlangıcında farkındalık yaratma ve örgütlenme açısından sosyal ağlarda oluşmaya başlamıştır. Geleneksel aktivizm faaliyetleri ile elde edilemeyecek bazı fırsatlar sunan klktivizm, katılımcı demokrasi açısından da önemli bir güç oluşturmaktadır.

## **2.9. Dijital Aktivizme Yönelik Eleştiriler**

Daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi dijital aktivizm kavramına yönelik literatürde birçok olumlu özellikten bahsedilmesine rağmen, kavramı olumsuz olarak tanımlayan ve kavrama olumsuz olarak yaklaşan birçok görüş de mevcuttur. Bu eleştirilerin ortak noktası genel olarak bu aktivizm türünün etkisi ve işlevselliğinin sorgulanması üzerine olmaktadır.

Ricketts'e (2012, s. 146) göre, yeni medyanın dijital aktivizmdeki rolü konusunda hevesli olmak kolaydır, bununla birlikte olası riskleri ve olumsuzlukları göz önünde bulundurmak ve sosyal değişimi sağlamak için geleneksel yöntemleri tamamen bir kenara atmamak önemlidir. Dijital aktivizmin etkinliği konusunda çok fazla tartışma bulunmakta ve bu tartışmaların bir ucunda yeni teknolojilerin özgürleştirici kapasitesini muhtemelen abartanlar, diğer ucunda ise onları dikkat dağıtmaktan biraz daha fazlası olarak eleştirenler yer almaktadır. Önceki bölümde de belirtildiği gibi dijital aktivizm en çok eleştiriye slaktivizm ve klktivizm ile ilgili almaktadır. Dijital aktivizmin kişileri slaktivizme ve klktivizme teşvik ederek, oturdukları yerden topluma karşı görevlerini yerine getirdiklerini düşündükleri ve vicdanlarını rahatlattıkları belirtilmektedir. Kişiler, evlerinden hiçbir zahmete girmeden internet aracılığıyla bir bağış ya da imza kampanyasına katılarak görevlerini yerine getirdiklerini düşünürler. Ancak, dijital aktivizm eleştirisi yapanlar bu durumun toplumun sorunlu kısım ve konularına gerçek anlamda el uzatılmaması sonucunu doğurduğu yorumunu yapmaktadırlar. Bu bağlamda kişilerin dijital platformlar aracılığı ile katıldıkları imza, bağış kampanyaları vs. gibi faaliyetlerin işlevi ve etkililiği sorgulanmaktadır (Akbiçak, 2017, s. 91). Uçkan' a (2012) göre, "dijital aktivizm" teriminin rahatsız edici yanı, aktivizmi sadece bir alana yani dijital alana hapsediyor

olmasıdır. Bunun sonucunda da bu aktivizmin sorunlu yanına vurgu yapmak için internet üzerinden birkaç yere tıklayıp bir şeyler paylaşarak vicdanını rahatlatan sonuç olarak da etkisizleşme tehlikesine işaret eden slaktivizm, klicktivizm gibi terimler üretilmiştir. Uçkan (2012) bu durumu, “dijital fanus etkisi” olarak adlandırmaktadır. Dijital aktivizmin en önemli sorunu olarak adlandırdığı “dijital fanus etkisi” bir dezavantajdan kaynaklanmaktadır. İnternet aracılığıyla sosyalleşen kişiler, bir tıkla Afrika’daki aç insanları doyurduğunu, yağmur ormanlarını kurtardığını veya ozon deliğini kapattığını düşünmektedir. Bu da bir yanılsamaya sebep olmaktadır. Ancak sanal ile gerçekliği birleştirenler bu fanus etkisini kırabilmektedir. Uçkan, dijital aktivizmin, dijital olmayan hedeflere yönelik olarak ancak “hibrit” yapılarda işe yaradığını öne sürmektedir. Yani sanal eylemlerin sokakla birleştiği durumlarda dijital aktivizm işe yaramaktadır.

Morozov’a (2011) göre, sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleşen aktivizm genellikle kişinin harekete güçlü bir bağlılık duymasıyla ilgili olmayıp, daha ziyade çevrimiçi faaliyetlerini izleyen diğer kişileri etkileme amacına yöneliktir. Bu tarz bir hareketle ilgili bir diğer açıklama da insanların gözlemlendiklerini bildiklerinde sosyal olarak daha arzu edilir şekilde davrandıklarını öne süren Hawthorne Etkisi’dir. Sosyal medya tipik günlük, yüz yüze etkileşimlerden daha fazla kişi tarafından görülebilir olması nedeniyle yüksek derecede sosyal gözlemlenebilirlik sunmaktadır. Dolayısıyla insanlar, gözlemlendiklerini düşünerek daha duyarlı bir profil oluşturma çabasıyla da bazı aktivizm eylemlerine katılabilmektedirler. Bu olguyu açıklamanın bir diğer yolu ve muhtemelen en önemli eleştirisi, ikame tezidir. İkame tezinde, sosyal medyada beğenme ve paylaşma gibi düşük derecede çaba veya bir amaca bağlılık gerektirmeyen eylemler, daha fazla zaman ve katılım gerektiren eylemlerin yerini almaktadır (Anderson, 2021, s. 11-12).

Dijital aktivizme bir başka eleştirisi de Ethan Zuckerman tarafından getirilmiştir. Zuckerman’ın (2008) “cute cat theory (sevimli kedi)” adını verdiği teorisine göre, Web 2.0 politik içeriklerden çok, komik kedi videolarını barındıran eğlenceli içerikler için tasarlanmıştır. Ancak bu, aktivizm için uygun olmadığı anlamına gelmemektedir. Düşük değerli amaçlar için yaygın olarak kullanılan bu mecralar, çevrimiçi aktivizm için de kullanılabilir. Ancak bununla beraber bu mecralarda aktivist faaliyetler düzenlemek birçok zorluğu da beraberinde getirmektedir. Aktivistlerin bu platformlarda yaygın olan iletişim türlerini kendi amaçları doğrultusunda kullanabilmeleri gerekmektedir. Yeni toplumsal hareketlerin halkı temsil etme iddiaları

göz önüne alındığında 'popüler' olmaları gerekliliği oluşmakta ve sosyal medyada bir kampanya yürütmek en azından onları sosyal ağ sitelerini siyasi nedenlerden ziyade eğlence amacıyla kullanan bir kitleyle muhatap olmaya zorlamaktadır. Bu da değişim yaratılmak istenilen konuyla ilgili dijital aktivistler tarafından oluşturulan içeriklerin belirli bir görünürlük ve başarıya ulaşması için reklam ve pazarlama içeren belirli sosyal medya kalıplarına uyması gerekliliğine neden olur (Gerbaudo, 2012, s. 148).

Malcolm Gladwell (2010), dijital aktivizmin kendisine çok fazla anlam yüklenilmiş ve abartılmış bir kavram olduğunu savunmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin yapıları gereği halka geçmişi unutturduğuna vurgu yapan Gladwell, dijital aktivistlerin tüm büyük toplumsal hareketlerin temelinde internet ve toplumsal paylaşım ağlarını görmelerini eleştirmektedir. Tarihte internetin olmadığı dönemlerde de birçok büyük toplumsal hareket ve devrim gerçekleşmiştir. Ayrıca, dijital aktivizmin yapısı ile ilgili de birçok sorun bulunmaktadır. Sosyal paylaşım ağları tüm olumlu taraflarına rağmen kullanıcılar arasında tam bir bağ oluşturamamaktadır. Kullanıcıları arasında gevşek bağlar oluşturan bu platformların kullanıcıları asla yüz yüze tanışmayabilirler. Zayıf bağlar nadiren yüksek riskli aktivizme katılımı sağlamaktadır. Özellikle 2010'dan sonra Arap Baharı gibi birçok büyük çaplı olayın yaşanması dijital aktivizme büyük anlamlar yüklenmesine sebep olmuş, bu olaylar "sosyal medya devrimi" olarak adlandırılmıştır. Birçok yazar, bu ülkelerin geçmişinde arka planda yer alan ekonomik, sosyal ve siyasal gerçekliklerin göz ardı edildiğine vurgu yapmakta ve halkların özgürlük ve demokrasi çabalarının tamamen bir kenara bırakıldığını düşünmektedirler. Bu şekilde başarının tamamen sosyal medya sayesinde olduğu görüşü oluşmaktadır. Ancak birçok araştırmacıya göre, sosyal medyanın bu olaylardaki rolü aracılık düzeyinde olmuştur. Yani sosyal medya haberleşme, bilgilendirme ve örgütlenme gibi konularda etkilidir, ancak hareketlerin başarıya ulaşması konusunda etkisi aynı şekilde değildir (Akbıçak, 2017, s. 92). Burada unutulmaması gereken bu olayların meydana gelmesinin ardında tarihsel bir gerçekliğin ve çabanın olduğudur. Yıllarca süren yoksulluk, bıkkınlık ve demokratikleşme isteği bir şekilde açığa çıkmıştır. Sosyal medyanın bu olayları daha kolay örgütlediği ve daha büyük kitlelere ulaştırdığı bir gerçektir. Ancak, toplumların tarihlerine bakıldığında, bu gibi büyük protesto olaylarının hatta devrimlerin yeni medya teknolojileri olmadan önce de yaşandığı görülmektedir. Sonuç olarak bu hareketlerin bir başarıya ulaşması için hareketlerin sokağa taşınması ve insanların bu mecralardan aldıkları bilgileri kullanması gerekmiştir.

Bir diğerk dijital aktivizm eleştirisi de bu yeni iletişim teknolojilerinin de eskiden olduğu gibi ideolojik baskılar altında olduğu düşüncesidir. Büyük toplumsal olaylar yaşandıktan kısa bir süre sonra devletler internetin gücünü anlamış ve bu mecraayı kontrol altında tutmak için denetim mekanizması geliştirmişlerdir. Ayrıca, yeni medya da eskisi gibi kâr amaçlı ve ticari kaygıları olan şirketler tarafından yönetilmektedir. Bu durum, bu mecraların tarafsız olarak hareket etmesini zorlaştırmaktadır. Bu konu, yeni medya ve cep telefonlarının bir yandan aktivizmi zenginleştirmesi ancak diğerk yandan da bunları kısıtlayan unsurları barındırması konusunun anlaşılması açısından önem taşımaktadır (Tani, 2019, s. 23-24). Yeni medya teknolojileri doğası gereği merkezlessiz, sınırları aşan gerçek zamanlı ve kesintisiz iletişim ve herhangi bir devlet yönetimine tabi olmadığı için örgütlenme bakımından eski baskın iletişim biçimlerine kıyasla çok daha fazla imkân sunan, küresel ve etkileşimli bir yapıdadır. Bu da gün geçtikçe daha fazla kişinin bu mecraları kullanımına yol açmış, sonuç olarak da devletler, çokuluslu şirketler, çıkar lobileri ve uluslararası kuruluşların bu platformları denetimleri altına alarak buraları kontrol etme isteklerini artırmıştır. Çünkü zamanla bu mecraların varlıklarına yönelttikleri tehditleri kavramışlardır. Zamanında geleneksel medyanın uğradığı denetim ve sansürler, bu mecraaya da uygulanmaya çalışılmıştır (Uçkan , 2015). Yeni iletişim teknolojileri de eskileri gibi küresel güç odaklarından bağımsız değildir. Sanal ortamda yapılmasına izin verilen eylemler sokakta yapılmasına izin verilenlerden çok farklı değildir ya da sanılanın aksine buralarda sokaktakinden daha fazla bir özgürlük alanı bulunmamaktadır. Genel itibariyle sokak ya da sanal olsun sistem kendi varlığına tehdit oluşturduğunu düşündüğü hiçbir oluşuma izin vermemektedir. Eskisinden farklı olarak bu mecralar daha kolay bir şekilde sistemin gözü kulağı olmuşlardır. Sistemin bilgi deposuna “kim, nerede, ne zaman, kimlerle birlikte, ne yapıyor” sorularının cevabı her zamankinden çok daha hızlı ve kolay bir şekilde aktarılmaktadır (Acar Odyakmaz, 2019, s. 129).

Van Laer ve Van Aelst'e (2010) göre ise, dijital aktivizm konusundaki en büyük sıkıntılardan bir tanesi dijital eşitsizlik konusudur. Gerek dünya genelinde gerekse ülkelerin kendi içerisinde internete erişim konusunda yaşanan eşitsizlikler dijital aktivizm hareketlerine katılımı herkes için aynı derecede mümkün kılmamaktadır.

Wilhelm, dijital aktivizme yöneltilen eleştirileri üç başlık altında karakterize etmektedir. Bunlar (2000; akt. Ricketts, 2012, s.146):

- Distopyacılar: Yeni teknolojilerin sosyal ve siyasi hayatı, özellikle de yüz yüze siyasi etkileşimleri bozma potansiyeline karşı temkinli yaklaşanlar.

- Neofütüristler: Yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal bir değişim yaratıp adaleti sağlayacağı konusunda çekinceleri/eleştirileri olanlar.
- Teknogerçekçiler: Yeni iletişim teknolojilerinin günlük hayatta gerçek bir etkisi olup olmadığı konusunda şüpheleri olanlar.

Uçkan'a (2012) göre, adına ister dijital aktivizm ister başka bir şey densin günümüzde aktivist faaliyetler için yeni medya teknolojilerinin kullanımı kaçınılmazdır. Bunun nedeni olarak, tarih boyunca her türlü sosyal harekette iletişim araçlarının bu tür hareketlerin ayrılmaz bir parçası olduğu görüşünü öne sürmektedir. Nasıl ki zamanında Fransız İhtilali'nde elle kopyalanan manifestolar olmadan, 1948 Devrimleri sırasında matbaalarda gizli gizli basılan bildiriler olmadan bu hareketler düşünülemezse günümüzün en temel iletişim ortamı olarak da yeni iletişim teknolojilerinin aktivizm hareketlerinde kullanımı kaçınılmazdır. Bu nedenle bu teknolojilerin yararlı mı zararlı mı olduğunu tartışmak yerine, bu mecraların nasıl daha yararlı, etkili ve derinlikli bir şekilde kullanılabileceği tartışılmalıdır.

