

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ TEZLİ
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

DİJİTAL TEKNOLOJİLER VE AKTİVİZM

HAZIRLAYAN
ŞEYMANUR ARSLAN DOĞAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. ESMA ERGÜNER ÖZKOÇ

ANKARA – 2023

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 10 / 01 / 2023

Öğrencinin Adı, Soyadı: Şeymanur ARSLAN DOĞAN

Öğrencinin Numarası: 21920270

Anabilim Dalı: Yönetim Bilişim Sistemleri

Programı: Yönetim Bilişim Sistemleri Tezli Yüksek Lisans

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Doç. Dr. Esmâ ERGÜNER ÖZKOÇ

Tez Başlığı: Dijital Teknolojiler ve Aktivizm

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 97 sayfalık kısmına ilişkin, 21.12.2022 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %15'tür. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

ONAY

Tarih: 10 /01 /2023

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad, İmza:

Doç. Dr. Esmâ ERGÜNER ÖZKOÇ

TEŞEKKÜR

Bu çalışmada yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren danışmanım Sayın Esmâ ERGÜNER ÖZKOÇ'a,

Eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi olarak her zaman arkamda olan çok kıymetli anne ve babama,

Desteğini her zaman gösteren değerli eşim Cihad'a ve

Zorlandığım noktalarda sabırlı, açıklayıcı ve öğretici tutumuyla yardımlarını esirgemeyen sevgili Dr. Öğr. Üyesi Kürşad ÖZKAYNARA'a çok teşekkür ederim.

ÖZET

Şeymanur ARSLAN DOĞAN, Dijital Teknolojiler ve Aktivizm, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Bilişim Sistemleri Tezli Yüksek Lisans Programı, 2023.

İnsanlık tarihi boyunca bir devri kapatıp diğer devri başlatan pek çok gelişme yaşanmıştır. Teknoloji dünyasında da bilgisayarların ortaya çıkması ile başlayan bu serüven beraberinde internetin keşfedilmesine önayak olarak yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. İnternetin varlığı teknoloji dünyasının dijitale açılan kapısı olmuştur. İnternetin ilk yıllarından günümüze kadar geçen sürede dijital teknolojiler gelişim göstermişlerdir. Günümüzde ise dijital teknolojiler aracılığıyla insan hayatının her alanında dijitalleşme yaşanmaktadır. Artık insanlar kendilerini ifade etmek ve faaliyetlerini gerçekleştirmek için fiziksel mekanlardan ziyade dijital platformları tercih etmektedirler. Toplumsal olaylar karşısında değişime destek olmak veya tam tersi yönde tepki göstermek eylemi olarak tanımlanan “aktivizm” ise dijital dünyada yeni versiyonu ile yerini almaktadır. İnsanlar, toplumun genelini veya bir kısmını rahatsız eden olaylar karşısında tepki göstermek, kendini savunmak, fikirlerini ifade etmek amacıyla örgütlenerek değişim yaratmak istemektedirler. Bu noktada devreye aktivistler girmektedir. Aktivistler, kitlelere hitap ederek eylemler düzenleyip bir etki oluşturmayı hedeflemektedirler. İstedikleri etkiyi oluşturmak için geleneksel eylem biçimlerini bırakan aktivistler, dijital teknoloji araçlarını tercih etmektedirler. Bu çalışmada günümüz dijital teknolojileri ve dijital teknolojilerin aktivizm faaliyetleri üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: dijital teknolojiler, aktivizm, dijital aktivizm, internet, internet teknolojileri

ABSTRACT

Şeymanur ARSLAN DOĞAN, Dijital Teknolojiler ve Aktivizm, Institute of Social Science, Master's of Management Information Systems with Thesis, 2023.

Throughout the history of humanity, there have been many developments that closed one era and started another. This adventure, which started with the emergence of computers in the world of technology, was the beginning of a new era by paving the way for the discovery of the internet. The existence of the internet has been the door of the technology world to "digital". And digital technologies have developed in the period from the first years of the internet to the present day. Today, digitalization is experienced in all areas of human life through digital technologies. Anymore, people prefer digital platforms rather than physical places to express themselves and carry out their activities. "Activism", which is defined as the act of supporting change in the face of social events or reacting in the opposite direction, takes its place in the digital world with its new version. People want to create change by organizing in order to react, defend themselves, and express their opinions in the face of events that disturb the society in general or a part of it. At this point, activists come into play. Activists aim to create an impact by organizing actions by appealing to the masses. Activists abandoning traditional forms of action to create the effect they want, prefer digital technology tools. In this study, today's digital technologies and the effect of digital technologies on activism activities are examined.

Keywords: digital technologies, activism, digital activism, internet, internet Technologies

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
1.GİRİŞ	1
2.İnternet ve DİJİTAL TEKNOLOJİLER.....	3
2.1.İnternetin Tarihsel Gelişimi.....	3
2.2.İnternetin Tanımı.....	6
2.3.İnternet Teknolojileri.....	7
2.3.1. Web 1.0	7
2.3.2. Web 2.0	8
2.3.3. Web 3.0	12
2.3.4. Web 4.0	14
2.3.5. Web 5.0	21
2.4.Metaverse.....	23
3.AKTİVİZM VE DİJİTAL AKTİVİZM.....	25
3.1.Aktivizm	25
3.2.Dijital Aktivizm.....	28
3.3.Dijital Aktivizm Tartışmaları.....	29
3.4.Dijital Aktivizm Türleri.....	30
3.4.1. Vatandaş/Yurttaş Gazeteciliği	31
3.4.2. Taraf Olma-Farkındalık Aktivizmi.....	32
3.4.3. Hacktivizm.....	34
3.4.4. Slaktivizm	37
3.4.5. Kliktivizm	38
3.5.Dijital Aktivizm Araçları.....	41
3.5.1. Doğrudan Dijital Aktivizm Araçları.....	41
3.5.2. Dolaylı Dijital Aktivizm Araçları.....	43
3.6.Dijital Aktivizm Uygulamaları	47

3.7.Dijital Aktivizm Örnekleri.....	49
4.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	56
DİJİTAL TEKNOLOJİLER VE AKTİVİZM	56
4.1.Araştırmanın Amacı:	56
4.2.Araştırmanın Önemi.....	56
4.3.Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	56
4.3.1.Evren ve Örneklem	57
4.4.Araştırmanın Modeli ve Yöntemi.....	57
4.4.1. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi.....	58
4.4.2. Anket Formunun Oluşturulması	58
4.4.3. Anket Formunda Yer Verilen Ölçekler.....	58
4.4.4. Araştırma Sorusu	58
4.5.Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar	59
4.5.1. Katılımcıların demografik özellikleri	59
4.5.2. Katılımcıların Teknoloji Kullanımına dair bulgular	62
4.5.3. Dijital Teknolojiler ve Aktivizme Dair Bulgular	65
SONUÇ	77
KAYNAKLAR	79
EKLER	

EK 1: Anket Soruları

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 2. 1: We Are Social 2021 Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri	5
Tablo 2. 2: Web 2.0'ın Beraberinde Getirdiği Dijital Araçların Sınıflandırılması	9
Tablo 2. 3: Web 1.0, 2.0 ve 3.0 Özellikleri	14
Tablo 2. 4: Web 4.0'ın Temel Özellikleri ve Kullanım Teknikleri.....	15
Tablo 2. 5: Büyük Verinin Özellikleri	18
Tablo 3. 1: Hacktivism Örnekleri	36
Tablo 3. 2: Dijital Aktivizm Türleri.....	40
Tablo 3. 3: Türkiye'de Dijital Aktivizm Örnekleri	53
Tablo 4. 1: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Durumları	59
Tablo 4. 2: Çalışılan Sektör.....	61
Tablo 4. 3: İnternete Girme Sıklığı.....	62
Tablo 4. 4: İnternetin En Fazla Kullanıldığı Yer.....	63
Tablo 4. 5: Dijital Teknolojilerin Aktivizm İçin Kullanılması Durumu.....	63
Tablo 4.5. 1: Aktivizm İçin Kullanılan Cihazlar.....	64
Tablo 4. 6: Kullanılan Cihazların Desteklediği Teknolojiler	65
Tablo 4. 7: Aktivizm Çalışmaları ve Dijital Araçlar ile Olan İlişkiler	65
Tablo 4. 8: Aktivizm için Dijital Araçları Kullanmaya Başlama Şekli	66
Tablo 4. 9: Dijital Teknolojilerin Aktivizm Çalışmaları İçin Önemi	67
Tablo 4. 10: Aktivizm İçin En Etkili Araç	68
Tablo 4. 11: Aktivizm Çalışmalarında Dijital Platformların Kullanımı	69
Tablo 4. 12: Aktivizm Çalışmalarında Dijital Teknoloji Kullanımı.....	70
Tablo 4. 13: Dijital Teknolojiler ve En Sık Yaşanan Sorunlar	73
Tablo 4. 14: Aktivizm İçin Kullanılan Dijital Araçlarda Yaşanan Sorunlar.....	73
Tablo 4. 15: En Başarılı Eylemde Kullanılan Dijital Araç/Araçlar	74
Tablo 4. 16: Hali Hazırda Kullanılan Dijital Araçların Aktivizm Çalışmalarının Amacına Hizmet Etmesi Durumu.....	75
Tablo 4. 17: Aktivizm Çalışmaları İçin Dijital Teknolojilerin Gelecek Yıllardaki Önemi.....	75

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 2. 1: Türkiye'de internet erişim imkanı olan haneler ve bireylerde internet kullanımı, 2011-2021.....	5
Şekil 3. 1: Aktivist Eylemlerin Gelişim Süreci	27
Şekil 3. 2: Wank Solucanı.....	35



1. GİRİŞ

Son yıllarda etkisini hemen hemen her alanda gösteren “dijitalleşme” kavramına dair tartışmalar devam ederken dijital dünyanın kapılarını açan gelişmeleri incelemek gerekmektedir. İnternet var olduğu günden bu yana daima merak konusu olmuştur. Elektriğin keşfi ile hayatımıza giren telefonlar iletişimde yeni bir devri başlattı derken ardından gelen bilgisayarın icadı bugünkü “bilgi ve iletişim” dünyasının temelini oluşturmuştur. Bilgisayarların birbirlerine bir ağ aracılığıyla bağlanması sonucunda ise “internet” meydana gelmiştir.