## **2.10. Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Bağlantısı**

Yeni toplumsal hareketlerin kapsamı, tarihsel gelişimi ve eski toplumsal hareketlerden farklarına ilişkin bilgiler çalışmanın önceki kısımlarında aktarılmıştır. Yeni toplumsal hareketlerin "yeni" olarak adlandırılmasının en büyük sebeplerinden birisi de bu hareketlerin oluşumunda "yeni iletişim teknolojileri"nin aktif bir şekilde kullanılmasıdır.

İnternetin zaman içerisindeki gelişimi ve yaygın olarak kullanımıyla birlikte kendi kamusal alanlarını yaratmaya başlayan halk, hak arama mücadelesini bu yeni medya platformları aracılığıyla dile getirmeye başlamıştır. Böylece, toplumsal hareketlerin de şekli değişmiş ve zamanla yeni medya platformlarının örgütlenme yeri olarak kullanıldığı aktivist hareketler ortaya çıkmıştır (Durmuş Bektaş & Gezgin, 2020, s. 44-45). Yeni medya ve özellikle de sosyal medya ağları, kullanıcı merkezli bir alternatif kamusal alan yaratması nedeniyle yeni toplumsal hareketlerin merkezinde yer almaktadır (Aksu, 2017, s. 84). İlk çıktığı zamanlarda insanların sosyalleşmek ve eğlence amaçlı kullandığı sosyal medya platformları, zaman içerisinde aktivist hareketlerin seslerini duyurmak ve örgütlenmek için kullandıkları bir araç haline gelmiştir (Babacan, 2014, s. 143).

Eski zamanlardan bu yana her türlü toplumsal hareket faaliyetinde insanları örgütlemek, harekete geçirmek, hareketin ideolojisini yaymak ve benimsetmek için iletişimin hayati bir önem taşıdığı söylenebilmektedir (Aksu, 2017, s. 77). Hem eski hem de yeni toplumsal hareketler için medyanın gücü yadsınamaz bir gerçektir. Aktivistler gerçekleştirdikleri eylemlerin hem toplum hem de yetkililer tarafından duyulması, hedeflerini ve amaçlarını anlatabilmek ve destekçi sayılarını artırabilmek için medyaya ihtiyaç duymaktadırlar. Geçmişte geleneksel medyanın gücü tek başına elinde bulundurması ve haber değeri olan olayların seçilmesinin medyanın kendi elinde olması bu kurumlara bir tür bağımlılık yaratmıştır. Bu da toplumsal hareketler için çeşitli zorluklara neden olmuş ve toplumsal hareketlerin kitle iletişim araçlarına olan bu bağımlılığı zamanla bir soruna dönüşmüştür. Bu bağlamda ele alınacak olursa yeni medya teknolojilerinin kullanımıyla birlikte toplumsal hareketlerde kitle iletişim araçlarına olan bağımlılık azalmıştır denilebilmektedir (Tarrow, 2006). Yeni medya teknolojileri ile yeni toplumsal hareketler arasındaki bağı irdeleyen Castells, yeni medyanın toplumsal hareketler için “umut ağları”na dönüştüğünü belirtmektedir. Hükümetler ve şirketlerin tekelinde olan kitle iletişim araçlarının bilgiyi kontrollü ve kısıtlı ya da manipüle ederek aktardığı bunun aksine yeni medyanın ise toplumsal hareketlere yeni bir özgürlük alanı yarattığına vurgu yapmaktadır (Castells,2013, 2. 17; akt. Aksu, 2017, s.79).

Yeni iletişim teknolojileri, toplumların yaşam biçimlerinden kültürel değerlerine, bireylerin davranışlarından alışkanlıklarına kadar birçok noktaya temas etmiş ve yaşadığımız çağın “dijital” olarak anılmasına sebebiyet vermiştir. Aynı zamanda yeni iletişim teknolojileri, toplumsal hareketlerin değişim ve dönüşümünde de öncü bir rol oynamıştır. Toplumsal hareketlerin tarihsel süreçte geçirmiş olduğu değişimlerle birlikte “yeni toplumsal hareketler” olarak adlandırılan bir yapı ortaya çıkmış ve bu yapı daha sonraki dönemlerde dijitalleşmenin de etkisiyle farklı bir kimliğe bürünmüştür. Yeni toplumsal hareketlerin dijitalleşmenin etkisiyle kazandığı bu yeni ve farklı kimlik literatürde “dijital aktivizm” olarak adlandırılmaktadır (Akay, 2019, s. 162). Bilgi ve iletişim teknolojilerini aktif bir biçimde kullanan yeni toplumsal hareket aktivistleri, geleneksel yöntemlerle yapılan eylemlerin yeterince etkili olmadığı ve yeterince geniş bir kitleye ulaşamadığını düşünmektedirler. Küresel boyutta desteğe ihtiyaç duyan bu hareketler için yeni medya teknolojileri büyük bir kolaylık ve fırsat sağlamaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı dijital aktivizm ve yeni toplumsal hareketler kavramları

birlikte anılan ve birbirini tamamlayan iki kavram olarak kullanılmaktadır (Tani & Boztepe Taşkıran, 2018, s. 528-529).

Sonuç olarak, günümüzde gerek medya açısından gerekse insanların günlük hayatları açısından iletişimin tamamen dijital alanlara kaydığı görülmektedir. Bu nedenle, doğal olarak aktivist hareketler de dijitalleşmiş ve etkinliklerini bu alanlar üzerinden gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu durum, yeni toplumsal hareketleri güçlendiren, kolaylaştıran ve birçok açıdan özgürleştiren bir unsur olmaktadır. Artık yaşadığımız dünyada herhangi bir toplumsal hareketin teknolojiden bağımsız bir şekilde ilerlemesi düşünülememektedir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI PERSPEKTİFİNDEN DİJİTAL AKTİVİZM ARAŞTIRMASI

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının ortaya koyduğu kuramsal çerçeve doğrultusunda bireylerin dijital aktivizm hareketlerine katılım motivasyonları ile harekete katılım sonrası elde ettikleri doyumları tespit etmek, beklenen doyum ile elde edilen doyumun birbiriyle tutarlılığa sahip olup olmadığını ortaya koymaktır. Hedef kitlelerin medya kullanımı ve seçimi aşamasında aktif bir role sahip olduğuna işaret eden kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bireylerin dijital iletişim faaliyetlerini ve bu kapsamda ise dijital aktivizm hareketlerini yorumlamak açısından da kuramsal bir çerçeve önermektedir. Bu bilgilerden hareketle bu araştırma, yukarıda aktarılan ana amaçla bağlantılı olarak aşağıdaki araştırma sorularına yanıt vermek üzere planlanmıştır:

**S1:** Dijital aktivizm faaliyetlerine katılan bireylerin dijital aktivizme ve dijital aktivist hareketlere bakış açısı nasıldır?

**S2:** Dijital aktivizm faaliyetleri için hangi platform/platformları tercih etmekte ve hangi tür dijital aktivist hareketlere katılım sergilemektedirler?

**S3:** Dijital aktivizm hareketlerine katılım amaçları nelerdir?

**S4:** Dijital aktivizm hareketlerine katılım öncesinde bekledikleri ve katılım sonrası elde ettikleri doyumlar nelerdir?

**S5:** Dijital aktivizm faaliyetlerinin sonuçlarına yönelik ne tür değerlendirmeler ortaya çıkmaktadır ve bu değerlendirmelerin sonraki faaliyetlere katılım için ne tür etkileri bulunmaktadır?

#### 3.2. Araştırmanın Önemi

Günümüzde dijitalleşmenin hayatımızın her alanına girmesi aktivizm faaliyetlerinin de neredeyse tamamının çeşitli dijital mecralar üzerinden yürütülmesine sebep olmaktadır. Gerek yeni medya üzerinden yapılan aktivist faaliyetler gerekse

geleneksel sokak aktivizmi olsun bir noktada bu hareketlerin dijital platformlar üzerinden yürütülmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Herhangi bir toplumsal problemle karşılaşıldığında öncelikle konuyu gündeme getirmek, bir toplumsal farkındalık yaratmak ve taraftar toplamak için artık yeni medya platformları kullanılmaktadır. Eğer geleneksel bir aktivist faaliyet organize edilecekse yine farkındalık yaratma, taraftar toplama ve insanları yapılacak organizasyonlardan haberdar etme gibi faaliyetler bu platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Sonuç olarak, günümüzde artık yeni medyanın katkısı olmadan bir aktivist faaliyet düşünülemez. Bu gibi durumlar sonucunda dijital aktivizm kavramı üstünde durulmaya ve araştırılmaya değer bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkemizde son yıllarda iklim konusundan, hayvan haklarına ve kadın cinayetlerine kadar birçok konuda sıklıkla başvuru alan dijital aktivist faaliyetler, gündemi meşgul ederek güçlü bir kamuoyu desteği oluşturmuş ve etkili sonuçlar elde etmiştir. Gün geçtikçe daha çok konuda daha fazla insanın dahil olduğu dijital aktivist faaliyetlere katılan kişilerin, bu hareketlere katılım motivasyonlarının, deneyimlerinin ve beklentilerinin neler olduğunu öğrenmek de önem kazanmıştır. Bu noktada, yapılacak bu araştırma, dijital aktivist hareketlere katılan kişilerin hangi ihtiyaç ve motivasyonlarla bu hareketlere katıldığını ve hareketlere katıldıktan sonra ne gibi doyumlar elde ettiğini anlamaya odaklanmaktadır. Konuyla ilgili bulguları elde etmek için ise kullanıcının ihtiyaç, motivasyon ve doyumlarını odak noktasına koyan ve bunu ölçmeye çalışan iletişim kuramlarından olan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'ndan yararlanılmıştır.

Literatür incelendiğinde hem dijital aktivizm hem de kullanımlar doyumlar yaklaşımıyla alakalı çeşitli çalışmaların olduğu ancak bu iki kavramı birlikte ele alan bir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Bu açıdan alanda ilk olacak bu çalışmanın gelecekte yapılacak çalışmalara bir temel oluşturacağı ve konuyla alakalı alandaki boşluğu dolduracağı söylenebilmektedir. Ayrıca çalışmanın, bireylerin bu hareketlere katılım motivasyonlarını ve beklentilerini anlamaları konusunda dijital aktivist faaliyet yürüten sivil toplum örgütleri ve dijital aktivist platformlar gibi aktörlere yardımcı olacağı da düşünülmektedir.

### 3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği

Dijital aktivizm hareketlerine katılan bireylerin bu hareketlere katılım motivasyonları ile harekete katılım sonrası elde ettikleri doyumları tespit etmeyi ve beklenen doyum ile elde edilen doyumun birbiriyle tutarlılığa sahip olup olmadığını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın yanıt vermek istediği sorulara yönelik verilerin toplanabilmesi için kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılan kişilerle 4 ana tema altında oluşturulan ve 8 soruluk bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmede sorulacak sorular için İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan onay alınmıştır. Görüşmeler kişilerin bir kısmıyla yüz yüze yapılmış, bir kısmıyla ise kişilerin zaman problemlerinden dolayı online olarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma 05 Mayıs 2024 ile 07 Haziran 2024 tarihleri arasında dijital aktivist faaliyetlere katılmış 25 kişinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden kişilerin isimleri gizli tutulmuş ve katılım sıralarına uygun olarak Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 4, Katılımcı 5, Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 8, Katılımcı 9, Katılımcı 10, Katılımcı 11, Katılımcı 12, Katılımcı 13, Katılımcı 14, Katılımcı 15, Katılımcı 16, Katılımcı 17, Katılımcı 18, Katılımcı 19, Katılımcı 20, Katılımcı 21, Katılımcı 22, Katılımcı 23, Katılımcı 24, Katılımcı 25 şeklinde kodlanarak elde edilen bulguların sunumu gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda hazırlanan ve katılımcılardan yanıtlanması istenen sorular aşağıda yer almaktadır:

#### **Tema 1. Dijital aktivizme ve dijital aktivist hareketlere bakış açısı**

Soru 1: Dijital aktivizm nedir? Dijital aktivist kimdir? Kendinizi dijital aktivist olarak tanımlıyor musunuz?

Soru 2: Sokak aktivizmi ile dijital aktivizm arasındaki farklar nelerdir? Sokak aktivizmi ya da dijital aktivizm hareketlerinden hangisine katılmayı tercih ediyorsunuz? Neden?

#### **Tema 2. Dijital aktivizm faaliyetlerine yönelik tercihler**

Soru 3: Dijital aktivist faaliyetler için en sık kullandığınız platform hangisi/hangileridir? Neden?

Soru 4: Hangi tür dijital aktivist faaliyetlerde bulunuyorsunuz?

### **Tema 3. Dijital aktivizme katılım amaçları ve elde edilen doyumlar**

Soru 5: Dijital aktivizm faaliyetlerine katılım amaçlarınız nelerdir?

Soru 6: Dijital aktivizm hareketlerine katılmadan önceki beklentileriniz nelerdir ve bu beklentiler katılımdan sonra karşılığını buluyor mu? Dijital aktivist harekete katılım sonrası ne tür doyumlar elde ediyorsunuz?

### **Tema 4. Dijital aktivizm faaliyetlerinin sonucuna yönelik değerlendirmeler**

Soru 7: Katıldığınız dijital aktivist hareketlerin ne şekilde sonuçlandığını takip ediyor/edebiliyor musunuz?

Soru 8: Katıldığınız dijital aktivizm faaliyetinin olumlu ya da olumsuz sonuçlanması durumu başka aktivist hareketlere katılma niyetiniz ve eğiliminiz üzerinde nasıl bir etki oluşturuyor?