“Genel Ağ”, yaygın kullanımı ile “internet”, ortaya çıktığı andan itibaren sürekli olarak değişime uğramıştır. İnternet, günümüzdeki versiyonuna gelene kadar çeşitli evrelerden geçmiştir. İnternetin ilk evresi, salt metinlerden oluşan ve kullanıcılarına yalnızca bilgi veren bir sistemden ibaretken daha sonra “okuma- yazma webi” şeklinde adlandırılan, kullanıcıların da dahil olduğu şekline evrilmiştir. Sosyal medya uygulamaları ise bu dönemde hayatımıza dahil olmuştur. Ardından veri tabanlı sistemlerin olduğu, farklı arayüzlere sahip, block zincirlerin kullanıldığı internet dönemi yaşanmıştır. Tüm bu gelişmelerin akabinde ise büyük veri, yapay zeka, 3d baskı, bulut teknolojileri, nesnelerin interneti ve dijital araçların” kullanıldığı internet evresi başlamıştır. Son olarak ise her şeyin tamamen sanallaşacağı iddia edilen internet evresinden söz edilmeye başlanmıştır.

İnternette yaşanan tüm evreler beraberinde dijital teknolojilerin gelişmesine sebep olmuştur. Bugün dijital teknoloji araçlarının kullanılmadığı herhangi bir alan görmek neredeyse mümkün değildir. Dijital teknolojiler eğitim, sağlık, savunma, haberleşme, iletişim, ticaret, siyasal, sosyal, ekonomik ve daha pek çok alanda etkisini göstermektedir. Hayata dair her alanda yaşanan bu dijitalleşmenin bir uzantısı da “aktivizm” faaliyetlerinde kendini göstermektedir.

Aktivizm, “toplumsal değişime destek olmak veya tam tersi yönde karşı çıkmak” şeklinde tanımlanabilir. Aktivizm, Toplumun tamamını veya bir kısmını ilgilendiren bir olay karşısında tepki göstermek, eylemde bulunmak şeklinde ifade edilebilir. İnsanlar tarih boyunca haksızlığa uğradıkları zaman veya rahatsız oldukları bir olay karşısında tepkilerini göstermek amacıyla çeşitli eylemlerde bulunmuşlardır. Kimi zaman bu

eylemler bireysel çapta olmuştur kimi zaman ise örgütlü eylemler olmuştur. Bu tarz eylemleri düzenleyen kişiler ise aktivist olarak adlandırılmıştır.

Aktivistler, amaçları doğrultusunda bir söylem oluşturarak hedef kitlelerini oluşturmak istemektedirler. Bunu yaparken de geleneksel yöntemlerden olan propaganda yapmak, kampanya oluşturmak, gösteri düzenlemek gibi seçenekleri tercih etmektedirler. Ancak, dijitalleşen dünyada artık sokak hareketleri yerini sanal dünyadaki eylemlere bırakmıştır. Dijital araçlar ise sanal dünyada aktivistlerin kendilerini ifade etmek için kullandıkları yeni yöntemlerdir.

Dijital teknolojilerin aktivizm için kullanım amaçları ve etkisi hala tartışma konusu olmaktadır. Bu amaçla, çalışmanın birinci bölümünde internet evreleri ve dijital teknolojileri araçlarından bahsedilmektedir. İkinci bölümünde ise aktivizm ve dijital aktivizm açıklanmaktadır. nc bölümde ise araştırmanın amacı, yöntemi, hipotezleri, rneklemi, anket çalışması ve sonucu yer almaktadır.

2. İNTERNET VE DİJİTAL TEKNOLOJİLER

2.1.İnternetin Tarihsel Gelişimi

İnsanlık tarihi boyunca insan hayatına yön veren, bir devri kapatıp diğerinin açılmasına vesile olan pek çok gelişme yaşanmıştır. 1900'lu yıllara gelene kadar gerçekleştirilen yeniliklere bakıldığında zaman karşımıza ilk olarak buharlı makinaların keşfi ve ardından elektriğin üretimi çıkmaktadır. Elektriğin keşfi ile birlikte telefon ve telgraf icat edilmiştir. 1936 yılında ise bilgisayarın keşfi ile birlikte dijital dünyaların kapıları aralanmıştır. Yaşanan tüm bu gelişmeler sonucunda bugünkü bilgi ve iletişim teknolojilerinin temelleri atılmıştır. Ancak yine de yeterli olmamıştır. 1957'de Ruslar, dünyanın ilk yapay uydusu olan "Sputnik'i" yörüngeye oturtarak insanoğlu için uzay çağını başlatmıştır. Rusların "Sputnik" uzay aracını kullanmaları sonrasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) uzay çalışmalarını başlatmıştır.

Tam anlamıyla internetin kökleri ise 1962 yılında Licklider'in, Massachusetts Institute of Technology'de (MIT) başlattığı "Galaktik Ağ" kavramı ile gün yüzüne çıkmaktadır. "Licklider, galaktik ağ kavramı ile "küresel olarak bağlanmış bir bilgisayar ağında, isteyen herkesin herhangi bir yerden veri ve programlara erişebilmesini ifade etmiştir" (Güvenir, 2005). 1965 yılına gelindiğinde ise ARPANET projesi ortaya çıkmıştır. ARPANET projesi kapsamında ilk 1969'da ilk bağlantı kurulmuştur. Dört merkez üzerinden ana bilgisayarlar aracılığıyla yapılan bu bağlantı sonucu internetin ilk hali ortaya çıkmıştır. "Kısa bir süre sonra pek çok merkezdeki bilgisayarlar ARPANET ağına bağlandı ve 1971 yılında Ağ kontrol protokolü (NCP) ile çalışmaya başladı " (Genç, 2008). ARPANET ağına katılımların artması sonucunda 1972 yılında ilk kez "elektronik mail" gönderimi gerçekleştirilerek internet çalışmalarında uluslararası düzeyde bir artış yaşanmaya başlamıştır (Arslan, 2005).

1973'ten 1978'e kadar çeşitli ağ projesi çalışmaları yapılmıştır. 1978 yılında "iletim Kontrol Protokolü(TCP/IP)" çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 1983 yılına kadar ağ çalışmaları geliştirilmeye devam etmiştir. Ardından 1983 yılında tüm ağ kullanıcıları ARPANET'te dahil olmak üzere sabit bir prosedür temeline oturturuldu. 1990 yılında ise ARPANET kullanımı son buldu.

1991 yılına gelindiğinde ise Tim Bernes Lee tarafından geliştirilen ve günümüzde herkesin "ağ" olarak bildiği "World Wide Web" (www) kullanılmaya başlanmıştır. World Wide Web (www), HTML adı verilen Hiper Metin İşaret Dili ile işlem gerçekleştirmektedir. Yani, internet üzerinden paylaşılan veri ve bilgilerdir. İnternet

üzerinden birbirleri ile bağlantısı olan her bir hiper metin dokümantasyonuna “web sayfası” adı verilmektedir. Web sayfalarına “web tarayıcıları” ile erişim sağlanmaktadır. Web tarayıcıları internet arayüzleridir. En sık kullanılan web tarayıcıları Google Chrome, Opera Browser, Mozilla Firefox, Safari Browser, Microsoft Edge ve Yandex dir.

Türkiye’de ise internet ağı çalışmaları ilk olarak ODTÜ VE TÜBİTAK projeleri sonucunda 1991 senesinde başlatılmıştır. 1993 senesinde ODTÜ bilgi işlem daire başkanlığı bünyesinde 64 kbps kapasiteye sahip hat kullanılarak ve NFSNET aracılığıyla ilk internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir. 1995 senesinde Türk Telekom tarafından TURKNET kurulmuştur ve 1996’da çalışmaya başlamıştır. 1996 senesinde ise TÜBİTAK tarafından Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) kurulmuştur. “ULAKBİM’ in asıl görevi ise en yeni teknolojileri kullanarak Türkiye çapında tüm eğitim ve araştırma kuruluşlarını birbirine bağlayacak Ulusal Akademik Ağ (ULAKNET) adıyla hızlı bir iletişim ağı kurmak ve bu ağ aracılığı ile bilgi hizmetleri vermek olarak belirlenmiştir” (Topçu & Çakır, 2005).