### **3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırma, dijital aktivist faaliyetlere katılan kişilerin beklenti, motivasyon ve doyumlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın evreni Türkiye’de 18 yaş ve üzerinde olup dijital aktivist faaliyetlere en az bir kez katılmış kişiler olarak belirlenmiştir. Ancak evrenin tamamına ulaşmanın imkân dahilinde olmaması sebebiyle araştırmada örnekleme gidilmiş ve kartopu örnekleme yöntemi ile katılımcılar tespit edilmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi, evrene üye olanların kesin olarak belirlenemediği durumlarda kullanılan bir tekniktir. Bu yöntemde, evrene dahil herhangi birisiyle bir şekilde temas kurulmakta ve bu kişinin yardımıyla bir başkasıyla, daha sonra aynı yolla bir başkasıyla iletişime geçilmektedir. Böylece kartopu etkisiyle zincirleme bir şekilde örnekleme büyütülmektedir (Coşkun, Altunışık, & Yıldırım, 2019, s. 170). Kartopu örnekleme yöntemi doğrultusunda öncelikle Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üzeri bireylerden en az bir kere dijital aktivizm faaliyetine katılan katılımcıya ulaşılmış sonrasında ise kendisinin yönlendirmesiyle diğer katılımcıların araştırmaya dahil olması sağlanmıştır. Bu kapsamda görüşmelere katılmayı kabul eden 25 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın veri toplama sürecinde doygunluğa ulaşılması sonucunda ise görüşmeler noktalanmıştır. Etik onay alındıktan sonra başlanan görüşmeler esnasında görüşmecilerin izni dahilinde ses

kaydı alınmıştır. Sonrasında kayıtlar deşifre edilerek görüşmecilerden elde edilen bilgiler toplu halde değerlendirilmiştir.

### **3.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları**

Araştırma dijital aktivizm faaliyetlerine en az bir kere katılmış bireyleri kapsamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın en temel sınırlılığını dijital aktivizm faaliyetlerine katılan tüm bireylere ulaşamamış olma konusunun oluşturduğu söylenebilmektedir. Mayıs 2024-Haziran 2024 tarihleri arasında yapılan görüşmeler 25 katılımcı ile sınırlandırılmıştır. Katılımcıların Türkiye’de dijital aktivist faaliyetlere katılmış olması ve 18 yaş ve üzeri olması sınırlılıkları da bulunmaktadır. Ayrıca, ulaşılan kişilerin görüşmelerde gerçek düşüncelerini ifade ettikleri ve yanıltıcı ifade kullanmadıkları ön kabulü de araştırmanın diğer bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra araştırma, konu ve bilgi kaynağı açısından da sınırlandırılmıştır. Araştırma konu olarak, dijital aktivizm kavramını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde incelemektedir.

### **3.6. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi**

#### ***Dijital Aktivizme ve Dijital Aktivist Hareketlere Bakış Açısına İlişkin Bulgular***

Araştırmada öncelikle katılımcıların dijital aktivizme ve dijital aktivist hareketlere bakış açılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda katılımcılara ilk olarak dijital aktivizm ve dijital aktivist kavramlarının tanımı ve kendilerini dijital aktivist olarak görüp görmedikleri sorulmuştur. Dijital aktivizmin tanımı konusunda katılımcılar genel olarak “*eskiden sokakta yapılan eylemlerin, örgütlenmelerin sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilmesi*” ya da “*toplumsal bir olaya sosyal medya aracılığıyla tepki verilmesi*” şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Dijital aktivistin tanımı ve kendilerini dijital aktivist olarak tanımlayıp tanımlamadıkları konusunda ise katılımcıların dijital aktivizm kavramına yönelik tanımlarından yola çıktıkları görülmüş, dijital aktivistleri “*herhangi bir toplumsal olayda sosyal medya ya da dijital mecralar üzerinden fikrini paylaşan, ses çıkaran kişi*” şeklinde bir tanımlamaya gittikleri tespit edilmiştir ve bu tanımı yapan katılımcıların kendilerini bu kapsamda değerlendirdikleri ortaya konmuştur. Ancak, Katılımcı 5, Katılımcı 12, Katılımcı 13, Katılımcı 18, Katılımcı 24 ve Katılımcı 25

yukarıdakine benzer bir tanım yapsalar da kendilerini dijital aktivist olarak tanımlamadıklarını ya da kısmen tanımladıklarını belirtmişlerdir. Bunun sebebi olarak bu hareketlere yeterince zaman ayırmamalarını ya da aktivistliğin çeşitli dereceleri olduğunu gerekçe olarak göstermiş ve kendilerinin dijital aktivizmi daha düşük seviyede katılımla gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Bunun dışında örneğin Katılımcı 14 ve Katılımcı 17, dijital aktivisti yukarıdaki görüşten daha farklı bir şekilde tanımlamış ve ikinci soruya cevapları da buna bağlı olarak değişmiştir. Örneğin, Katılımcı 14 dijital aktivisti; *“Bence şöyle, bu AHBAP platformu gibi sosyal medyayı iyi kullananları dijital aktivist olarak tanımlayabilirim. Aynı zamanda SMA hastaları için anneler ve babalar dışındaki gönüllüler, bağış toplayanlar, bağış geceleri düzenleyenler... Sadece SMA değil, hani örnek vermek istedim. Onlar bence dijital aktivistler oluyor.”* şeklinde tanımlamıştır. Buna bağlı olarak da kendini dijital aktivist olarak tanımlayıp tanımlamadığı sorusuna ise; *“Bence ben aktivist değilim. Aktivistlere yardımcı olan ve aktivistleri gördükçe destek olan insanlardanım diyebilirim.”* şeklinde cevap vermiştir. Aynı şekilde Katılımcı 17 dijital aktivisti; *“Dijital aktivist de bence yine bu eylemlerini internet aracılığıyla yapan ve büyük bir guruhu yani sayıca fazla bir insanı etkilemeyi başarabilen kişidir.”* şeklinde tanımlamış, diğer soruyla ilgili görüşlerini ise; *“Ben kendimi dijital aktivist olarak bence tanımlayamam. Bu tarz etkinliklere katılıyorum. Ben de görüşlerimi bu mecralarda paylaşıyorum. Ama bence ben bu hareketin bir parçası oluyorum. Dijital aktivist bence buna önderlik yapan kişidir. Yani biraz daha gönüllü, destekleyici olarak görebiliriz. Dijital aktivist bence biraz daha üst mertebede kalıyor.”* şeklinde ifade etmiştir.

Bu kapsamda ikinci soru olarak katılımcılara sokak aktivizmi ile dijital aktivizm arasındaki farkların neler olduğu, sokak aktivizmi ya da dijital aktivizm hareketlerinden hangisine katılmayı tercih ettikleri ve tercih nedenleri sorulmuştur. Sorunun ilk kısmı olan sokak aktivizmi ve dijital aktivizm arasındaki farklar konusunda katılımcıların çoğu hız, erişim kolaylığı, güvenlik, risk alma, ulaşılan kitle gibi konular açısından bu iki kavram arasında farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı 5, Katılımcı 14, Katılımcı 20 ve Katılımcı 21 dijital aktivizmin daha özgür olduğunu ve burada insanların kendilerini daha rahat ifade edebildiğini söylemiştir. Genel olarak katılımcılar, dijital aktivizmde olaylardan daha kolay ve hızlı bir şekilde haberdar olunduğunu ve çok hızlı bir şekilde büyük bir kitleye ulaşabildiğini düşünmektedirler. Aynı zamanda Katılımcı 11, Katılımcı 13 ve Katılımcı 24 dijital aktivizmde olayların global olarak yayılma ihtimalinin çok daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Katılımcı 2

ise, hukukçu, psikolog gibi normalde bu tür şeylere zamanı olmayan profesyonel insanların dijital mecralar sayesinde bu tür olaylara daha kolay dahil olduğunu bunun da sürecin daha etkin bir şekilde işlemesine yol açtığını belirtmiştir. Dijital aktivizmin olumsuz yanları olarak ise Katılımcı 4, bu tip bir aktivizmde daha çok korkaklık faktörünün olduğunu, klavye başından fikir belirtmenin daha kolay geldiğini söylemiştir. Katılımcı 8, yanlış bilginin de doğru bilgi gibi hızlı bir şekilde yayıldığını belirtmiştir. Katılımcı 15 ise, insanların bu platformlarda çok fazla araştırma yapmadan konulara dahil olduğuna vurgu yapmıştır. Katılımcılar genel olarak sokak aktivizmini özellikle güvenlik açısından çok daha riskli bulmaktadırlar. Katılımcı 3, Katılımcı 4, Katılımcı 11, Katılımcı 12, Katılımcı 15 ve Katılımcı 16 bu iki kavram arasındaki en büyük farkın risk faktörü olduğunu, sokağa çıkıldığında ötekileştirme, etiketlenme, polis müdahalesi gibi şeylerin daha çok yaşandığını belirtmişlerdir. Buna ek olarak Katılımcı 5, Katılımcı 9 ve Katılımcı 12 bu hareketlerin çok maliyetli olduğunu, kişinin çok zaman ayırması gerektiğini ve yorucu olduğunu söylemişlerdir. Bunun yanı sıra, Katılımcı 6, Katılımcı 8, Katılımcı 17, Katılımcı 18, Katılımcı 19 ve Katılımcı 23 sokak aktivizmine katılmanın çok daha cesaret gerektirdiği, bu eylemlerin daha ciddiye alındığı, insana ortaya daha somut bir şey koyuyormuş hissi verdiği, gerçeklik oranının daha yüksek olduğu, daha etkili olduğu, meydanlarda bulunmanın hala çok daha güçlü bir etkisinin olduğu ve bu eylemlere katılanların, katılım ve katıldıkları şeyin arkasında durma anlamında daha çok sorumluluk aldıklarını ifade etmişlerdir.

Bu iki aktivizm türünden hangisini tercih ettikleri ve neden tercih ettikleri sorusuna katılımcılar genel olarak ikisini de tercih edebildiklerini ancak şu an konjonktürel olarak dijital aktivizm hareketlerine daha çok katıldıklarını söylemişlerdir. Bununla birlikte Katılımcı 1, Katılımcı 5, Katılımcı 21 ve Katılımcı 25 sadece dijital aktivizm hareketlerine katılmayı tercih ettiklerini söylemişlerdir. Çünkü bu hareketlere katılmanın çok daha kolay olduğunu, fiziksel olarak yorulmadıklarını, bireysel olarak gerçekleştirebildiklerini bu nedenle de bu hareketlere katılmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcı 4, Katılımcı 6, Katılımcı 11, Katılımcı 15, Katılımcı 18 ve Katılımcı 23 aslında sokak aktivizmine katılmayı tercih ettiklerini ancak artık bu faaliyetlere katılmanın güvenli olmadığını düşündükleri için dijital aktivizm faaliyetlerine yöneldiklerini söylemişlerdir. Ayrıca bu kişiler, sokak aktivizminde yasal izin vs. gibi konuların da insanları bu hareketlere yönelttiğini ifade etmektedirler. Katılımcı 18 bu konuyla ilgili düşüncelerini "*Ben sokak aktivizmine de katıldım zamanında farklı konularda. Artık dijitalden yapıyorum çünkü sokakta aktivizm*

*yapmanın güvenli olduğu bir ülkede yaşadığımı düşünmüyorum kişisel olarak. Yani bunu tolere eden ne bir yönetim sistemi var ne de bunu tolere edebilen bir toplum var. Sadece devlet otoritesinden bahsetmiyorum burada. Toplumsal toleransın da çok yüksek olmadığını düşünüyorum çok uzun zamandır.”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı 2, Katılımcı 7, Katılımcı 8 ve Katılımcı 12 bu aktivist hareketlerin ikisine de katılmayı sevdiklerini ama eskiye göre çalışma hayatı, çocuk sahibi olmak ya da yaş gibi sebeplerden dolayı sokak aktivizmine çok fazla zaman ayıramadıklarını ve erişim kolaylığı, fiziksel olarak mekânda bulunma zorunluluğunun olmaması gibi sebeplerle artık dijital aktivizm faaliyetlerine daha çok katıldıklarını vurgulamışlardır. Bunun dışında örneğin Katılımcı 3, her ne kadar sokak aktivizmine katılmayı tercih etse de kamu görevlisi olduğu için dijital aktivizme yöneldiğini ancak hız, ulaşılan kitle ve erişim kolaylığı açısından bu aktivizm türünün daha etkili olduğunu düşündüğünü dile getirmiştir. Katılımcı 7, Katılımcı 13 ve Katılımcı 22 bu iki aktivizm türünün mutlaka birbirleri ile desteklenmesi, birbirlerinin tamamlayıcısı olması ve birbiriyle bağlantılı bir şekilde yürütülmesi gerektiğini düşünmektedirler.

Dijital aktivizme ve dijital aktivist hareketlere bakış açısına ilişkin elde edilen bulgulara göre katılımcıların görüşleri genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların dijital aktivist faaliyetleri tanımlama biçimleri literatürde yer alan tanımlarla benzerlik göstermektedir. Katılımcıların çok büyük bir kısmı dijital aktivist kavramını benzer şekilde tanımlasalar da kendilerini bu kapsama dahil etmek konusunda farklı görüşler beyan etmişlerdir. Bu durumun dijital aktivizm faaliyetlerine ayrılan zaman ve etki alanlarının büyük ya da küçük olmasından kaynaklı olduğu anlaşılmaktadır. Sokak aktivizmi ve dijital aktivizm arasındaki farklar konusunda genel olarak katılımcılar yine literatürde yer verilen bakış açlarına benzer bir şekilde görüş bildirmiş ve özellikle hız, geniş bir kitleye ulaşabilme, mekândan bağımsız olma ve erişim kolaylığı gibi konularda dijital aktivizmin daha ön plana çıktığını söylemişlerdir. Bu iki aktivizmden hangisini tercih ettikleri konusunda ise genel olarak sağladığı kolaylıklar ve katılımcılara göre sahip olduğu avantajlardan dolayı dijital aktivizme katılmayı daha çok tercih ettiklerini ifade etmişler. Ayrıca katılımcılardan birkaçı literatürde de belirtilen dijital aktivizmin sokak aktivizminden beslendiği ve birbiriyle desteklenmesi gerektiği yönündeki görüşle benzer görüşler de ifade etmişlerdir.