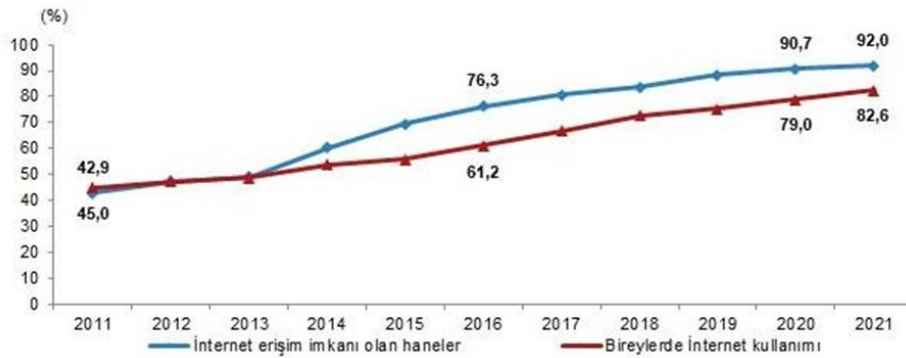
Haberleşme, eğlence, ticaret, eğitim, iş takibi, siyasal, sosyal ve çevresel pek çok konuda bilgi edinmek veya insanların fikirlerini duyurmak amacıyla aktif kullandıkları modern dünyanın kapılarını açan en önemli teknoloji hamlesi internettir. Dijital teknolojilere dair yaşanan her gelişmenin temelinde internet yer almaktadır. Tüm dünyada hız kesmeden devam eden dijitalleşme süreciyle birlikte internet kullanım oranlarında artışlar başlamıştır. COVID-19 salgınıyla birlikte internet ve sosyal medya kanallarının kullanımının dünyada nasıl değiştiğini gösteren, “We Are Social” ve “Hootsuite” ortak çalışması sonucu Dijital 2021 raporunu yayınlanmıştır (Dijital, 2021). Bu rapora göre, Tablo 1 de görüldüğü gibi dünya genelinde İnternet kullanıcı sayısı toplamda 4.66 milyar kişi (dünya nüfusunun %59,5’i) olarak karşımıza çıkmakta ve internet kullanıcıları günde ortalama 7 saate yakın İnternet kullanmaktadır (Bayrak, 2021). Tablo2.1’de We Are Social 2021 dünyadaki internet kullanım istatistikleri tablosu yer almaktadır:

Tablo 2. 1: We Are Social 2021 Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri

Küresel internet kullanıcılarının toplam sayısı	Toplam küresel nüfusun yüzdesi olarak internet kullanıcıları.	Küresel internet kullanıcılarının sayısındaki yıllık değişim.	Her bir internet kullanıcısının interneti kullanarak geçirdiği ortalama günlük süre.	İnternete mobil cihazlar aracılığıyla erişen kullanıcıların yüzdesi.
4.66 Milyar	% 59.5	+ %7.3 Milyon	6 Saat 54Dakika	%92.6

Türkiye’ye bakıldığında zaman ise Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2021 raporuna göre, internet kullanım oranı 2021 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %82,6 olarak bir önceki yıla göre artış göstermektedir. Bu oran, bir önceki yıl %79,0’dı (TÜBİTAK, 2020). Şekil 2.1 de Türkiye’de internet erişim imkanı olan haneler ve bireylerde İnternet kullanımı yer almaktadır:

Şekil 2. 1: Türkiye’de internet erişim imkanı olan haneler ve bireylerde internet kullanımı, 2011-2021



Kaynak: (htt1)

2.2. İnternetin Tanımı

İnternetin kullanımı ile birlikte bilgi, teknoloji ve iletişim dünyasında emsali görülmemiş bir devrim yaşanmıştır. Parlak’a göre “internet, birçok bilgisayar sistemini TCP/IP protokolü ile birbirine bağlayan küresel çapta yaygın olan ve daima büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet, bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli ulaşmanın ve onu paylaşmanın günümüzdeki en geçerli yoludur” (Parlak, 2005). İnternetin kullanım şekillerine bakmadan önce tanımlarına bakıldığı zaman literatürde çeşitli açıklamalar yer almıştır.

“Birden fazla bilgisayar ağını birbirine bağlayan ağ sistemine ağlar arası iletişim ağı, yada ağlar arası ağ, internetwork yada internet adı verilmektedir” (Balcılar, 2008). Bilgisayarlar aracılığıyla bu ağlara bağlanan herkes günümüzde internetin hizmetlerinden faydalanmaktadır. İnternet bugünkü haliyle *“ bilgisayar ağlarının ağı ”* olarak tanımlanabilmektedir. Oxford sözlüğünde *“internet, “insanların dünya çapında bilgi paylaşmasına izin veren diğer ağları ve bilgisayarları birbirine bağlayan uluslararası bir bilgisayar ağı”* olarak tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu ise *“genel ağ”* olarak ifade etmektedir. Kısaca "Net" olarak kısaltılarak ifade edilen internet aslında küresel çapta ağlar sistemidir.

İnternet, ilk zamanlarında sadece temel komutlarla çalışarak haber trafiğini yerine getirme amacıyla kullanılıyordu. Bu amaçla kaynak ve alıcı arasında elektronik posta trafiğine hizmet vermekteydi. Elektronik postalarla mesajlar iletiliyordu ve böylece zamandan ve dosya/ doküman fazlalığından tasarruf edilmiş olunmaktaydı (Saran, 2005). Günümüzde ise internetin sağladığı hizmetler oldukça çeşitlidir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna göre internet hizmetleri şu şekildedir:

- Güncel haber ve bilgi sağlamak,
- Görüş ve bilgi paylaşmak,
- Zaman ve mekândan bağımsız, eş zamanlı ve eş zamansız iletişim sağlamak,
- Ekonomik ve hızlı haberleşmeye olanak sağlamak,
- Görsel ve işitsel öğelerle iletişim kalitesini artırmaktır (BTK).

Korkmaz, “İnternet gazeteciliğinin kamuoyu oluşumuna etkisi” adlı makalesinde internet için şu özellikleri sıralamıştır:

- İnternet ucuzlayan bir teknolojidir
 - İnternet sansür edilmesi güç bir teknolojidir

- Birleşik bir medyadır
- Hem şu anda, hem de başka anlarda kullanılabilir
- Bildiğimiz anlamdaki sahiplik konumunu ortadan kaldırmaktadır
- Alternatif kullanım olanakları vardır (Korkmaz, 2009).

Başlarda elektronik posta ile gündeme giren internet günümüzde her alanda kullanım kolaylığı sağlayarak insan hayatının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Günden güne gelişerek güncelliğini koruyan internet, gelecek yıllarda da teknolojinin yegane parçası olacaktır. Günümüzde kullanılan dijital teknolojilerin tamamı internet alt yapısı olan ve internet erişimi ile aktif olan sistemlere sahiptirler. İnternetin gelişimi ile birlikte dijital teknolojiler de inovasyona uğramışlardır. Bu noktada, dijital teknolojileri incelemekten önce internet ve onun beraberinde getirdiği yenilikleri incelemek gerekmektedir.

2.3.İnternet Teknolojileri

Günümüzde kullandığımız yapay zeka uygulamaları, bulut teknolojiler, sanal yazıcılar veya işitsel ve görsel olarak hazırlanan her türlü içerik, sosyal medya uygulamaları, çevrimiçi uygulamalar gibi bütün dijital araçlar en temelde internet teknolojileri olarak adlandırılabilir. İnternetin ortaya çıktığı zamanlarda sadece salt okunur ve sade bir şekilde düzenlenmiş web sayfaları yer alırken şimdilerde nesnelerin interneti hayatımızda yer almaktadır. İnternetin evreleri ile dijital dünyadaki teknolojilerin ilerlemesi arasında doğrudan bir bağlantı vardır. Çalışmanın bu bölümünde internetin evrelerine yer verilmiştir. Bu kapsamda “web 1.0”, “web 2.0”, “web 3.0”, “web 4.0” ve “web 5.0” incelenmiştir.

2.3.1.Web 1.0

Var olan en temel salt metin tarayıcı biçimi olan Web 1.0, 1990'larda kullanılmaya başlanmıştır. Web 1.0 en temelde, kullanıcı ile herhangi bir etkileşim oluşturma olasılığı olmaksızın bilgiyi veya kamuoyunu bilgilendirmeyi hedef alan pasif bir öznedir. Sayfa içeriği tamamen içeriği yöneten uzmanın web sayfasına yükledikleri ile sınırlıdır. Yani, web 1.0 statik, merkezileştirilmiş, sıralı, salt okunurdur fakat etkileşimli değildir. Web 1.0 için amaç, başlarda e-posta, tarayıcılar, arama motorları vb. kullanabilmektir (Latorre, 2018).

Web 1.0 için teknik özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Web sayfaları ve siteleri HTML ile kodlanmış olup; en fazla GIF resimleri, Flash animasyonlar ve Java Script kodları gibi “sayfalara / sitelere canlılık getirecek ek unsurlar” içerebilmektedir.

- Web sayfaları ve siteleri statik yapıdadır; yani sadece bilgi sunma amaçlıdır. Kullanıcıların müdahale etmesini kolaylaştıracak yönetim / admin panel yapıları bulunmamaktadır. Dolayısıyla çok sayıda sayfaya sahip bir Web sitesini, özel yazılımlarla düzenlemek zaman alıcıdır.

- Statik yapı bağlamında bu nesil altında sunulan Web siteleri / uygulamaları kullanıcı ile etkileşime girmemektedir.