### ***Dijital Aktivizm Faaliyetlerine Yönelik Tercihlere İlişkin Bulgular***

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların dijital aktivizm faaliyetlerindeki tercihlerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu kapsamda üçüncü soru olarak katılımcılara dijital aktivist faaliyetlere katılırken hangi platformları, neden tercih ettikleri sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya verilen cevaplar doğrultusunda en çok kullanılan platformun Instagram olduğu, ikinci sırada ise yeni adıyla X eski adıyla Twitter olduğu söylenebilmektedir. Ancak katılımcılardan birçoğu birkaç farklı yerden ve farklı şekilde bu faaliyetleri yürüttüğünü de belirtmiştir. Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 4, Katılımcı 7, Katılımcı 8, Katılımcı 11, Katılımcı 12, Katılımcı 13, Katılımcı 15, Katılımcı 20, Katılımcı 21, Katılımcı 23 ve Katılımcı 24 dijital aktivist faaliyetler için ilk sırada Instagram kullandıklarını söylemişlerdir. Bunun nedeni olarak şu an en çok bu sosyal medyayı kullanmaları, burada takipçi sayılarının daha fazla olması, farklı mecraların kitlesel olarak farklılıklar göstermesi vs. gibi sebepler belirtmişlerdir. Katılımcıların birkaçı dönem dönem başka sosyal medya platformlarının öne çıktığını eskiden başka sosyal medya hesaplarını daha çok kullandıklarını ama şu an kitle buraya kaydığı için kendilerinin de bu sosyal medya platformunu gündelik hayatları için daha çok kullandıklarını dolayısıyla aktivist hareketleri de buradan yürüttüklerini belirtmişlerdir. Örneğin Katılımcı 12 konuyla ilgili görüşlerini, *“Yani şu an Instagram’ı kullanıyorum. Bundan 3-4 yıl belki 5 yıl öncesine kadar da eski adıyla Twitter şimdiki adıyla X’i kullanıyordum. Tamamen o platformdaki kendi alışkanlıklarımdan ötürü. Yani ben şu an Instagram’da çok daha fazla vakit geçiriyorum, daha fazla kişiye ulaşabiliyorum ve günümüzde de bu platformun daha aktif olduğunu düşünüyorum Twitter’a göre. O yüzden şu an Instagram’ı kullanıyorum. Birkaç yıl öncesine kadar da Twitter’ı kullanıyordum.”* şeklinde ifade etmektedir. Katılımcı 24 ise *“Bence tercih değil, bence sosyal medyanın da şu an hepsinin teknolojik olarak da yaş portföyü olarak da belli segmentleri var diyebiliriz. Önceden bu Facebook’tu, şu an Instagram daha yaygın. Şu an benim çevrem ve benim en çok kullandığımız platform Instagram denebilir. O yüzden de en çok Instagram’dan bu tarz paylaşım yapıyorsam yapıyorum, katılıyorsam oradan gördüğüm linkler üzerinden katılıyorum, başka bir imza vs. neyse kampanyalara da oradan katılıyorum.”* şeklinde görüşlerini dile getirmiştir. Ayrıca, ilk sırada Instagram’ı tercih eden katılımcılardan birkaçı Twitter’da bu faaliyetlerin daha fazla yürütüldüğünün farkında olduklarını ancak Twitter’ın çok fazla bu konulara odaklı işlediği, daha sert olduğu ve konuların hızlı bir şekilde alevlenip kavgaya dönüşmesi sebebiyle bu faaliyetlere Twitter’dan katılmayı tercih

etmediklerini belirtmişlerdir. Katılımcı 2 Instagram'ı tercih etmesinin sebebini şu şekilde ifade etmiştir: *"Ben şu an Instagram'ı tercih ediyorum. Twitter hesabım vardı ama şu an çok aktif değil. Çok da girmemeye çalışıyorum. Çünkü çok fazla fikir var (Twitter'da), çok fazla görüş var ve orada artık boğuluyorsun. Bir dijital aktivist olarak filtreleyemiyorum. Yani istediğim konuya yönelik. Ona hep maruz kaldığım için zaten hep maruz kalmanın getirdiği bir şeyle hareket de edemiyorum. Ama Instagram'da öyle bir filtre var. Instagram'ın kuruluş amacı aslında daha farklı olduğu için zaten filtreliyor. Çok önemli bir şeyse Instagram'a geliyor ve bu ses getirecek, önemli bir şey olduğu için benim gündemime öyle giriyor ve o zaman ben kontak kuruyorum. Sonra Twitter'a bakıyorum, sonra haberlere bakıyorum, sonra dünyadaki haberlere bakıyorum gibi bir sistematiğim var."* Bu katılımcılardan sadece Katılımcı 8, Katılımcı 15 ve Katılımcı 20 sosyal medya hesabı olarak yalnızca Instagram kullandıkları için bu faaliyetleri de buradan gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu katılımcıların dışında kalan kişilerden Katılımcı 3, Katılımcı 5, Katılımcı 6, Katılımcı 10, Katılımcı 14, Katılımcı 17, Katılımcı 18, Katılımcı 22 ve Katılımcı 25 katıldıkları dijital aktivist faaliyetler için eski adıyla Twitter yeni adıyla X platformunu kullanmaktadır. Katılım sebebi olarak da bu platformun görselden ziyade yazılı bir platform olması, kendilerini ifade etmeye daha uygun olması, bu tür aktivist eylemlere daha uygun bir platform olduğunu düşünmeleri, buradaki kitlenin diğer platformlara göre daha bilinçli ve bilgili olduğunu düşünmeleri ve buradan kanaat önderi ya da aktivist olduğunu düşündükleri kişileri birebir takip edebilmenin ve onların düşüncelerini öğrenmenin daha kolay olması gibi nedenlerden ötürü bu hareketlere katılımı Twitter'dan yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu konuyla alakalı Katılımcı 10 fikirlerini şu şekilde dile getirmiştir: *"Ben aktif olarak Twitter'ı kullanıyorum zaten. Twitter'ı kullandığım için. Bir de toplumun entelektüel kesiminin daha fazla kullandığı bir platform olduğunu düşünüyorum Twitter'ı. Bununla beraber ciddiyet noktasında belki aynı şeyi söyleyemem ama entelektüel kesimin daha çok kullandığı bir yer olduğu için fikrini beyan edip çok kolay bir şekilde toplumu örgütleyecek kişilerin buralarda var olduğunu biliyorum. Hani ben o yüzden Twitter'ı kullanıyorum."* Bunun dışında bu katılımcılardan birçoğu bu sosyal medya kullanımının yanında change.org üzerinden online imza kampanyalarına da katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcı 9 ve Katılımcı 19 sadece change.org üzerinden imza kampanyaları imzalayarak bu tür faaliyetlere katıldığını belirtmiştir. Bunların dışında çok az da olsa LinkedIn, e-mail, WhatsApp grupları ve WhatsApp'tan durum

paylaşımı üzerinden de aktivist faaliyetlere katıldığını belirten katılımcılar bulunmaktadır.

Dördüncü soru olarak katılımcılara hangi tür dijital aktivist faaliyetlerde bulunduğu sorulmuştur. Katılımcılar bu soruya genel olarak herhangi bir konuyla alakalı kendi fikirlerini yazdıkları gönderiler veya hikayeler paylaşmak, hashtaglere katılmak, takip ettikleri belli başlı sayfaların gönderilerini kendi hesaplarından gönderi, hikâye ya da retweet yaparak paylaşmak, beğendikleri tweetleri retweet yapmak ve online imza kampanyalarına katılmak şeklinde cevaplamışlardır. Katılımcı 3, Katılımcı 5, Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 10, Katılımcı 11, Katılımcı 12, Katılımcı 13, Katılımcı 17, Katılımcı 22 ve Katılımcı 25 başka faaliyetlere katılsalar da en çok hashtagler üzerinden dijital aktivizm faaliyetlerine katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu katılımı kullandıkları sosyal medya platformuna göre hikâye olarak paylaşma, konu etiketi olarak paylaşma, hashtagle birlikte tweet atma veya retweet yapma şeklinde gerçekleştirmektedirler. Katılımcılar ayrıca zaman zaman kendileri de gönderi hazırladıklarını ancak çoğu zaman hazırlanmış olan bir şeye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların büyük bir kısmı bir hashtag çalışmasına katıldığında ya da bir gönderiyi tekrar paylaştığında kendi fikirlerini de ekleyerek paylaştıklarını söylemişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların birçoğu change.org üzerinden imza kampanyalarına katıldıklarını ve daha sonra katıldıkları bu kampanyaları sosyal medyaları üzerinden paylaştığını da ifade etmiştir.

Katılımcı 2 sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çalışmakta ve onların dijital aktivist faaliyetlerine destek vermektedir. Katılımcı 4 ve Katılımcı 8'in ise Instagram üzerinden aktivist faaliyet gösteren sayfaları bulunmaktadır. Bu üç kişinin yürüttüğü aktivist faaliyetler içerik itibarıyla diğerlerinden farklılık göstermektedir. Örneğin Katılımcı 2 bu konuyu şu şekilde ifade etmektedir: *"Genellikle gördüğüm postlardan ya da arkadaşlarım WhatsApp üzerinden bir tweet paylaşıyor o tweeti görerek ilerliyoruz. Artık şu şekilde ilerliyor, dijital aktivistlerden ya da yüz yüze görüştüğümüz aktivistlerden oluşan bir grubumuz var, mesela Filistin'le alakalı ya da hayvan haklarıyla alakalı ya da kadınlarla alakalı o WhatsApp grubunda sadece o konuyla ilgili gerektiğinde ve destek alınması istendiği noktada yazılıyor ve bu şekilde iş bölümü yaparak bu konuda araştırma yapıyoruz ve buna yönelik diyelim ki bir bildiri hazırlıyoruz, örneğin Birleşmiş Milletlere gönderiyoruz. Mesela, hayvanlar konusunda bir durum var. Bir ekip destek olabilir misiniz diyor. İşte öncelikle onun bir kanıt toplama işi var. İlk önce sosyal medyanın analiz edilmesi lazım. Sonra arka planda*

*birilerinin aranıp iletişim kurulması, kurum ve kuruluşun aranması var. Bunun hukuksal boyutu var. Bir hukukçu arkadaş var. Bu çok spontane, vakit buldukça yaptığımız şeyler.”* Diğer iki katılımcı ise sayfa sahibi oldukları için yine dijital platformlar aracılığıyla ilgilendikleri konunun taramasını yaptıklarını ve orijinal içerik (gönderi, video, görsel vs.) ürettiklerini ifade etmişlerdir. Bunların dışında çok az olmakla birlikte profil resmi çerçeveleme, kullanıcı ismi değiştirme, WhatsApp durumu paylaşma, Instagram’da şablona katılma gibi katılımlar da bulunmaktadır.

Dijital aktivizm faaliyetlerine yönelik tercihlere ilişkin genel bulgulara göre katılımcılar, dijital aktivist faaliyetlere katılırken dijital mecralardan en çok sosyal medya platformlarını kullanmayı tercih etmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı ilk tercih olarak Instagram kullanırken ikinci sırada eski adıyla Twitter yeni adıyla X, üçüncü sırada ise change.org bulunmaktadır. Bunun sebebi olarak ise sosyal medya hesaplarının dönemsel olarak kullanım oranlarının yoğunlaşması ve araştırma verilerinin toplandığı söz konusu dönemde de Instagram’ın yoğun kullanım oranlarından bahsedilmektedir. Katılımcılar günlük hayatlarında en çok Instagram’ı kullandıkları için dijital aktivist faaliyetlerini de bu platformdan gerçekleştirdiklerini dile getirmişlerdir. Bu platformlar üzerinden bu aktivist hareketleri nasıl gerçekleştirdikleri sorusuna verilen cevaplardan yola çıkarak katılımcıların en çok Taraf Olma/Farkındalık Aktivizmi, Slaktivizm ve Kliktivizm şeklinde bu hareketlere katılım gösterdikleri söylenebilmektedir.

### ***Dijital Aktivizme Katılım Amaçları ve Elde Edilen Doymalara İlişkin Bulgular***

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların dijital aktivizme katılım amaçları ile elde ettikleri doyumların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda katılımcılara beşinci soru olarak dijital aktivizm faaliyetlerine katılım amaçlarının neler olduğu sorulmuştur. Genel olarak katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplardan dijital aktivizme katılım amaçları şu şekilde sıralanabilmektedir: ses çıkarmak, bir şeyin parçası olmak, küçük de olsa katılım sağlamak, duyarlılık oluşturmak, dikkat çekmek, rahatsızlığı-protestoyu dile getirmek, konulara dair bilinç oluşturmak, dezavantajlı grupların sesi olmak, kurumları harekete geçirmek için baskı oluşturmak, konunun geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak, görünürlüğü artırmak, fikir belirtmek, farkındalık oluşturmak ya da farkındalığı artırmak. Bunların yanı sıra Katılımcı 18 ve Katılımcı 20, bu faaliyetlere

katılmanın vicdan rahatlamaya yönelik bir yönünün olduğunu düşünmektedir. Katılımcı 18 bu noktada görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: *“Yani şöyle taraf olacaksak tarafı belli etmek biraz. Açıkçası şunu da söylemek lazım biraz vicdan rahatlatıcı bir şey de oluyor. Anlatabildin mi? İyi anlamda, pozitif olarak söylemiyorum bunu. Biraz şey gibi oluyor, masa başında oturuyoruz belli kaygılarımız var, siyasi kaygılarımız, işimizi kaybetme kaygısı eğer ticari bir kurumsa bu veya başka bir şey. Kendimizi ifade edemediğimiz için daha anonim veya çok da sokak gösterisi kadar ses getirmeyecek ama tarafını da belli edecek orta yolcu çözüm olarak görüyorum dijital aktivizmi. Bu biraz soft bir şey onu anlıyorum. Ama mevcut konjonktürde de hiç tepkisiz kalmaktansa daha iyi olduğunu da düşünüyorum. Yani kendi yakın çevremden en azından birkaç kişiye o imza attığım konuya dair bir odak noktası yaratabiliyorsa o da iyi bir şey.”* Bunların yanı sıra katılımcılardan bazıları taraf olma, tarafını belli etmenin de kendileri için önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Altıncı soru olarak katılımcılara, dijital aktivizm hareketlerine katılmadan önceki beklentilerinin neler olduğu, bu beklentilerin katılımdan sonra karşılığını bulup bulmadığı ve dijital aktivist hareketlere katıldıktan sonra ne tür doyumlar elde ettikleri sorulmuştur. Bu soruda katılımcıların bir kısmı sorunun odak noktasını anlamakta zorlanmışlardır. Araştırmacının amacı sadece katılım açısından beklenti ve tatminleri öğrenmek iken katılımcılar bu soruya katıldıkları hareketlerin nasıl sonuçlandığı konusunda bağımsız bir şekilde cevap vermekte zorlanmışlardır. Bunun üzerine araştırmacı sorunun başına “nasıl sonuçlandığından bağımsız olarak düşünürsek, sadece katılım açısından düşünürsek, sadece bir tweet paylaşma ya da bir hikâye paylaşma açısından düşünürsek” vs. şeklinde eklemeler yaparak soruyu yöneltmiştir. Buna rağmen katılımcılardan bazıları istedikleri sonuçların elde edilememesi vs. gibi konularla soruyu bağdaştırmaya devam etmiştir. Konuşmanın ilerleyen safhalarında bu soru özelinde sorunun asıl amacını açıklayan küçük eklemeler yapılmaya devam edilmiştir. Bu doğrultuda Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 8, Katılımcı 9, Katılımcı 11, Katılımcı 14, Katılımcı 15, Katılımcı 17, Katılımcı 18, Katılımcı 19, Katılımcı 20, Katılımcı 21, Katılımcı 22, Katılımcı 23 ve Katılımcı 24 sadece bir harekete katılma açısından düşündüklerinde beklentilerinin karşılandığını vurgulamışlardır. Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda herhangi bir dijital aktivist faaliyete katılırken beklentiler şu şekilde sıralanabilmektedir: ses çıkarmak, yalnız hissetmemek, duyurulmasını sağlamak, kamuoyu oluşturmak, bir şeyin parçası olmak, elini taşın altına sokmak, bir şeyler yapabildiğini hissetmek, bir işe yaramak,

bir probleme olumlu katkı sunmak, içten geçen şeyleri dışa vurmak, bir değişimin parçası olmak, bir grubun parçası olmak, ufak da olsa bir tepki vermek, farkındalığı artırmak, kişilerin sesini duyurmak, bir şey yapmış olma ihtiyacı. Katılımcılar bu beklentiler açısından düşündüklerinde bir tweet atmanın, bir hikâye paylaşmanın, bir online imza kampanyasına vs. katılmanın bu beklentilerini karşıladığını söylemişlerdir. Bu tür bir katılım sonucunda katılımcılar; bir gruba ait hissetmek, vicdan rahatlatmak, daha iyi hissetmek, yalnız olmadığını hissetmek, sorumluluk almış olduğunu hissetmek, iyi bir şey yaptığını hissetmek, elinden geleni yaptığını hissetmek, katkı sunduğunu hissetmek gibi tatminler yaşamaktadırlar. Katılımcı 6 konuyla ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: *“Öncelikle tabi ki bir soruna dikkat çeken bir grubun içerisinde yer almak, kolektif bir bilincin içerisinde yer almak duygusal tatmin elbette sağlıyor. Bana kalırsa bireysel olarak da örgütsel olarak da yaptığımız tüm faaliyetler bence bir doyuma ulaşmak için. Bilerek ya da bilmeyerek bir duygusal tatmin amacıyla yapılan bir durum. Bunu yaparken tabi ki bir toplumun, bir dünyanın içerisinde yaşıyoruz. Dolayısıyla bir toplumun, bir dünyanın içerisinde yaşarken her şeye kayıtsız kalan da bir grup var. Ama her şeye kayıtsız kalıp yalnızca şikâyet ederek de olmuyor. Dolayısıyla bir şeylerin de değişmesini istiyoruz tabi ki, belirli problemlerin çözülmesini istiyoruz. Katıldığım şeyler bazen evet sonuca ulaşabiliyor, bazen istenmeyen sonuçlara ulaşabiliyor, bazen sonuca hiç ulaşmıyor. Ama yine de bir şeylerin parçası olmak mesela burada önemli. Ve sonuca ulaştığında tabi ki o duygusal tatmin oranı daha da artıyor. Yani dijital aktivizmin getirdiği en önemli şey de bu belki de bir sorun var, o sorunu çözmek için büyük şeyler yapmak yerine dijital aktivizm bunu kolaylaştırıyor bir noktada da. Yani oturduğum yerden dünyanın her yerindeki pek çok şeye katılım sağlayabiliyorum, bir farkındalık oluşturuluyor vs.”*

Diğer katılımcılar ise bu sürecin kendileri açısından herhangi bir tatmin sağlamadığını belirtmişlerdir. Bu aşamada katılımcılar sonucun kendileri için çok önemli olduğunu ve çoğu zaman istedikleri sonuca ulaşılmadığına vurgu yapmışlardır. Dolayısıyla bu süreci kendileri açısından beklentilerini karşılayan ya da tatmin eden bir süreç olarak görmemektedirler.

Dijital aktivizme katılım amaçları ve elde edilen doyumlarla ilişkin genel bulgulara göre, katılımcıların dijital aktivist faaliyetlere katılım amaçlarına baktığımızda ses çıkarmak, bir şeyin parçası olmak, küçük de olsa katılım sağlamak, duyarlılık oluşturmak, dikkat çekmek, rahatsızlığı veya protestoyu dile getirmek, toplumsal konulara dair bilinç oluşturmak, dezavantajlı grupların sesi olmak, kurumları harekete

geçirmek için baskı oluşturmak, konunun geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak, görünürlüğü artırmak, fikir belirtmek, farkındalık oluşturmak ya da farkındalığı artırmak motivasyonlarıyla bir dijital aktivist faaliyete katıldıkları görülmektedir. Katılımcıların cevapları sonucunda oluşturulan bu amaçlar, kullanımlar ve doyumlar kuramı açısından hangi ihtiyaçlar doğrultusunda bu faaliyetlere katıldıkları noktasında değerlendirildiğinde kurama temel oluşturan ihtiyaç türlerinden Bilişsel İhtiyaçlar, Duygusal İhtiyaçlar, Kişisel Bütünleşme İhtiyacı ve Sosyal Bütünleşme İhtiyacı ile benzerlikler gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte verilen cevaplara kurama temel oluşturan ihtiyaç türlerinden Gerçeklerden Kaçış İhtiyacı kapsamında bakıldığında bu ihtiyaç türünün katılımcılarda karşılığını bulmadığı görülmektedir.

Katılımcılara sorulan dijital aktivizm hareketlerine katılmadan önceki beklentilerinin neler olduğu, bu beklentilerin katılımdan sonra karşılığını bulup bulmadığı ve dijital aktivist hareketlere katıldıktan sonra ne tür doyumlar elde ettikleri sorusuna verilen cevaplara göre, genel itibariyle bir dijital aktivist harekete katılmadan önceki beklentiler yani bu katılım faaliyetiyle aranan doyumları yalnız hissetmemek, kamuoyu oluşturmak, bir şeyin parçası olmak, elini taşın altına koymak, bir şeyler yapabildiğini hissetmek, bir işe yaramak, bir probleme olumlu katkı sunmak, bir değişimin parçası olmak, bir grubun parçası olmak, ufak da olsa bir tepki vermek, farkındalığı artırmak, kişilerin sesini duyurmak, bir şey yapmış olma ihtiyacı gibi sıralamak mümkündür. Katılım sonrasında elde edilen doyumlar ise bir gruba ait hissetmek, vicdan rahatlatmak, daha iyi hissetmek, yalnız olmadığını hissetmek, sorumluluk almış hissetmek, iyi bir şey yaptığını hissetmek, elinden geleni yaptığını hissetmek, katkı sunduğunu hissetmek olarak sıralanabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında hareketlere katılım bağlamında aranan doyum ile elde edilen doyumun tutarlı olduğu sonucuna varılabilmektedir.

### ***Dijital Aktivizm Faaliyetlerinin Sonucuna Yönelik Değerlendirmelere İlişkin Bulgular***

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların dijital aktivizm faaliyetlerinin sonucuna yönelik değerlendirmelerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara yedinci soru olarak katıldıkları dijital aktivist hareketlerin ne şekilde sonuçlandığını takip edip etmedikleri sorulmuştur. Katılımcı 1, Katılımcı 3, Katılımcı 4, Katılımcı 6, Katılımcı 9, Katılımcı 11, Katılımcı 13, Katılımcı 14, Katılımcı 15,

Katılımcı 16, Katılımcı 19, Katılımcı 21, Katılımcı 23 ve Katılımcı 25 katıldıkları faaliyetlerin sonuçlarını takip ettiklerini ya da takip etmeye çalıştıklarını söylemişlerdir. Ancak, bu katılımcılardan bir kısmının bilinçli olarak bu sonuçları takip etmeye çalıştığı diğer bir kısmının ise sosyal medya algoritmaları sayesinde önüne ister istemez geldiği için konuyla ilgili gelişmelerden haberdar olduğu anlaşılmıştır. Katılımcı 21 konuyla ilgili olarak görüşlerini *“Zaten benim katıldığım şeyler genelde mutlaka gündem oluyor. O zincirin bir halkası oluyorum. Olduğum için de zaten Instagram algoritması da direkt bunu mutlaka karşıma çıkarıyor. Sonucunu da karşıma çıkarıyor. Mutlaka da bir haberim oluyor. Yani soruyu anladığım kadarıyla özellikle takip ediyor muyum, yani bir takip süreci var mı? Özel bir takip sürecim yok. Ama zaten karşıma mutlaka sonuç çıkıyor.”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı 13 ise konuyla ilgili *“Tabi. Ama mesela bilinçli olarak mı takip onu bilmiyorum. Takip ediyorum tabi çünkü haber dinliyoruz. İşte bir de sosyal medya şu anda o kadar aktif bir şey ki her gün Instagram’a girdiğim için bilinçli mi ediyorum bilinçsiz mi bilmiyorum, ama ediyorum.”* şeklinde görüş bildirmiştir.

Katılımcı 10, Katılımcı 12, Katılımcı 17, Katılımcı 20, katılımcı 22 ve Katılımcı 24 hareketlerin nasıl sonuçlandığını takip edemediklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar özellikle çok büyük olaylarda bir şekilde konunun gidişatını duysalar da daha küçük çaplı olaylarda nasıl sonuçlandığını ya da gidişatının ne olduğunu bilmediklerini söylemişlerdir. Katılımcı 20 durumu *“Çok takip edemiyorum ben. Ortada yaşıyoruz, her gün bir şey oluyor açıkçası ülkemizde, çevre ülkelerde o yüzden açıkçası çok yapamıyorum ya. Daha çok etraftan duyuyor gibiyim. O sonuçlansa bile başka bir şey oluyor sanki. Yani bana getirdiği hissiyat bu.”* şeklinde ifade etmiştir. Dijital aktivist faaliyetleri diğer katılımcılara göre daha profesyonel bir şekilde gerçekleştiren Katılımcı 2 ve Katılımcı 8 için ise olayın gidişatını takip etme durumunun biraz daha farklı olduğu gözlenmiştir. Bu kişiler kendilerinin organize ettikleri ya da başlattıkları, arka planında çalıştıkları olayların takibini rahat bir şekilde yaparken bu organizasyonlardan bağımsız, bireysel olarak başkaları tarafından oluşturulmuş kampanyalara katıldıklarında çok fazla takip edemediklerini söylemişlerdir. Bununla birlikte katılımcılardan bazıları change.org üzerinden katıldıkları imza kampanyalarının sonuçları maille bildirildiği için bundan haberdar olmanın daha kolay olduğunu dile getirmişlerdir.

Son soru olarak katılımcılara katıldıkları dijital aktivizm faaliyetlerinin olumlu ya da olumsuz sonuçlanması durumunun başka aktivist hareketlere katılma niyetlerini ve

eğilimlerini nasıl etkilediği sorulmuştur. Bu soruya çoğu katılımcı hareketin olumsuz sonuçlanması durumunda kendileri üzerinde nasıl bir etki oluşturduğunu anlatarak cevap vermiş, bunun üzerine araştırmacı bu soruya “olumlu olduğunda nasıl hissediyorsunuz?” şeklinde ekstra bir soru eklemiştir. Katılımcıların tümü hareketlerin olumlu sonuçlanmasının kendilerini pozitif etkilediğini, işe yaradıklarını hissettiklerini ve başka hareketlere katılma konusunda şevk verdiğini ifade etmişlerdir. Bu anlamda hareketlerin olumlu sonuçlanması katılımcıların başka dijital aktivist faaliyetlere katılım durumlarını etkilemektedir. Öte yandan katılınan hareketlerin olumsuz sonuçlanması bir katılımcı hariç geriye kalan tüm katılımcıları demotive etse de olumsuz etkilememektedir. Yani katılım eğilimi açısından yorumlanacak olursa hareketlerin olumsuz sonuçlanması durumu katılımcıların bir sonraki harekete katılma niyetini etkilememektedir. Sadece Katılımcı 24, yıllar içerisinde katıldığı hareketlerde sonuç alınamaması durumu sebebiyle eskisi kadar çok dijital aktivist hareketlere katılmadığını belirtmiştir. Bunun dışındaki tüm katılımcılar, dahil oldukları hareketlerin üst üste olumsuz sonuçlanması durumunda dahi bu hareketlere tamamen katılmamayı düşünmediklerini, kendileri üzerinde bu kadar etkisi olmadığını, bazen morallerinin bozulduğunu, motivasyonlarının düştüğünü ancak kendileri için önemli olan başka bir olay yaşandığında yine de bu hareketlere katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu anlamda dijital aktivist faaliyetlerin olumsuz sonuçlanması her ne kadar demotive edici olsa da katılımcıların şevki kırılmamaktadır. Ayrıca katılımcılar, burada kendileri açısından önemli olanın bir olayla ilgili nasıl tavır aldıkları ve o olaya nasıl tepki verdikleri olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı 10 bu konuyla ilgili görüşlerini “*Olumlu olunca kesinlikle etkiler. Olumsuz olunca da etkilemez yani. Çünkü bu şekilde bakmadığım için herhalde. Bir şekilde ben onu görev olarak düşünüyorum, onu yapmamız gerekiyor ve bunun bir şekilde çözülemiyor oluşu bizimle alakalı değil. İnsan bireysel olarak bundan... kötü sonuçlar çıkarmıyorum kendi adıma. Bu benim moralimi bozmuyor. Bir şekilde hani toplumdaki bir birey olarak görevimizi her seferinde yerine getirmek için çabalıyorum yani.*” şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı 21 ise durumu “*Etkilemez. Çünkü zaten benim için orada benim nasıl davrandığım önemli olduğu için yani olumsuz da olsa ben sonrakine yine katılırım. Çünkü orada o konu hakkında benim ne düşündüğüm... dediğim gibi ben dijital aktivizm olayını zincirin bir halkası olmak olarak görüyorum. Orada bir zincir varsa onun bir halkası olabiliyorsam, bir duruş sergiliyorsam benim için önemli olan bu. Yoksa yine yaparım yani olumsuz olsa da. Kendi düşüncemi ifade etmek, o tepkimi ortaya koymak. Sonuçlanmasa da*