- Yoğun içerikli Web siteleri oluşturulmak istendiğinde, her sayfanın – içeriğin tek tek yazılması gibi zorunluluklar ortaya çıkarmaktadır (htt2).

- Kitlesele yayıncılığı desteklemez.

Web 1.0 Teknolojileri, temel web protokollerini içerir: HTML, HTTP ve URI gibi (Nath, 2015).

2.3.2.Web 2.0

Web 2.0, ilk defa Darc DiNucii tarafından ortaya atılmıştır. 1999 senesinde Print adlı dergide Web 2.0 özelliklerinden bahsedilmiştir. Bu yazıda web 2.0 için, kullanıcı odaklı ve kullanıcıların oluşturduğu içeriklerin karşılıklı paylaşıldığı bir platform olduğundan söz edilmektedir. Daha sonra bu kavram Tim O'Reilly tarafından geliştirilmiştir (Arvas, 2022).

Tim O'Reilly web 2.0'ı “Daha fazla insanın ağı katılım göstererek etkileşim kurması için programlar oluşturmaktır.” Şeklinde ifade etmiştir (O'Reilly, 2009).

Web 2.0, Web 1.0 yer alan tüm özelliklere sahip olmakla beraber bir adım daha ötesine geçmektedir. Web 2.0, okuma-yazma webi olarak bilinir. Temelde mevcut internet teknolojilerini kullanmanın yeni bir yoludur. Web2.0'da web kullanıcısı sadece içeriği okumakla kalmaz, aynı zamanda içeriği çevrimiçi olarak yazar, değiştirir ve günceller, iş birliğini destekler ve Web1.0'dan ziyade kolektif zekanın toplanmasına yardımcı olur (Dhar, Basishta, & Nath, 2014).

Web 2.0 döneminde internet popüler dönemini yaşamaya başlamıştır çünkü web 2.0 kullanıcılara merkezi ve ortaklaşa bir kullanım imkanı sunmaktadır. Web 2.0 ile kullanıcılar çeşitli içerik oluşturmaya, alıcı ve gönderici arasında karşılıklı üretim yapmaya başlamışlardır. Yani, web 2.0 kullanıcılarına diğer kullanıcılarla birlikte işbirliği

imkanı sağlayarak sosyal etkileşim imkanı sunmaktadır. Bu yüzden web 2.0 “sosyal web” olarak adlandırılmaktadır (Badgers, 2021).

Yeni nesil ağ hizmeti olarak adlandırılan Web2.0 önemli bir bilgi kaynağı olarak görülmüştür ve Web2.0 trendiyle birlikte sosyal ağlar (Facebook, Twitter, MySpace), bloglar, podcasting, RSS ve diğerleri gibi Web 2.0 teknolojileri, birçok kişinin yüksek maliyetlere maruz kalmadan herhangi bir zamanda görsel-işitsel şekilde bilgi edinmesini ve hizmet sağlayıcılarıyla etkileşime geçmesini sağlamıştır (Nath, 2015)

Choudhury’a göre Web 1.0’da olduğu gibi Web 2.0 için de bazı eksik taraflar yer almaktadır. Örnek olarak Hizmetlerde Değişiklik ve Güncellemelerin sürekli yineleme döngüsü, Web 2.0’ın inşası ve kullanımıyla ilgili etik konular, topluluk sınırlarını aşan platformlar arasında bağlantı ve bilgi paylaşımı hala sınırlıdır (Choudhury, 2008).

Özetle Web 2.0’ı tanımlamak için Sosyal Web, insan merkezli Web veya katılımcı Web gibi terimler kullanılır. Teknolojik gelişmeler, içeriğin yönetilme ve etkileşim biçimini değiştiren sosyal ağ sitelerinin ve hizmetlerinin gelişmesini sağlamıştır. Web 2.0 kullanıcılar arasında gerçekleşir. Ayrıca Web 2.0, küresel içerik üretimini ve bilgi alışverişini kolaylaştıran İnternet uygulamaları ile karakterize edilir. Web 2.0 çağında, tüm kullanıcılar içerik üretebilir, sadece okuyamaz (Król, 2020).

Tablo 2.2’de Web 2.0’ın beraberinde getirdiği bazı dijital araçların sınıflandırılmasına yer verilmiştir :

Tablo 2. 2: Web 2.0’ın Beraberinde Getirdiği Dijital Araçların Sınıflandırılması

Animasyon Araçları	Takım Grup Oluşturma Araçları	Video, Konferans Araçları
Kodlama Araçları	Dijital Pano Araçları	Poster ve Afiş Araçları
Sınıf Yönetim Araçları	Oyun Geliştirme Araçları	Harita Araçları
Anket Araçları	Takvim,Çizelge Uygulamaları	Sanal Gerçeklik Araçları
Logo Tasarım Araçları	Elektronik Kitap Araçları	Video Araçları
Sunum Araçları	Sosyal Paylaşım Siteleri	Karikatür ve Çizim Araçları

Depolama ve Dosyalama Araçları	Metin ve Yazarlık Araçları	Test ve Sınav Araçları
Müzik ve Ses Araçları	Fotoğraf ve Resim Araçları	Web Geliştirme araçları

Kaynak : (Gündüzalp, 2022)

2.3.2.1. Sosyal Medya Uygulamaları

Çalışmanın bu bölümünde Web 2.0 kapsamında sosyal medya uygulamaları incelenmiştir. Web 2.0 ile birlikte başlayan sosyal medya uygulamalarından bazıları şunlardır :

Facebook

“Facebook” henüz Harvard Üniversitesinde öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafından 2004 senesinde kurulmuştur. Başlarda öğrencilerin birbirleri ile iletişim kurması amacıyla tasarlanmış ve ücretsiz olan bir web sitesiydi. Kullanıcılar e-postaları ile bu siteye kayıt olup lise ve üniversitedeki arkadaşlarını bulmaya çalışıyorlardı. Kısa bir zaman diliminde “Facebook” Amerika Birleşik Devletleri eyaletlerinde yaygın bir şekilde kullanılmaya başlandı.

Facebook’un başlangıçta kuruluş amacı üniversitedeki arkadaşların e-posta aracılığıyla sosyalleşmesidir. Zaman içerisinde farklı üniversitelerden ve okullardan öğrenciler üye olarak kısa bir sürede tüm dünyada kullanılan sosyal platform sitesine dönüşmesine sebep olmuşlardır.

Facebook başlarda “durum güncellemesi”, “fotoğraf” ve “video” gibi içeriklere sahipken belirli bir kitle tarafından kullanılmaktaydı ancak şu an dünyada 2 milyar üyeden daha fazla kullanıcısı vardır ve günümüzde en sık kullanılan platformdur.

Kullanıcılar açtıkları profil ile kendilerine profil fotoğrafı koyabilirler, durum paylaşabilirler, sohbet edebilirler, gruplara üye olabilirler, videolu içerik paylaşımı yapabilmektedirler. Kullanımı ücretsiz olan Facebook gelirlerini “Facebook reklamlar” üzerinden karşılamaktadır.

Facebook Messenger

Facebook Messenger, Facebook tarafından geliştirilen bir mesajlaşma uygulamasıdır. Messenger.com bir nevi facebook’un ara yüzü olmuştur. Facebook

Messenger için mobil uygulamalar üzerinden de erişim sağlama imkanı sunularak facebook'tan ayrı bir kullanım alanı oluşturulmuştur.

Kullanıcılar, Facebbok Meesenger üzerinden mesajlaşıp görüntülü konuşabilmekteler ve ayrıca birbirlerine video ve çıkartma göndererek grup yazışmalarına da dahil olabilmektedirler. Kısaca Facebook Messenger, kullanıcılarına yazılı ve görsel iletişim olanağı sağlamaktadır.

Twitter

Twitter, son zamanlarda kullanıcıların haberler, şakalar, olaylarla ilgili görüşleri ve hatta ruh halleri dahil her şeyi paylaştığı ve tartıştığı popüler bir sosyal sistem olarak ortaya çıkmaktadır (Fabricio, Gabriel, Rodrigues, & Almedia, 2010), kullanıma 2006 senesinde açılmıştır.

Kullanıcılar, twitter'a "www.twitter.com" adresi üzerinden e-postaları ile kayıt olmaktadır. Daha sonra, bu platform üzerinden 140 karakter ile internet kısa mesajları (tweet) atmaktadırlar. Kullanıcılar, attıkları tweetler ile fikirlerini paylaşarak gündem oluşturarak başka insanlarla etkileşimde bulunmaktadır. Ayrıca, twitter uygulamasında, hakkında en fazla bahsedilen konu başlıkları olan "trend topics", "#" hashtag sembolü ile ifade edilmektedir. Kullanıcılar birbirlerinin tweetlerini "re-tweet" seçeneği ile paylaşabilmekte ve kalp sembolüne de tıklayarak birbirlerinin tweetlerini beğenebilmektedirler.

Kısaca dünya üzerinde en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarından olan twitter, kullanıcılarına gündemi takip edip katkıda bulunma imkanı sağlamaktadır.

Instagram

Filtreli fotoğraf paylaşma uygulaması olarak çalışmaya başlayan instagramın kurucusu Kevin Systrom ve Mike Krieger'dır. Instagram, 2010 senesinde kurulmuştur. Instagram üzerinden kullanıcılar, fotoğraf ve videolarını yükleyerek filtrelemeler yapıp çeşitli düzenlemeler ekleyerek paylaşım yapmaktadırlar. Kullanıcılar birbirlerini takip edebilir, birbirlerine beğeni ve yorum yapabilmektedirler. Instagram uygulaması ücretsizdir ve günümüzde 2 milyar aktif kullanıcısı bulunmaktadır.

YouTube

Youtube 2005 senesinde eski Pay Pal çalışanları tarafından Kaliforniya'da kurulmuştur. 2006 senesinde ise Google satın almıştır. Google satın aldıktan sonra en hızlı gelişen web sitesi olmuştur. Youtube internet üzerinden video paylaşımı konusunda

akla gelen sitelerin başında yer almaktadır. Kullanıcılar, “www.youtube.com” adresi üzerinden giriş yapabilmektedirler (Kaynak, 2020).

Youtube kullanıcıları, aradıkları konulara dair içerikleri çeşitli youtube kanallarında bulabilmektedirler. Ayrıca youtube’a içerik üreterek kendi kanallarını açan kişiler için ise youtuber denilmektedir. Youtube bu kişiler için ise para kazanma imkanı sağlamaktadır.

LinkedIn

LinkedIn, çalışan ve işvereni bir araya getirerek doğru işi doğru kişinin bulmasına yardımcı olan bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, LinkedIn üzerinden üye olabilir ve bilgilerini kayıt edebilmektedirler. Bu sayede iş arayanlar, iş ilanlarını takip ederek kariyer planlarına uygun işi bulabilmektedirler. İş verenler ise başvuruları online ortamda değerlendirerek uygun kişileri işe alabilmektedirler.

TikTok

TikTok video oluşturma ve paylaşma platformlarından bir diğeridir. TikTok uygulaması 2016 yılında Çin tarafında piyasaya sürüldüğünde canlı yayın özelliğinin olması kendisini diğer sosyal medya uygulamalarından farklılaştırmıştır. Günümüzde 150 ülkede 1 milyarın üzerinde kullanıcısı vardır. TikTok videoları 15 saniyelik kısa videolardan oluşmaktadır. Videoların kırpma, kesme gibi düzenlemeleri yer almaktadır. Kullanıcılar, eğlenceli şarkılarla dans edip videoya çekerek etiket, yazı vb ekleyerek paylaşımlarını yapmaktadırlar. Özellikle son dönemlerde TikTok kullanım oranı diğer sosyal medya uygulamalarına göre daha fazla artış göstermektedir.

WhatsApp

Whatsapp, internet üzerinden gerçekleştirilen mesajlaşma uygulamasıdır. IOS ve Android tabanlı cep telefonlarına indirilerek telefon numarası ile kayıt olunmaktadır. Başlarda sadece mesajlaşma hizmeti veren whatsapp yeni güncelleme getirerek görüntülü konuşma seçeneği de geliştirmiştir. Kullanıcılar, whatsapp aracılığıyla birbirlerine belge, fotoğraf, video, ve ses kayıtları atabilmektedirler. Ayrıca, gruplar kurularak yazışmalar yapılabilir. “Whatsapp web” özelliği ile de telefonda yer alan barkodu bilgisayar kamerasına okutarak bilgisayar üzerinden de erişim sağlanmaktadır.

2.3.3. Web 3.0

Web 3.0, bilişim teknolojileri uzmanları tarafından “anlamsal web” olarak adlandırılmıştır. Anlamsal web kavramını ise Tim Berners-Lee açıklamaktadır. Berners-Lee, Web 3.0 kapsamında, W3C sistemini geliştirmek, genişletmek ve standartlaştırmak

istemmiştir. Web 3.0 devrinde artık web sitesi kavramı rafa kalkarak verilerin paylaşıldığı yani, aynı veriler için farklı görünümünün mevcut olduğu bir sistem oluşturulmuştur.

Web 3.0 (yaygın Web, oku-yaz-yürüt Web) teriminin literatürde yer alması ise 2006 yılına dayanmaktadır. Web 3.0 ilk kez 2006'da AJAX gibi teknolojilerle ilişkilendirilen Jeffrey Zeldman'ın bir makalesinde ortaya çıkmaktadır. Web 3.0, bir Web'in bir veri tabanına dönüşümünü tanımlamak için kullanılmaktadır. Web 3.0, web sitesi tarayıcıları dışındaki birçok uygulama için içeriğin kullanılabilirliğini artırmaya, yapay zeka kullanımına, veri analitiğinin yanı sıra coğrafi bilgi ve üç boyutlu görselleştirmelere de olanak tanımaktadır. Web 3.0, kullanıcı tarafından oluşturulan verilerin elde edilmesi, analizi ve işleme kapasitesi üzerinde özellikle durularak, sinir ağlarını ve genetik algoritmaları kullanmaktadır (Król, 2020).

Web 3.0'a dair tanımlamalar hala devam ederken Google CEO'su Eric Schmidt, web3.0'ın "bir arada toparlanmış uygulamalar olacağını söylüyor - daha küçük veriler bulutta ve herhangi bir cihazda (pc veya mobil) çalıştırılabilirler ve daha hızlı bir şekilde özelleştirilebilir ve viral olarak dağıtılabilirler. (sosyal ağ, e-posta, vb)-". Yahoo'nun kurucusu Jerry Yang ise, web3.0'ın profesyonel, yarı profesyonel ve tüketiciler arasındaki ayrımı azaltan programlar ve çevrimiçi uygulama oluşturmaya yönelik birer araç ve teknikler koleksiyonu olduğunu söylemektedir (Dhar, Basishtha, & Nath, 2014).

Buradan yola çıkarak bakıldığı zaman Web 3.0'da asıl amaç , uygulamalar arasında daha etkili bir çalışma sistemi kurmak, ayrıca otomasyon, entegrasyon ve yeniden kullanım için yapısal verileri tanımlamanın yanı sıra bunları birbirlerine bağlayabilmektir. Bu sebepten ötürü veri yönetimi daha iyi hale getirilebilir, mobil internetin erişilebilirliği artırılabilir, yaratıcılık ve inovasyon simüle edilebilir (Choudhury, 2008).

Özetle Web 3.0, internette yer alan içeriklerin kendi dillerinin dışında farklı yazılımlar tarafından da anlaşılabilir, yorumlanabilir ve kullanılabilir bir şekle getirilerek bu yazılımların, verinin bulunmasında, paylaşılmasında, verinin bilgiye dönüştürülmesi ve bilginin birleştirilmesinde kolaylık sağlanmasının amaçlandığı bir internet eklentisidir (Baz & Meral, 2021).

Web 3.0, Web 1.0 ve Web 2.0'dan daha farklı olarak daha kullanıcı odaklı bir ağa sahip olmasının yanı sıra yeni teknolojileri de desteklemektedir. Tablo 1.3 de Web 1.0, 2.0 ve 3.0 özellikleri karşılaştırılmalı olarak ele alınmıştır

Tablo 2. 3: Web 1.0, 2.0 ve 3.0 Özellikleri

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
Etkileşim	Okuma	Okuma- Yazma	Okuma-Yazma-Sahip Olma
Araç	Statik Metin	İnteraktif İçerik	Sanal Ekonomiler
Organizasyon	Şirketler	Platformlar	Ağlar
Altyapı	Kişisel Bilgisayarlar	Bulut ve Mobil	Blokzinciri Bulutu
Kontrol	Merkeziyetsiz	Merkezi	Merkeziyetsiz

Kaynak : (Arvas, 2022)

2.3.4. Web 4.0

Web 3.0 ile internet dünyasında büyük bir ilerleme kat edildikten sonra tüm dünyada etkisini gösteren Endüstri 4.0 dönemi yaşanmıştır. Endüstri 4.0 dönemiyle birlikte teknoloji dünyasında “akıllı fabrikalar”, “nesnelerin interneti” gibi kavramlar yer alarak Endüstri 4.0 teknolojileri geliştirilmiştir. Endüstri 4.0 teknolojileriyle doğrudan bir ilişki içerisinde olan web 4.0 ise bu süreçte yer almaktadır.

Web 4.0’a dair çalışmalar halihazırda devam etmektedir ve bu yüzden literatürde net olarak bir tanımı yer almamaktadır. Web 4.0’ın diğer internet evrelerinden farkı kullanıcılarına çözüm imkanı tanımasıdır. Örneğin, sistemsal bir arıza karşısında kullanıcıya sadece arızayı göstermek yerine “akıllı” çözümler imkanı sunmasıdır. Web 4.0 örnekleri bununla sınırlı kalmamaktadır. Web 4.0 ile, insan-makine ilişkisinin yerini “makine-teknoloji-insan” ilişkisi almaktadır. Bunun en somut örneği ise “yapay zeka” teknolojileridir. İhtiyaca yönelik çözümler üreten yapay zekalar sayesinde üretimde verimlilik artmaktadır. Ayrıca, Web 3.0 ile kullanımı başlayan bulut teknolojileri Web 4.0’da en verimli versiyonlarını “google cloud”, “google drive” vb. gibi hizmete sunmaktadırlar.