olur. Türkiye burası, hiçbir şey sonuçlanmayabilir, her şey çok hızlı da sonuçlanabilir bugünden yarına.” şeklinde açıklamaktadır. Dijital aktivist faaliyetler yürüten bir sayfa sahibi olan Katılımcı 8 ise soruyu, sayfa sahibi olarak ayrı bireysel katılımcı olarak ayrı cevaplamıştır. Sayfa sahibi olması açısından görüşleri şu şekildedir: “Bence çok belirleyici. Çünkü dediğim gibi biz bu sayfayı 2021 yılında açmıştık aynı motivasyonla ve aynı derecede bence hevesliydik bir şeyler yapmaya. Ama o zaman sayfamız büyümedi. Çok küçük bir alanda kaldık ve devam etmedik. Kendi duyarlılığımız devam ediyordu sonuçta ama o aktivizmimiz orada kaldı. Ama bu sene şu an çok iyi bir karşılık aldığımız için orada sürekli bir akış olduğu için aylardır devam ediyoruz yani. Tabi ki burada şu an bu saldırının (Filistin) da aylardır devam ediyor olmasıyla da alakalı. Ama bir şekilde o eforun görülmesi, duyulması, desteklenmesi bence devam etmeyi sağlıyor. Diğer türlü hani yaptığım şey bir şeye tesir etmiyor, çok az kişiye gidiyor gibi olsaydı sanırım bu kadar devam edemeyebilirdi.” Ancak kişisel olarak katıldığı aktivist faaliyetler sorulduğunda sonucun kendisini etkilemediğini belirtmiştir. Ayrıca, Katılımcı 2, Katılımcı 9 ve Katılımcı 13 katıldıkları bir aktivist faaliyet olumsuz sonuçlanınca daha çok hırslandıklarını ve bununla ilgili daha aktif olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların dijital aktivizm faaliyetlerinin sonucuna yönelik değerlendirmelerine ilişkin genel bulgulara göre, katılımcıların dijital aktivist hareketlerin ne şekilde sonuçlandığını takip edip etmedikleri sorusuna verdikleri cevaplardan çok küçük bir kısmının bilinçli bir takip sürecine girdiği, büyük bir kısmın hareketlerin sonuçlarını öğrenseler de bunu bilinçli bir şekilde yapmadığı anlaşılmıştır. Bir kısmı ise katıldıkları hareketlerin sonuçlarını takip edemediklerini söylemişlerdir. Bu sonuçlar kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının dayandığı Aktif İzler Kitle kavramı açısından değerlendirilecek olursa, katılımcıların bu hareketlere çoğu zaman bilinçli bir katılım göstermedikleri görülmektedir. Son soru olan dijital aktivizm faaliyetlerinin olumlu ya da olumsuz sonuçlanması durumunun başka aktivist hareketlere katılma niyetini etkileyip etkilemediği sorusuna katılımcıların tümü olumlu olunca pozitif anlamda etkilendiklerini söylemişlerdir. Ancak, katıldıkları bu hareketler olumsuz sonuçlanınca bir kişi hariç tüm katılımcılar bu durumdan etkilenmediklerini dile getirmiş ve özellikle kendileri için önemli olduğunu düşündükleri konularda hareketlere katılmaya devam ettiklerini ifade etmişlerdir.

## SONUÇ

İnternetin zaman içerisindeki gelişimi ve yaygın olarak kullanımıyla birlikte insanlar kendilerine yeni bir kamusal alan yaratmış ve bazı konulara ilişkin seslerini duyurmak, fikirlerini beyan etmek, haksızlıklara karşı tepkilerini göstermek için yeni medya platformlarını kullanmaya başlamışlardır. Zamanla toplumsal hareketlerin de şekli değişmiş ve yeni medya platformlarının örgütlenme yeri olarak kullanıldığı aktivist hareketler ortaya çıkmaya başlamıştır. Dijitalleşmenin gün geçtikçe hayatın her alanına girmesi sonucunda toplumsal ve bireysel yaşamın günlük pratikleri tamamen değişmiş ve gerek medya açısından gerekse insanların günlük hayatları açısından iletişim tamamen dijital alanlara kaymıştır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak aktivizm faaliyetlerinin de neredeyse tamamı çeşitli dijital mecralar üzerinden yürütülür olmuştur. İlk çıktıkları zamanlarda insanların sosyalleşmek ve eğlence amaçlı kullandığı sosyal medya platformları, zaman içerisinde dijital aktivistler için seslerini duyurmada ve örgütlenmede kullanılan bir araç haline gelmiştir. Bugün artık dijital mecraların dahil olmadığı bir aktivist hareketten bahsetmek pek olası gözükmemektedir. Öyle ki herhangi bir sivil toplum örgütü tarafından organize edilen geleneksel aktivist bir hareket için bile başlangıç noktası dijital platformlar olmaktadır.

Son yıllarda ülkemizde kadın hakları, hayvan hakları, iklim krizi vs. gibi birçok konuda büyük kitlelerin katılımıyla birçok dijital aktivist faaliyet gerçekleştirilmektedir. Her geçen gün daha çok insanın daha fazla konuda dahil olduğu bu hareketler literatür açısından da gittikçe önem kazanmıştır. Bu noktada yapılan bu araştırma, dijital aktivist hareketlere kendinden önce yapılan araştırmalardan farklı bir bakış açısı kazandırmak amacıyla konuyu Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı açısından ele almıştır. Bireylerin iletişim araçlarını ihtiyaç ve gereksinimlerini tatmin etmek ve doyuma ulaştırmak amacıyla kullandıklarını savunan bu yaklaşım, izleyiciyi konunun ana noktasına oturtmuştur. Günümüzün gelişen teknolojileriyle ve yeni medya ortamlarıyla birlikte yaklaşım, yeni iletişim teknolojilerine uyarlanmaya başlanmıştır. İletişim araştırmalarının ilk dönemlerinden itibaren en önemli konulardan bir tanesi olan izleyici, zamanla dijitalleşmenin etkisiyle kullanıcıya dönüşmüştür. Özellikle yeni medya ve sosyal medyanın izleyiciyi bir katılımcı ve üretici konumuna getirmesi, yaklaşım açısından ilgi çekici ve araştırmaya değer bir konu olarak görülmektedir.

Bu noktadan yola çıkılan bu araştırmada, dijital aktivist hareketlere katılan kişilerin hangi ihtiyaç ve motivasyonlarla bu hareketlere katıldığını ve hareketlere

katıldıktan sonra ne gibi doyumlar elde ettiğini anlamaya odaklanılmıştır. Konuyla ilgili bulguları elde etmek için ise kullanıcının ihtiyaç, motivasyon ve doyumlarını odak noktasına koyan ve bunu ölçmeye çalışan iletişim kuramlarından olan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'ndan yararlanılmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında, Türkiye'de dijital aktivist faaliyetlere katılmış 25 kişiyle yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir ve bu görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular, tezin ilk iki bölümünde aktarılan kavramsal çerçeve bağlamında değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda dijital aktivist faaliyetlere katılan kişilerin dijital aktivizme dair bakış açıları, bu faaliyetlere katılırken hangi kanallar üzerinden, nasıl, hangi motivasyonlarla hareket ederek bu faaliyetlere katıldıkları ve ne tür doyumlar elde ettiklerine yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Bu amaçla dijital aktivist faaliyetlere katıldığı tespit edilen katılımcılara görüşmelerde 4 ana tema altında 8 soru sorulmuştur. Belirlenen bu dört tema, araştırma sorularından yola çıkılarak oluşturulmuş ve bu sorulara cevap verecek unsurları içerecek şekilde tasarlanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre ilk olarak katılımcıların dijital aktivist hareketlere bakış açısı değerlendirilmiştir. Katılımcıların dijital aktivizmi ve dijital aktivist hareketleri tanımlama şekli literatürde yer alan tanımlarla tutarlı olmuştur. Sokak aktivizmi ve dijital aktivizm arasındaki farklar konusunda katılımcılar yine literatürde belirtilen tarzda farklılıkları dile getirmiş, bunlardan hangisini tercih ettikleri konusu ise daha çok ülkenin şu anki konjonktürel durumuna vurgu yapılarak belirtilmiştir. Hem güvenlik sebepleri hem de artık dijitalleşmenin çok fazla günlük hayatın akışına dahil olması dijital aktivist hareketlerin daha çok tercih edilmesine sebep olmaktadır. Katılımcıların bu konuyla ilgili genel görüşleri literatürün dijital aktivizme yönelik iyimser, kötümser ve tutarlı bakış açılarına göre incelendiğinde ise bu araştırma sonuçlarının iyimser bakış açısını destekler nitelikte olduğu söylenebilmektedir. Her ne kadar katılımcılar dijital aktivizme katılımlarını konjonktürün bir gereği gibi dile getirseler de bu aktivizm türünü kolaylığı, esnekliği, zamansızlığı, kitlelere ulaşma ve onları harekete dahil etme gücü açısından çok avantajlı bulmaktadırlar.

Dijital aktivist faaliyetlere yönelik tercihler açısından bakıldığında katılımcıların bu faaliyetlere katılırken en çok sosyal medya mecralarını tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcılar, bu hareketlere dahil olurken dönemsel olarak en çok kullanılan sosyal medya platformu hangisi ise bu platformu tercih etmektedirler. Hareketlere katılım şekli olarak katılımcıların bu hareketlere en çok Taraf

Olma/Farkındalık Aktivizmi, Slaktivizm ve Kliktivizm şeklinde dahil oldukları görülmüştür. Bu katılım türlerine bakıldığında dijital aktivizmin en rahat ve risksiz bir şekilde gerçekleştirilebilen ve kolayca günlük hayatın akışına dahil edilebilen türler olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların risk almadan ve en hızlı şekilde dahil olabilecekleri hareketleri tercih ettikleri sonucuna varılabilmektedir.

Araştırma dijital aktivizm faaliyetlerine katılım amaçları ve elde edilen doyumlar açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların çoğunun katılım motivasyonlarının literatürle büyük oranda örtüştüğü görülmektedir. Katılımcıların bu hareketlere dahil olma motivasyonları kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına temel oluşturan ihtiyaç türlerinden Bilişsel İhtiyaçlar, Duygusal İhtiyaçlar, Kişisel Bütünleşme İhtiyacı ve Sosyal Bütünleşme İhtiyacı ile uyumaktadır. Bu noktada katılımcılar, olaylardan haberdar olma, bir gruba dahil olma, taraf olma, kendilerini iyi hissetme, bir şeye katkı sağlama vs. gibi temel motivasyonlardan yola çıkarak bu faaliyetlere katılmaktadırlar. Bu açıdan araştırma sonuçları, daha önceki araştırmalarda görülen yeni medya kullanım motivasyonlarıyla benzerlikler göstermektedir. Ancak, insanların günlük hayatta karşılaştıkları stres, sıkıntı gibi olumsuz duyguları dengelemek için iletişim araçlarına yönediklerini vurgulayan Gerçeklerden Kaçış İhtiyacı, dijital aktivizm açısından bakıldığında karşılığını bulmamaktadır. Katılımcılar açısından bakıldığında bu faaliyetlere katılım stres atma veya eğlence gibi motivasyonları kapsamamakta tam tersi çoğu katılımcı psikolojik olarak bu konulardan etkilendiklerine vurgu yapmaktadır. Aranılan doyum ve elde edilen doyum açısından bakıldığında harekete katılım bağlamında katılımcıların beklentilerinin karşılığını bulduğu görülmüştür.