Tablo 2.4 de Web4.0’ın temel özelliği ve kullanılan teknolojilere yer verilmiştir:

Tablo 2. 4: Web 4.0'ın Temel Özellikleri ve Kullanım Teknikleri

Özellik	Teknoloji
2D/3D Experts sistemi olarak sanal yardım.	Uzman sistemi (expert)
Verilerin doğruluğu ve analizi.	Veri bilimleri
Güvenlik	Blockchain
Karar verme ve kesinlik	Uyarlanabilir bulanık tabanlı çıkarım
Optimizasyon	Makine öğrenimi
Görselleştirme ile canlı insan benzeri yardım	Artırılmış gerçeklik
İnsan etkileşimi/doğal dil anlayışı	NLP

Kaynak: (İbrahim, 2021)

Web 4.0, kullanıcının amacına yönelik teknoloji geliştirebilmektedir. Örneğin, evinin duvarını boyamak isteyen bir kişi internet üzerinden istediği boya rengini seçip cep telefonunun kamerasını duvarı tutarak cep telefonu ekranından seçtiği rengin nasıl durduğunu görebilir. Ya da sanal olarak müze turu yapan , mağaza gezen kişiler bunların hepsini “artırılmış gerçeklik” teknolojisi ile yapabilmektedirler. Bu örneklerden yola çıkarak Web 4.0 bünyesinde yer alan teknolojiler aşağıda sıralanmıştır:

- Yapay Zeka
- Büyük Veri
- 3D Baskı
- Nesnelerin İnterneti
- Bulut Çözümleri
- Mobil Araçlar ve Uygulamalar

2.3.4.1. Yapay Zeka

Yapay zeka kavramı “Artificial Intellegence” olarak adlandırılmakta ve ilk kez 1956 senesinde ortaya atılmıştır. Ancak, yapay zekanın kurucusu John McCarthy olarak bilinmektedir. McCarthy, yapay zeka için “*insan benzeri akıllı makineler özellikle de zeki*

bilgisayar programları yapma bilimi ve mühendisliği” ifadesini kullanmaktadır (Arslan K. , 2020). Yani, yapay zeka insana özgü hareketlerin ve becerilerin sistemlendirilmiş bir versiyonudur.

Yapay zeka, insan gibi düşünebilir, öğrenebilir, yönlendirebilir ve akıl yürütüp sorun çözebilmektedir. Yapay zeka teknolojileri, insan kaynaklarında işe alma sürecini değerlendirebildiği gibi kalp hastalığının tespiti, tüp bebek tedavisi sonrası gebelik tahmini yapma ya da telefonların ekran kilidini açmak için kullanılan yüz tarama sistemleri gibi pek çok alanda kullanılmaktadır. Eğitim, sağlık, sanat, hukuk, tıp, savunma, mühendislik, politika ve daha pek çok alanda yapay zeka uygulamaları görülmektedir.

Özetle; Yapay zeka, *“insan beyninin öğrenme becerilerinin taklit edilerek geliştirilen yapay sinir ağları üzerinden, yine insanlar tarafından geliştirilmiş yazılım ve algoritmaların, çipler ve sensörler aracılığıyla nesne ve makinelerle yüklenmesi ile gerçekleşmektedir”* (Kaya, 2021). Yapay zeka bilgiye ulaşmayı, algılamayı, reaksiyon verme, karar verme ve düşünme gibi insana ait olan zihinsel şeylerle bilgisayarların ya da makinelerin donatılması ile ilgilenen bilgisayar bilimi dalı olarak da ifade edilir (Sucu & Ataman , 2020).

Dünyada teknoloji devleri olarak adlandırılan “google” ve “apple” gibi firmalar, yapay zeka çalışmalarını yakından takip ederek sürekli olarak yeni uygulamalar üretmektedirler. Örneğin; “google asistan” ve “apple siri” gibi dijital asistanlar, sesli komutları algılayarak çalışan yapay zeka uygulamalarındandır. Bir başka örnek ise “google çeviri” uygulamasının otomatik olarak çeviri yapılacak olan dili algılayıp istenen dile çeviri yapabilesidir. Mesajlaşırken yanlış yazılan kelimelerin otomatik olarak düzeltilmesi bile yapay zekanın dil doğal dil işleme özelliklerinden bir tanesidir. Araba kullanırken yol tarifi almak için kullanılan navigasyon uygulamaları, internet sitelerinde aranılan ürünün benzerlerinin otomatik olarak karşına getirilmesi, bankalarda kullanılan sanal asistan programları, hava durumu, yol durumu, müzik önerileri, ilan durumu ve daha niceleri günlük hayatta kullanılan yapay zeka uygulamalarından bazılarıdır.

Bu örneklerden yola çıkarak, teknoloji ile iç içe geçen insan yaşamının her alanında yapay zeka örneklerini görmek mümkündür demek doğru olacaktır. Günlük hayatta sık sık kullandığımız ama farkında olmadığımız pek çok alanda yapay zeka vardır; sürücüsüz araçlar, otomasyonlar, el, yüz taratma sistemleri gibi.

Yapay zeka çalışmaları günümüzde artarak devam etmektedir. Bilim insanları yapay zeka üzerinden gelecek tahminleri yapmaktadırlar ve yakın bir zaman diliminde yapay zeka uygulamalarının pek çok iş kolunda insanların yerini alacağını düşünmektedirler. Bu yüzden yapay zekayı tehdit olarak görmektedirler. Ancak, bazıları ise yapay zekanın iş yükünü hafiflettiğini kabul edip insan faktörü olmadan yapay zekanın tek başına yeterli olmadığını savunmaktadırlar.

2.3.4.2. Büyük Veri (Big Data)

Büyük veri (Big data) iş yeri sahiplerinden, alıcılara ve bilimden devlet işlerine kadar hayatın bütün alanlarıyla ilgili, devrim niteliğindeki bir konudur. Yeni bir başlangıç noktası olarak ifade edilen büyük veri, son yıllarda akademik ve veri dünyasının en fazla dikkat çeken meselelerinden biri olmaktadır (Demirtaş & Argan, 2015) Bu yüzden, Büyük veri ile ilgili kaynaklar incelendiği zaman bu alanda pek çok farklı tanımın yer aldığı görülmektedir.

Bayer ve Laney'e göre Büyük Veri," ilerlemiş sezgi ve sonuca varma gücü için maliyet etkinliği ve yenilikçi bilgi işleme şekilleri gerektiren büyük hacme, hıza ve çeşitliliğe sahip bilgi varlıklarıdır" (Karaboğa, 2020). Altunışık ise Büyük Veriyi, *"standart enformasyon teknolojileri ile erişilmesi mümkün olmayan potansiyel olarak büyük veri setlerinden makul bir sürede veri yakalama, toplama, işleme, analiz etme ve görüntüleme tekniklerinin kullanımını da kapsayan bir terim olarak tanımlamıştır."* Yaygın olarak kullanılmakta olan yazılım araçları ile yakalanması, ayıklanması ve uygun bir zamanda analiz edilmesi imkansız olan büyüklükteki veri setlerine yönelik uygulanan bir paradigma dönüşümü" olarak da değerlendirilmektedir (Altunışık, 2015). Kısaca, *"Büyük Veri, geleneksel veri depolama alanları ile veri işleme teknolojilerinin yetersiz kaldığı durumu ifade etmek için kullanılan bir terimdir"* (Takcı & Baktır, 2018).

Büyük verinin 5 bileşeni 5V olarak ifade edilir. Bunlar; verinin büyüklüğü, hızı, çeşitliliği, doğrulama ve değerdir.

- **Verinin büyüklüğü (Volume):** Veri büyüklüğü elde edilen verinin boyutunun ne kadar olduğunu ifade etmektedir. Küçük veriler B (Bayt) ile ifade edilirken büyük veriler için GB (Gigabayt), TB (Terabayt), PB (Petabayt), EB (Exabayt) gibi bellekler kullanılmaktadır. Verinin büyüklüğü bazı kaynaklarda hacim olarak ta ifade edilmiştir. Veri büyüklüğü veya hacmi, büyük çaplı arşivleme, depolama, saklama gibi işlemleridir.

• **Hız (Velocity)** : Hız, büyük veride en kısa sürede yapılan işlemleri ifade eder. Yani, büyük verinin elde edilme süresidir. Yapılan işlem sayısı ile çeşitliliği de aynı hız da gerçekleşmektedir.

• **Çeşitlilik (Variety)**: Büyük veri bünyesinde yer alan kaynakların çeşitliliğini ifade eder.

• **Doğrulama (Verification)**: Büyük veride yer alan bilgilerin kaynaklarının doğru olup olmadığını ifade eder.

• **Değer (Value)**: Büyük verinin bir etki bırakmasını ifade eder. Yani, ihtiyaca uygun bilginin kullanılabilirliğidir.

Tablo2.5’de Büyük Verinin özellikleri açıklanmaktadır:

Tablo 2. 5: Büyük Verinin Özellikleri

Yönü	Özellikleri	Meydan Okumalar ve Teknolojik Çözümler
Hacim (Volume)	Son yıllarda üretilmekte olan verinin miktarı müthiş bir şekilde artmaktadır.	İnternetin doğal yayılımı küresel veri üretimini artırmıştır. Buna yönelik olarak verilerin veri merkezlerinde sanallaştırılması ve bulut türü teknolojiler yardımıyla bu teknolojilere sahip olmanın maliyeti azalmıştır. NoSQL veri tabanları veri depolama ve sorgulama sorununa yönelik bir girişimin sonucu olarak ortaya çıkmıştır.
Hız (Velocity)	Her geçen gün toplanan verinin toplama hızı da artarak depolama işlemlerinin daha kısa sürelerde yapılmasına imkan tanıyan teknoloji	Milyonlarca yeni akıllı teknolojilerin hayatımıza girmesi bu hızı daha da artıracaktır. Rekabet üstünlüğü için gerçek zamanlı veri işleme platformlarının geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

	ve yöntemlerin geliştirilmesini kaçınılmaz kılmaktadır.	
Çeşitlilik (Variety)	Veri kaynaklarındaki artan çeşitlilik yapısal ve yapısal olmayan tekstlere kadar çeşitlilikte enformasyonun toplanmasına yol açmaktadır.	Yarı yapısal veya yapısal olmayan verilerin işlenmesi ve analizi ise geleneksel ilişkisel veri modelleri ve sorgulama dillerinde öngörülen mantıktan farklı bir mantığı gerektirmektedir. Bu ise esnek veri modellerini destekleyebilecek yeni tür veri mağazalarının yaratılmasını gerektirmektedir.
Değer (Value)	Şu ana kadar çeşitli sebeplerden dolayı toplanan ve derlenen verilerden yararlanma söz konusu olmamıştır.	Büyük Veri teknolojileri buna imkan tanımaya başlamıştır. Günümüzdeki kritik olan konu ise ham veriyi enformasyona dönüştürerek yeni değer yaratma yolları sunabilecek yeni teknolojilerin geliştirilmesi konusudur.

Kaynak: (Altunışık, 2015)

2.3.4.3. 3D Baskı

Matbaanın icadıyla birlikte baskı teknolojilerinde de günden güne gelişim yaşanmıştır. 3D baskı kavramı, dijital ortam üzerinden nesneler meydana getirmeyi ve bu nesneleri 'plastik' mürekkeple 'çıkıtısının alınmasını' ifade eder. Bir nesneyi yazdırmak için malzemeyi çıkarmaktan ziyade, istenen şekli verebilmek için çeşitli desenlerin üst üste eklenmesi gerekmektedir. Bu yüzden "Katlı üretim" olarak isimlendirilmektedir. Asıl kullanım alanları ise “prototipleme, havacılık, biyomedikal, hobiler, askeri, dış protezleri, binalar, ev için araçlar ,tıbbi vb “ (Serkan, 2019).

3D baskı genellikle bilgisayar destekli olarak nesnelerin dijitale aktarılmasının ardından çeşitli teknik ve malzemeler ile çıktı alınmasıdır.

2.3.4.4. Nesnelerin İnterneti (IoT)

Telli ve Aydın, “ Dijital Dönüşüm” isimli kitaplarında Nesnelerin internetini; “internet erişimi olan nesnelerin sanal kimlik kazanmasıyla, çevreleriyle sosyal ve/veya fiziksel bağlamda iletişim kurmalarıdır.. Diğer bir deyişle nesnelerin birbirleriyle veya daha büyük sistemlerle iletişim kurduğu ağıdır şeklinde tanımlamaktadırlar (Telli & Aydın, 2020). Aslında nesnelerin interneti dendiği zaman, kullanılan her şeyin akıllı versiyonu akla gelmektedir.

Nesneleri internete bağlamak için şu bileşenlere ihtiyaç vardır:

- Çipler
- Sensörler
- Bağlantı
- Pil (veya başka bir enerji kaynağı)

TÜSİAD Türkiye’nin küresel rekabetçiliği için sanayi 4.0, gelişmekte olan ekonomi perspektifi raporuna göre; günümüzde az sayıda yapay zeka ve otomasyon sistemi kullanılmaktadır. Sadece, nesnelerin interneti, daha çok sayıda cihazın, bunun yanı sıra yarı mamüllerin , standart teknolojilerle bağlantı kurarak bitişil veri işlemeden kullanılmasına izin verecektir. Bu sayede ortamdaki donanımlar hem birbirleriyle hem de gerekirse merkezi kontrol sistemleriyle iletişim kurabilecek. Bundan ötürü analiz ve karar verme aşamalarında tek elden yapma şartı sona ermiş olmaktadır (TÜSİAD, 2016).

Nesnelerin interneti, kullanım yerleri çok hızlı bir şekilde artarak çeşitlenmektedir. Örneğin; akıllı evler, akıllı fabrikalar, akıllı beyaz eşyalar, akıllı robotlar (robot süpürgeler vs) giyilebilir teknolojiler , güvenlik, kameralar, sensörler ve daha pek çok alanda nesnelerin internetinin kullanımı söz konusudur.

2.3.4.5. Bulut Çözümleri

Bulut bilişim teknolojisi henüz gelişmekte olan ve popülerliğini koruyan bir konu olmasından ötürü bilişim dünyasında çok çabuk ilgi görmüştür. Bu sebeple henüz net olarak bir tanımı bulunmamaktadır. Birbirinden farklı pek çok tanımın olduğu ifade edilmektedir (Yıldız, 2010). Bu tanımlardan bazıları şu şekildedir:

“Bulut bilişim sistemleri, insanlar ve kurumlar tarafından ihtiyaç duyulan farklı seviye ve nitelikteki bilgi sistemleri kaynaklarının, talebe bağlı olarak istenilen zaman ve miktarda ihtiyaç sahibine sunulabildiği, çoğunlukla internet üzerinden erişilebilir kılınan, özellikle değişken iş yüklerine sahip organizasyonların ihtiyaçlarına en iyi şekilde cevap verebilen sistemlerdir” (Gülburun & Dener, 2022). Bir diğer tanımda ise

"Bulut bilişim sistemi; bir işletmenin veya kuruluşun bilgi işlem kaynaklarını ve uygulamalarını herhangi bir konumdan, internet bağlantısı aracılığıyla temin etmesini sağlayan tedarik modelidir. Ayrıca, işletme organizasyonlarının; iş modeli yeteneklerini ve bilgi işlem kaynağı taleplerini potansiyel olarak artırmalarına ve geliştirmelerine olanak tanıyan sistemlerdir" (Özyiğit, 2022).

Bulut bilişim altyapıları kısaca şu bileşenlerde oluşmaktadır:

- Bilişim (hesaplama/computing) altyapısı (sunucular)
- Depolama (storage) altyapısı
- İletişim teknolojileri
- Yazılım teknolojileri (bulut yönetim vb.)

Telli ve Aydın, Bulut Teknolojisi için şu ifadeleri kullanmışlardır: “Günümüzde bulut teknolojisi diye ifade edilen bu teknoloji bazı coğrafi bölgelerde yer alan büyük veri sunucularının internet yoluyla üçüncü kişi ya da kurumlara belli bir bölümün kullandırılmasına dayanmaktadır (Telli & Aydın, 2020).

Google Cloud, Amazon Web Services, IB BlueMix, Microsoft Azure vb. uygulamalar en yaygın kullanılan bulut teknolojileridir. Geleceğin teknolojilerinin alt yapısı, tamamen bulut teknolojileri üzerine kurulacağı tahmin edilmektedir.

2.3.5. Web 5.0

Web 5.0 duyuşal-duygusal Web olarak adlandırılmaktadır. Kambil'e göre; “Bugün, duygularınızın daha çok farkında olan yarı duygusal bir web olan Web 5.0'in eşiğindeyiz. Örneğin, www.wefeelfine.org yeni yayınlanan blogları “Hissediyorum” ifadeleri için bir araya getirir, kategorize eder ve duygu kümelerinin sıklığını ve yerini haritalar. Sonuç olarak, kullanıcılar "20'li yaşlarında WWW'de paylaşım yapan New Yorklu kadınların en temsili duyguları nelerdir?" veya “Dünyanın en suçlu şehirleri hangileridir?” veya “İnsanlar şu anda Bağdat'ta ne hissediyor?” gibi sorularla ilgili veri destekli içgörüler bulabilirler (Kambil, 2008).

Sosyal medya uygulamalarında emojiler aracılığıyla duygu durumunu anlatmak diğer Web evreleri için geçerli iken söz konusu Web 5.0'da duygu durumunu ifade etmek olunca devreye sensör teknolojileri, yapay zeka, artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti gibi teknoloji araçları girmektedir. Örneğin; yüksek tempoda koşu yaparken apple watch ekranında kalp sağlığı için yavaşlayın uyarısının gelmesi, kulaklı ile yüksek sesle müzik dinlerken telefonun kendiliğinden kulak sağlığı için ses seviyesi düşürüldü uyarısı

yapması veya olası bir afet durumunu önlemek adına önden bildirimlerin oluşması Web 5.0 teknolojisinin kullanım alanlarıdır.

Web 5.0 , Web'i, insanlar adına kişiselleştirme yapan ve bunu yaparken de çeşitli algoritmaları kullanan insanlara deneyimler yaşatarak iyileştirme imkanı sunan bir araç olarak sunmaktadır. Web 5.0 insan tarafından kontrol edilen bir sistemdir. Duyusal-duygusal web sisteminin gerçekleşmesini, artırılmış gerçeklik ile yaşamak bir nebze mümkün olsa bile tamamen sanala taşınmış bir duyu-duygu durumu yakın bir tarih için pek gerçekçi bir olasılık değildir.



2.4. Metaverse

Web 1.0, 2.0, 3.0, 4.0 ve 5.0’da yaşanan gelişmeler sonucunda teknoloji dünyasında “Metaverse” kavramı kullanılmaya başlanmıştır. Metaverse terimi 1992 yılında bir bilim kurgu romanı olan “Snow Crash’de” ortaya çıkmıştır. Metaverse sanal ütopya olarak nitelendirilebilir. Burada amaç, sanal gerçeklik evreni oluşturmaktır.