Katılımcıların dijital aktivist faaliyetlerin sonucuna ilişkin değerlendirmelerine bakıldığında, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temelini oluşturan Aktif İzler Kitle kavramını karşılamadığı düşünülmektedir. İzleyiciyi iletişim sürecinin merkezine alan ve tercihlerinde bilinçli olduğunu savunan aktif izler kitle kavramı, izleyiciyi aktif ve bilinçli seçim süreci olan kişiler olarak tanımlamaktadır. Literatürde de belirtildiği gibi günümüzde izleyiciyi "kullanıcı" olarak değerlendirmek mümkündür. Bu araştırma kapsamında da aktif izler kitle, dijital aktivizm faaliyetlerine katılan kişiler olarak varsayılmaktadır. Bu kavram açısından değerlendirildiğinde, her ne kadar kişiler katılmak istedikleri aktivist faaliyetler konusunda bilinçli bir tercih yaptıklarını ifade etseler de bu faaliyetlerin takip edilmesi konusunda aynı bilinç ve aktif bir takip süreci yaşanmamaktadır. Katıldıkları hareketlerin devamını takip etmemeleri ve sıradaki bir diğer harekete geçmeleri, bu hareketlerin içeriğinden çok "katılım" faaliyetine önem

verdiklerini göstermektedir. Bu durum da bu kavramın dijital aktivist faaliyetler açısından karşılıksız kaldığını düşündürmektedir. Ayrıca, katılımcıların hareketlerin olumsuz sonuçlanması durumundan genel olarak etkilenmediği görülmüştür. Katılımcılar bu konuda, kendileri için bir şey ifade eden durumlara katılmanın önemli olduğu, bir duruş sergilemenin önemli olduğu ve orada bir ses çıkarmış olma hissini kendileri için önemli olduğu konularına vurgu yapmışlardır. Bu her ne kadar katılımcılar ve bir dijital aktivist faaliyet açısından önemli gibi gözükse de sokak aktivizminde görülen adanmışlık konusunun bu faaliyetlerde olmadığı sonucunu da çıkarmak mümkün olmaktadır. Sokak aktivizminde insanlar günlerce, aylarca bir tek konuyla ilgili çaba gösterirken dijital aktivist faaliyetlerde katılımcılar çoğu zaman katıldıkları hareketin sonucunu da önemsemeden bir sonraki harekete geçmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, dijital aktivist faaliyetlere katılan kişilerin katılım açısından gerekli doyuma ulaştığı, kendilerini duygusal olarak ve toplumdaki görünüşleri açısından tatmin ettikleri sonucuna ulaşılabilmektedir. Ancak, bilinçli bir katılım ve harekete adanmışlık açısından bakıldığında katılımcıların bu konuda yeterli bir bilinç ve hassasiyet göstermedikleri sonucuna ulaşılabilmektedir.

Yapılan bu çalışma dijital aktivizm kavramını kullanımlar doyumlar ve yaklaşımı açısından ele alan ilk çalışmadır. Bu anlamda gelecekte yapılacak çalışmalar için bir temel oluşturması ve alandaki boşluğu doldurması beklenmektedir. Dijital aktivizm hareketlerini katılımcılar açısından ele alan başka çalışmaların da yapılması hem literatür açısından hem de dijital aktivist faaliyet yürüten sivil toplum örgütleri ve dijital aktivist platformlar gibi aktörlere yardımcı olacaktır. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen nitel veriler kullanılmıştır. Daha sonraki çalışmalarda bu verilerden yola çıkılarak nicel veriler elde edilebilecek çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Acar Odyakmaz, N. (2019). Yeni Medya Ekolojisinin Dijital Aktivizme Etkisi. H. Boztepe Taşkıran, & M. Mengü (Dü) içinde, *Dijital Aktivizm Üzerine* (s. 103-137). İstanbul: Der Yayınları.
- Aka, L. B. (2021). Sosyal Medya Kullanım Davranışları ile Yalnızlık Olgusu Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Doktora Tezi*.
- Akay, R. A. (2019). Sivil Toplum Kuruluşları ve Dijital Aktivizm. H. Boztepe Taşkıran, & M. Mengü (Dü) içinde, *Dijital Aktivizm Üzerine* (s. 139-178). İstanbul: Der Yayınları.
- Akbıçak, A. (2017). Yeni İletişim Teknolojileri ile Dönüşüme Uğrayan Aktivizm Olgusu: change.org ve avaz.org Çözümlenmeleri. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksu, O. (2017). Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Dijital Aktivizm: Dijital Feminizm Örneği. *Doktora Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Anderson, E. G. (2021). Online Activism and Real Life Environmentalism. *Yüksek Lisans Tezi*. Portland State University.
- Aral, G. A. (2018). A new audience experience Revisiting uses and gratifications approach in the framework of subscription video-on-demand platforms. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.
- Ateşgöz, K. (2021). Medyanın Dijitalleşmesi Sürecinde Web 2.0 Kullanıcılarının Haber Tüketim Tercihleri Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Bir Alan Araştırması. *Doktora Tezi*. Eskişehir.
- Ayhan, B., & Çavuş, S. (2014). İzleyici Araştırmalarında Değişim: Kullanımlar ve Doyumlardan Bağımlılığa. *Selçuk İletişim*, 8(2), 32-60.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Bayram, F. (2007). Bireylerin Gazete Okuma Alışkanlıkları: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Göre Okuyucu Davranışları, Tercihleri ve Nedenleri Üzerine Bir Uygulama. *Doktora Tezi*.

- Bağ, S. M. (2020). Slaktivizm: Yeni Medya ve Siyasal Eylemin Dönüşümü. H. Hülür, & C. Yaşın (Dü) içinde, *Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim* (s. 350-368). Ütopya Yayınevi.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları* (1 b.). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Birsen, Ö. (2005). Çok seçenekli medya ortamında kitle iletişim araçlarının tüketim ve seçim biçimi: Eskişehir örneğinde bir izlerkitle araştırması. *Doktora Tezi*.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication research*, 6(1), 9-36.
- Blumler, J. G. (2019). Uses and Gratifications Research. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1-8.
- Boztepe Taşkiran, H. (2019). Uses and gratifications approach, social media and personal branding: a study on social media users in Turkey. *Communication Today*, 10(1), 142-155.
- Briones, R. L., & Janoske, M. (2016). How American students perceive social networking sites: An application of uses and gratifications theory. *Social Networking and Education: Global Perspectives*, 239-253.
- Brodock, K. (2010). Economic and Social Factors: The Digital (activism) Divide. *Digital Activism Decoded: the New Mechanics of Change* (s. 71-85). içinde New York: International Debate Education Association.
- Cammaerts, B. (2007). Activism and Media. B. Cammaerts, & N. Carpentier (Dü) içinde, *Reclaiming The Media: Communication Rights and Democratic Media Role* (s. 217-224). Bristol, Chicago: Cambrian Printers.
- Chen, G. M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in human behavior*, 27(2), 755-762.
- Chon, M. G., & Park, H. (2020). Social Media Activism in The Digital Age: Testing An Integrative Model of Activism on Contentious Issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 72-97.

- Christensen, H. S. (2011). Political Activities on The Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means? *First Monday*, 16(2).
- Christiansen, J. (2009). Four Stages of Social Movements. *EBSCO Publishing*.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cohen, J. (2016). Strateji ya da Kimlik: Yeni Teorik Paradigmalar ve Sosyal Hareketler. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 109-129). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Considine, S. (2003). Homepage: Internet Activism and Women. *Field: A Free Journal for Architecture*, 3(1), 133-141.
- Curran, J., Fenton, N., & Freedman, D. (2012). *Misunderstanding The Internet* (Cilt 1.). New York: Routledge.
- Çayır, K. (1999). Toplumsal Sahnenin Yeni Aktörleri: Yeni Sosyal Hareketler. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 13-32). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çil, S. (2021). Dijital Aktivizm. A. Zinderen (Dü.) içinde, *Dijital Sosyoloji Çalışmaları* (s. 93-119). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Della Porta, D., & Diani, M. (2006). *Social Movements: An Introduction* (2. b.). USA: Blackwell Publishing.
- Demirkıran, P. (2013). Hacktivizm. A. R. Keleş, & Y. Sal (Dü) içinde, *Hack Kültürü ve Hacktivizm* (s. 27-33). İstanbul: Alternatif Bilişim.
- Diani, M. (1992). The Concept of Social Movement. *The Sociological Review*, 40(1), 1-25.
- Doğan, M. Z. (2017). Dijital Aktivizm Bağlamında Günümüz Toplumsal Hareketleri ve Türkiye Örneği: Gezi Parkı Olayı. *Doktora Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dumlu, K. Ş. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Annelerin ve Çocukların Yeni Medya Araçlarını Kullanımı ve İletişim Düzeylerine Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.

- Durmuş Bektaş, S., & Gezgin, S. (2020). Yeni Medyada Toplumsal Hareketler: Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Dijital Aktivizm Araştırması. R. Koç (Dü.) içinde, *Ağ Toplumunda İmaj, Kimlik, Gözetim: Dijital Aktivizm* (s. 31-67). Konya: Eğitim Yayın Evi.
- Earl, J., & Kimport, K. (2011). *Digitally Enabled Social Change: Activism in The Internet Age*. London: Massachusetts Institute of Technology.
- Erben, Ş. E. (2019). Aktivizmin Dijital Dönüşümü. *Doktora Tezi*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi* (2 b.). Ankara: Erk.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (2 b.). (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat.
- Furuncu, D. (2014). Yeni Toplumsal Hareketler, Küreselleşme ve Dijital Aktivizm: Gezi Parkı Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Garip, S. (2022). Dijital Aktivizm Ve Sosyal Medya Aktivizm Kavramlarını Ayırmak: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6(14), 81-89.
- George, J. J., & Leidner, D. E. (2019). From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism. *Information and Organization*, 29(3), 1-45.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and The Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2017). From Cyber-Autonomism to Cyber-Populism: An Ideological History of Digital Activism. *tripleC*, 15(2), 477-489.
- Giddens, A. (2006). *Sociology* (5 b.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Gitlin, T. (2003). *Letters To A Young Activist*. New York: Basic Books.
- Gladwell, M. (2010). *Small Change*. Şubat 2024 tarihinde The New Yorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell> adresinden alındı

- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının Whatsapp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *TRT Akademi*, 3(6), 590-612.
- Grant, R. (2018). Uses and Gratifications Theory. R. L. West, & L. H. Turner içinde, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (s. 387-401). New York: McGraw-Hill Education.
- Gürel, E., & Nazlı, A. (2019). Dijital Aktivizm: Change. org Kampanyaları Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(19), 187-206.
- Habermas, J. (1981). New Social Movements. *Telos*, 33-37.
- Hakverdigil, R. K. (2019). Toplumsal Hareketlerin Dijital Dönüşümü: Slaktivizm Üzerine Bir Araştırma. *Yükseklisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Işık, G. (2015). *Sanaldan Sokağa Toplumsal Hareketler* (2. b.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Islam, A. N., Mäntymäki, M., & Kefi, H. (2020). Decomposing Social Networking Site Regret: A Uses and Gratifications Approach. *Information Technology & People*, 33(1), 83-105.
- Jasper, J. M. (2014). *Protest: A Cultural Introduction to Social Movements*. Cambridge: Polity Press.
- Jensen, K. B., & Rosengren, K. E. (1990). Five traditions in search of the audience. *European Journal of Communication*, 5(2), 207-238.
- Johnston, H., Larana, E., & Gusfield, J. R. (1999). Kimlikler, Şikâyetler ve Yeni Sosyal Hareketler. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 131-168). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Joyce, M. C. (2010). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. New York: International Debate Education Association.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*(1), 131-156.
- Karakoç, E., & Gülsünler, M. E. (2012). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Facebook: Konya Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(18), 42-57.

- Karatzogianni, A. (2015). *Firebrand Waves of Digital Activism 1994-2014: The Rise and Spread of Hacktivism and Cyberconflict* (1. b.). UK: Palgrave Macmillan.
- Karayılan, G. (2020). Planlanmış Davranış Teorisinin Slaktivizme Etkisi: Twitter Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karpf, D. (2016). *Analytic Activism: Digital Listening and The New Political Strategy*. New York, USA: Oxford University Press.
- Katz, E. (1959). Mass communications research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Departmental Papers (ASC)*, 1-6.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 164-181.
- Kaun, A., & Uldam, J. (2018). Digital Activism: After The Hype. *New Media & Society*, 20(6), 2099-2106.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2004). A Web for All Reasons: Uses and Gratifications of Internet Components for Political Information. *Telematics and informatics*, 21(3), 197-223.
- Kendall, D. (2012). *Sociology in Our Times* (8. b.). Wadsworth: Cengage Learning.
- Kızıl, A. (2021). Dördüncü Dalga Feminist Yankı Alanları: Dijital Araç ve Uygulamalar. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kim, J. N., & Sriramesh, K. (2009). Activism and Public Relations. K. Sriramesh, & D. Vercic (Dü) içinde, *The Global Public Relations Handbook* (s. 85-104). New York: Routledge.
- Kim, J. Y. (2002). A cross-media study of Koreans' media choice process and consumption patterns in the new media environment. *The University of Southern Mississippi*.

- Koç, F. (2017). Türkiye'de Yeni Toplumsal Hareketlerin Dönüşümünde Sosyal Medyanın Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1567-1577.
- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama. *Doktora Tezi*. Eskişehir.
- Kosenko, K. A., Bond, B. J., & Hurley, R. J. (2018). An Exploration Into The Uses and Gratifications of Media for Transgender Individuals. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 274-288.
- Köse, G. (2020). Toplumsal hareketlenmede önemli bir durak: Sosyal ağlarda dijital aktivizm ve dinamiklerine ilişkin y ve z kuşağının farkındalıkları üzerine bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1255-1288.
- Köygülü, Ö. (2019). Bir Dijital Aktivizm Türü Olarak Slaktivizm: Lisansüstü Öğrenciler Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Krapp, P. (2005). Terror and Play, or What Was Hacktivism? *Grey Room*, 21(8), 70-93.
- Krause, A. E., & Brown, S. C. (2019). A Uses and Gratifications Approach To Considering The Music Formats That People Use Most Often. *Psychology of Music*, 49(3), 1-20.
- Kucur Bilginer, A. (2020). Aktivizm, Yeni Medya ve Dijital Aktivizm. E. Eroğlu, & B. Taşdelen (Dü) içinde, *Dijital Çağda İletişim Çalışmaları ve Medya Araştırmaları* (s. 119-133). İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Laraña, E., Johnston, H., & Gusfield, J. R. (1994). *New Social Movements: From Ideology To Identity*. Philadelphia: Temple University.
- 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*, (s. 811-820).

- Leizerov, S. (2000). Privacy Advocacy Groups versus Intel: A Case Study of How Social Movements Are Tactically Using The Internet to Fight Corporations. *Social Science Computer Review*, 18(4), 461-483.
- Lievrouw, L. A. (2011). *Alternative and Activist New Media* (1. b.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay, & D. Kömürçü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McCarthy, J. D., & Zald, M. N. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory . *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212-1241.
- McLeod, J. M., Bybee, C. R., & Durall, J. A. (1982). Evaluating media performance by gratifications sought and received. *Journalism Quarterly*, 59(1), 3-5.
- McQuail, D. (1984). With the benefit of hindsight: Reflections on uses and gratifications research. *Critical Studies in Media Communication*, 1(2), 177-193.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2017). *İletişim Modelleri (Kitle İletişim Çalışmalarında)* (4. b.). (K. Yumlu, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Melucci, A. (1999). Çağdaş Hareketlerin Sembolik Meydan Okuması. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 81-107). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.
- Muntiga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Exploring motivations for brandrelated social media use. 30(1), 13-46.
- Murdoch, S. (2010). Destructive Activism: The Double-Edged Sword of Digital Tactics. M. Joyce (Dü.) içinde, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change* (Cilt 137-148, s. 137-148). New York: International Debate Education Association.
- Nielsen, R. K. (2010). Digital Politics as Usual. M. Joyce (Dü.) içinde, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change* (s. 181-196). New York: International Debate Education Association.

- Noland, A. (2017). Social Media Activists: Analyzing The Relationship Between Online Activism and Offline Attitudes and Behaviors. *The Journal of Social Media in Society*, 6(2), 26-55.
- Nordenstreng, K. (1970). Comments on "gratifications research" in broadcasting. *The Public Opinion Quarterly*, 34(1), 130-132.
- Offe, C. (1999). Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 53-79). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Oxford Dictionary*. (2024). Oxford Learner's Dictionaries: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/activism?q=activism> adresinden alındı
- Özbaş, H. (2019). Yeniçağın Parmak Aktivistleri Slaktivistler: Profil Belirlemeye Yönelik Keşifsel Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir.
- Özmen, İ. (2020). Dijital platformların kullanımlar ve doyumlar bağlamında alınılanması: Netflix ve Blutr örneği . (Master's thesis, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*).
- Paktin, S. (2012). *Sosyal Medya Dünyayı Kurtarır Mı?* Şubat 2024 tarihinde <https://gq.com.tr/teknoloji/sosyal-medya-dunyayi-kurtarir-mi> adresinden alındı
- Palmgreen, P. (1984). Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective. *Annals of the International Communication Association*, 8(1), 20-55.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1982). Gratifications sought and media exposure an expectancy value model. *Communication research*, 9(4), 561-580.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, C. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication research*, 7(2), 161-192.
- Papacharissi, Z. (2009). Uses and Gratifications. D. W. Stacks, & M. B. Salwen içinde, *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (s. 137-152). Londra: Routledge.
- Perse, E. M., & Courtright, J. A. (1993). Normative images of communication media mass and interpersonal channels in the new media environment: Mass and

- interpersonal channels in the new media environment. *Human communication research*, 19(4), 485-503.
- Quan-Haase, A. (2012). Is the uses and gratifications approach still relevant in a digital society? Theoretical and methodological applications to social media. *Journal of Mass Communication & Journalism*, 2(7).
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of science, technology & society*, 30(5), 350-361.
- Ranney, K. R. (2014). Social Media Use and Collective Identity Within The Occupy Movement. *Doktora Tezi*. University of Hawaii at Manoa.
- Ricketts, A. (2012). *The Activists' Handbook: A Step-By-Step Guide To Participatory Democracy*. London-New York: Zed Books.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in The 21St Century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.
- Scholz, T. (2010). Infrastructure: Its Transformations and Effect on Digital Activism. M. Joyce (Dü.) içinde, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change* (s. 17-31). New York: International Debate Education.
- Scott, A. (1990). *Ideology and The New Social Movements*. London: Unwin Hyman.
- Searle-Chatterjee, M. (1999). Occupation, Biography and New Social Movements. *The Sociological Review*, 47(2), 258-279.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *İletişim kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları* (5. b.). (A. A. Bir, & K. Z. Meral, Çev.) İstanbul: The Kitap.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25.
- Shepard, J. M. (2013). *Sociology* (11. b.). Wadsworth, Cengage Learning.
- Sinav, A. (2019). 65 Yaş ve Üzeri Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Kullanımlar Ve Doymular Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği . *Doktora Tezi*. Eskişehir.

- Sivitanides, M., & Shah, V. (2011). The Era of Digital Activism. *In Conference for Information Systems Applied Research*, 4(1842), 01-08.
- Smith, M. F. (2005). Activism. R. L. Heath (Dü.) içinde, *Encyclopedia of Public Relations* (s. 5-9). California: Sage Publications.
- Soriano, M. R. (2013). Internet as a Driver of Political Change: Cyber-pessimists and Cyber-optimists. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 1, 332-352.
- Stache, L. C. (2015). Advocacy and Political Potential at The Convergence of Hashtag Activism and Commerce. *Feminist Media Studies*, 15(1), 162-164.
- Sucu, İ. (2014). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açısından sosyal medya sanal dünya oyunu olarak second life örneği. *Doktora Tezi*.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525.
- Swanson, D. L. (1977). The Uses And Misuses Of Uses And Gratifications 1. *Human Communication Research*, 3(3), 214-221.
- Şentürk, Ü. (2006). Küresel Yeni Sosyal Hareketler ve Savaş Karşıtlığı. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1), 31-46.
- Şıvgın, Z. M. (2020). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Slaktivizmi Yeniden Düşünmek. *Sanat ve Tasarım Dergisi*(26), 647-668.
- Tani, E. (2018). Yeni Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm: Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tani, E. (2019). Ağ Toplumunda Sokak Aktivizminden Dijital Aktivizme Geçiş. H. Boztepe Taşkiran, & M. Mengü (Dü) içinde, *Dijital Aktivizm Üzerine* (s. 1-31). İstanbul: Der Yayınları.
- Tani, E., & Boztepe Taşkiran, H. (2018). Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarının Dijital Aktivizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(47), 524-546.

- Tarrow, S. (2006). *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TDK. (2023). Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Tilly, C. (2016). *Identities, Boundaries and Social Ties*. New York: Routledge.
- Turhan, D. G. (2016). Bilgi toplumu kavramı çerçevesinde dijital yerliler ve dijital aktivizm. *Doktora Tezi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turhan, D. G. (2017). Dijital Aktivizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26-44.
- Turow, J. (2009). *Media Today: An Introduction to Mass Communication* (3 b.). New York: Routledge.
- Tüfekçi, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. London: Yale University Press.
- Uçkan, Ö. (2015). Sokak + (Dijital) İletişim = Aktivizm. Şubat 2024 tarihinde Politus: <https://politus.com.tr/sokak-dijital-iletisim-aktivizm/> adresinden alındı
- Uçkan, Ö. (2012). *Dijital Aktivizm mi? Aktivizm mi?* Şubat 2024 tarihinde Spot Dergi: <https://spotdergi.wordpress.com/2012/05/30/dijital-aktivizm-mi-aktivizm-mi/#more-15> adresinden alındı
- Uysal, A. (2009). Toplumsal Hareketler İçin Kaynak Yaratma ve Kullanma Stratejileri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 217-238.
- Uzun, R. (2013). İzleyici Merkezli Yaklaşımlar. E. Yüksel içinde, *İletişim Kuramları* (s. 84-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Van Laer, J., & Van Aelst, P. (2010). Internet and Social Movement Action Repertoires: Opportunities and Limitations. *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146-1171.
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. (6 b.). New York: McGraw-Hill Education.

- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, 16(4), 362-369.
- Yaman, D. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında İfluencerların Z Kuşağı Sosyal Medya Kullanıcılarına Etkileri. *Yüksek Lisans Tezi, Samsun*.
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #blacklivesmatter. *Media and Communication*, 4(4), 13–17.
- Yegen, C. (2014). Bir Dijital Aktivizm Biçimi Olarak Slaktivizm: change.org Örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 84-108.
- Yıldırım, Ş., Özdemir, M., & Alparslan, E. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Bir Sosyal Paylaşım Ağı İncelemesi: Facebook. *Intermedia International e-Journal*, 5(8), 42-65.
- Yıldırım, Y. (2013). *Sosyal Forum'dan Öfkeli'ler'e* (2 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yılmaz, B., DüNDAR, G., & Oskay, T. (2015). Dijital Ortamda Aktivizm: Çevrimiçi İmza Kampanyalarına Katılım Davranışlarının İncelenmesi (Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma). *E-Journal of Intermedia*, 2(2), 481-504.
- Yılmaz, H. (2021). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Instagram Anneleri Takip Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi. Konya*.
- Youmans, W. L., & York, J. C. (2012). Social Media and The Activist Toolkit: User Agreements, Corporate Interests and The Information Infrastructure of Modern Social Movements. *Journal of Communication*, 62(2), 315-329.
- Zuckerman, E. (2008). *The Cute Cat Theory Talk at ETech*. Şubat 2024 tarihinde <https://ethanzuckerman.com/2008/03/08/the-cute-cat-theory-talk-at-etech/> adresinden alındı

## EKLER

### EK 1: YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME SORULARI

#### Tema 1. Dijital aktivizme ve dijital aktivist hareketlere bakış açısı

**Soru 1:** Dijital aktivizm nedir? Dijital aktivist kimdir? Kendinizi dijital aktivist olarak tanımlıyor musunuz?

**Soru 2:** Sokak aktivizmi ile dijital aktivizm arasındaki farklar nelerdir? Sokak aktivizmi ya da dijital aktivizm hareketlerinden hangisine katılmayı tercih ediyorsunuz? Neden?

#### Tema 2. Dijital aktivizm faaliyetlerine yönelik tercihler

**Soru 3:** Dijital aktivist faaliyetler için en sık kullandığınız platform hangisi/hangileridir? Neden?

**Soru 4:** Hangi tür dijital aktivist faaliyetlerde bulunuyorsunuz?

#### Tema 3. Dijital aktivizme katılım amaçları ve elde edilen doyumlar

**Soru 5:** Dijital aktivizm faaliyetlerine katılım amaçlarınız nelerdir?

**Soru 6:** Dijital aktivizm hareketlerine katılmadan önceki beklentileriniz nelerdir ve bu beklentiler katılımdan sonra karşılığını buluyor mu? Dijital aktivist harekete katılım sonrası ne tür doyumlar elde ediyorsunuz?

#### Tema 4. Dijital aktivizm faaliyetlerinin sonucuna yönelik değerlendirmeler

**Soru 7:** Katıldığınız dijital aktivist hareketlerin ne şekilde sonuçlandığını takip ediyor musunuz?

**Soru 8:** Katıldığınız dijital aktivizm faaliyetinin olumlu ya da olumsuz sonuçlanması durumu başka aktivist hareketlere katılma niyetiniz ve eğiliminiz üzerinde nasıl bir etki oluşturuyor?

## EK 2: ETİK KURUL ONAYI

Tarih ve Sayı: 14.05.2024-2560601



T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu  
Başkanlığı



Sayı :E-35980450-663.05-2560601  
Konu :Ezgi YILMAZ

**Sayın Ezgi YILMAZ**

İlgi : 17.04.2024 tarih, 2524140 sayılı yazı

Sorumlu araştırmacılığımı üstlendiğiniz 2024/155 dosya numaralı "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Dijital Aktivizm Hareketlerine Bir Bakış" başlıklı çalışma, Kurulumuzun 29.04.2024 tarih ve 04 sayılı toplantısında görüşülerek etik yönden uygun bulunmuş olup, karar ekte sunulmuştur.

Bilgilerinize sunarım.

Prof. Dr. Naci Tolga SARUÇ  
Başkan

Ek:Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Kararı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSU3DEV4TSP Pin Kodu :19173

Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/istanbul-universitesi-ebys>

Istanbul Üniversitesi Merkez Kampüsü

34452 Beyazıt/Fatih-Istanbul

Tel : 0212 440 20 89 Faks : 0212 440 20 88

e-posta : [sosyalbilimleretikkurul@istanbul.edu.tr](mailto:sosyalbilimleretikkurul@istanbul.edu.tr) Elektronik Ağ : [www.istanbul.edu.tr](http://www.istanbul.edu.tr)

Keş Adresi: [istanbuluniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:istanbuluniversitesi@hs01.kep.tr)

Bilgi için : Arzu ÜSTÜNEL TAŞKIN



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER  
ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU BAŞKANLIĞI

Tarih ve Sayı: 10.05.2024-2554559



İlgili makama,

İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kurumsal İletişim Yüksek Lisans Programı Öğrencisi **Ezgi YILMAZ** "Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Perspektifinden Dijital Aktivizm Hareketlerine Bir Bakış" başlıklı, **2024/155** dosya numaralı, 17.04.2024 tarih ve **2524140** sayılı başvurusu ile İ.Ü. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'na başvurmuştur. 29.04.2024 tarihinde gerçekleştirilen inceleme sonucunda, adı geçen çalışmada etik açıdan bir sorun olmadığına oybirliği ile karar verilmiştir. Gereğini bilgilerinize saygılarımızla sunarız.

Unvanı / Adı / Soyadı	Kurumu	Araştırma ile İlişki	Karar	İmza
Prof. Dr. Naci Tolga SARUÇ (Başkan)	İktisat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Eray YURTSEVEN (Başkan Yardımcısı)	İstanbul Tıp Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Çiğdem Börke TUNALI (Başkan Yardımcısı)	İktisat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Hanife Özlem SERTEL BERK	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Faruk Kerem GİRAY	Hukuk Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Rasim İlker GÖKBULUT	Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Yasemin İŞIKTAÇ	Hukuk Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Selahattin KARABINAR	İktisat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Seyhan NİŞEL	İşletme Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	İZİNLİ
Prof. Dr. Mustafa Hamdi SAYAR	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Aydın TOPALOĞLU	İlahiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Ahmet ÖZTÜRK	İktisat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Prof. Dr. Tufan KARABULUT	Devlet Konservatuvarı	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Doç. Dr. Nuray TURAN	Hemşirelik Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Doç. Dr. Ayşen ŞATIROĞLU	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Doç. Dr. Göklem TEKDEMİR	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Doç. Dr. Mehmet Güven GÜNVER	İstanbul Tıp Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Dr. Öğr. Üyesi Bengi PİRİM DÜŞGÖR	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Elif YAVUZ SEVER	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Çağatay ASLAN	Siyasal Bilgiler Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
Dr. Öğr. Üyesi Nermin TAŞKALE	Edebiyat Fakültesi	E <input checked="" type="radio"/> H <input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Onay <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.