Tanım olarak Metaverse, fiziksel gerçekliği dijital ortamda sanal gerçekliğe dönüştürülmesidir. Bu sayede daha kalıcı ve gerçekçi bir evren oluşturulması amaçlanmaktadır. bu sanal evren artırılmış gerçeklik, dijital nesneler ve artırılmış gerçeklik üzerine kurulmuştur. Metaverse evreninde insanların duygusal olarak etkileşimleri oldukça yüksek olmaktadır ve bu sayede sürekli olarak aktif olan bir sosyal ağ meydana gelmektedir.

İnternetin diğer evrelerinde insanlar dijital dünyanın bir parçası olurken, Metaverse insanı tamamen sanal bir evrenin içinde yaşatmaktadır. Metaverse, kurgusal oyun evreni oluşturarak insanların sanal dünyada sosyal alanlar inşaa ederek oyun kurmalarına olanak tanımaktadır. Örneğin, insanlar bu evrende bir hayvanat bahçesi kurarak içerisine atlar, zebra, zürafalar, maymunlar v.s her türlü canlıyı yerleştirip onlara bakabilmekte veya bir ev yapıp içerisine anne, baba, çocuk yerleştirip onlarla yemek yiyebilmekte, alışveriş yapıp okula gidebilmekte hatta arkadaş dahi edinebilmektedirler.

Daha önce bu tarz girişimlerde kullanıcıların yüzü avatarlar ya da temsili yüzler kullanılarak yapılmıştır. Ancak Metaverse evreninde, kullanıcılar yüzünü 3 boyutlu bir şekilde yani gerçek yüzlerini kullanmaktadırlar. Hatta kendileriyle birlikte çevresindeki her şeyi de bu boyutta metaverse evrenine taşımaktadırlar.

Sonuç olarak, Metaverseyi sadece oyun evreninden ibaret olarak görmemek gerekir. Metaverse pek çok evreni de içerisinde barındıran büyük bir sanal evrenidir. Günümüzde giyilebilir teknoloji olarak bilinen sanal gerçeklik gözlükleri veya Nike, Adidas, Samsung, Apple gibi dünya markalarının ürettiği yeni giyilebilir giysiler metaverse evreninin birer ürünleridir (Türk , Bayrakçı, & Akçay, 2022).

Metaverse teknolojisi şu an yeni bir girişim olarak görülse de internetin varlığı gibi tüm dünyada yeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul görülecektir demek doğru olacaktır. Gelecek yıllarda dijital teknolojiler, Metaverseye uygun ürünler üretecektir. Bu örnekleri görmek çok uzun sürmeyecektir. Günümüzde Bitcoin dünyası ekonomide Metaverse dünyasını yaşamaya çoktan başlamıştır. Ekonomide olduğu gibi sağlık, eğitim,

sosyal, dini ve daha pek çok konuda Metaverse teknolojilerinin uzantılarını görmek mümkün olacaktır.



3. AKTİVİZM VE DİJİTAL AKTİVİZM

3.1. Aktivizm

Aktivizmin, literatürde yer alan tanımlarına bakmadan önce en temelde toplumsal olayları incelemek gerekmektedir. Tarihin her döneminde insanlar, bir arada yaşamaya başlayarak topluluklar oluşturmuşlardır. Her toplulukta kitleleri idare edebilmek amacıyla otoriteler oluşturulmuştur. Oluşturulan bu otoriteler, toplumun genelini rahatsız edecek meseleler karşısında gerekli önlemleri almadığında veya toplumun beklentisinin tam tersi yönünde bir uygulama gerçekleştirdiği zaman kişiler olaylara müdahil olmak isteyerek gruplaşmaya başlamışlardır. Kişilerin herhangi bir toplumsal mesele karşısında gruplaşarak kendilerini ifade ediş biçimleri toplumsal olayları oluşturmuştur. Bu noktada, aktivizmin temeli toplumsal olaylara dayanmaktadır. Toplumsal olaylar, toplumlarda eşitsizlik ve adaletsizliklerden dolayı ortaya çıkan sorunların olduğu ilk zamanlardan itibaren gün yüzüne çıkmış olsa da tanım olarak organize ve süreklilik içeren kolektif amaç doğrultusunda gerçekleşen eylem biçimi olarak 19. Yüzyılda adlandırılmıştır (Ürkmez, 2020).

19. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan bu toplumsal hareketler, işçi hareketleri ile başlamaktadır. 1960'lardaki bu toplumsal olaylar, siyasal iktidarı hedef alan , ekonomik çıkar amacı olan ve sınıfsal özelliği olan hareketlerdir (işçi hareketi gibi). Bu hareketler, "eski toplumsal hareketler" olarak adlandırılmışlardır (Karagöz, 2013). 1970'lere gelindiğinde ise ifade özgürlüğü, feminizm, kadın hakları, cinsel tercihler, nükleer silahsızlanma ve çevre gibi farklı kavramlar gündeme gelerek siyasal iktidarların ötesinde toplumsal olaylar meydana getirmişlerdir. Söz konusu olan bu yeni kavramların meydana getirdiği oluşumlar "yeni toplumsal hareketler" olarak adlandırılmıştır.

Eski ve yeni toplumsal hareketlerden yola çıkarak bir tanım yapmak gerekirse aktivizm; siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel, çevresel ve daha pek çok konuda topluma temas eden meseleler karşısında bir eylem göstermek veya destek olmak olarak adlandırılabilir. *"Türk Dil Kurumu'na göre aktivizm kavramı Fransızca "activisme" kelimesinden gelmekte ve etkinsilik anlamı taşımaktadır. Aktivizm, belli başlı sorunlara dikkat çekilmesi için insanları tek bir amaç doğrultusunda bir araya getire, politik ya da toplumsal değişim oluşturmaktır"* (Cengiz & Günay, 2020). *"Oxford sözlüğünde ise "politik veya sosyal değişime yol açmak amacıyla kuvvetli kampanyaların kullanılması politikası veya eylemi" şeklinde tanımlanmaktadır "* (Boyacı, 2020). Bir diğer tanımda ise Aktivizm, bir grup insanın kurum ve kuruluşlar üzerinde baskı yaratarak, sorunlu

gördükleri politikaları, uygulamaları veya durumları değiştirme süreci olarak tanımlanmaktadır (Özel, 2015).

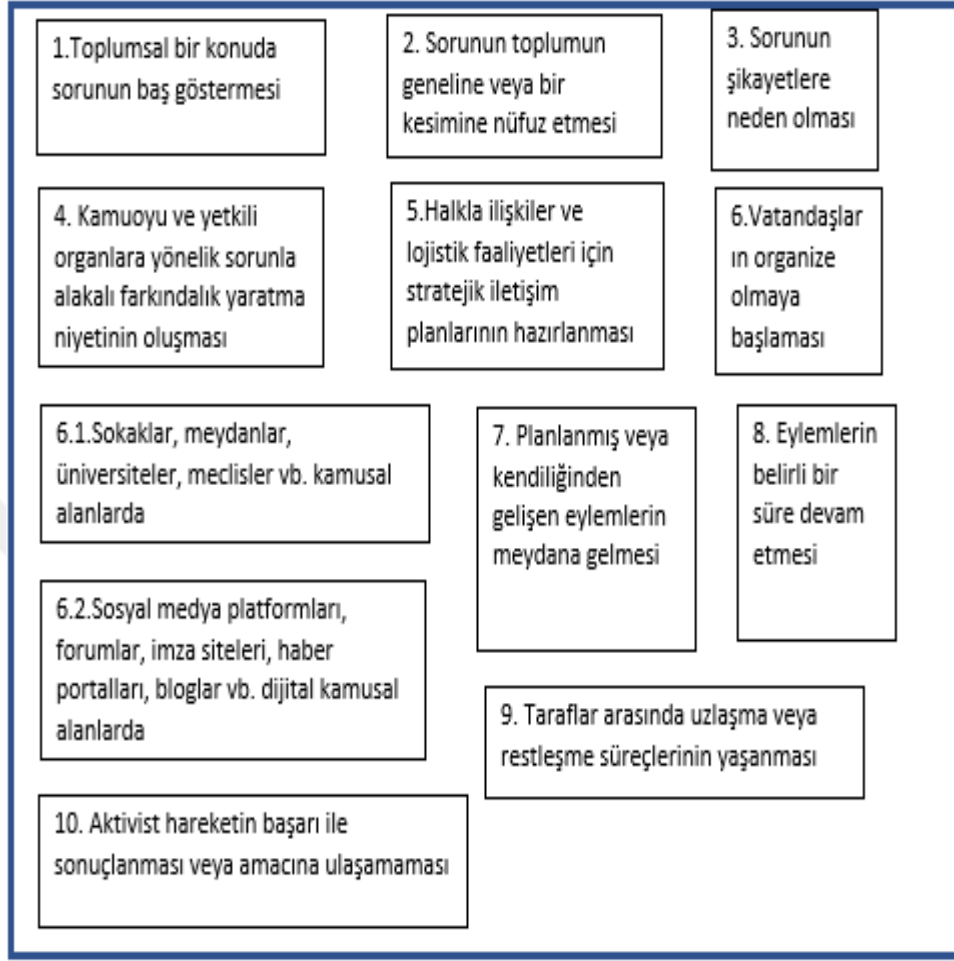
Kısaca aktivizm, ileriye yönelik değişimleri desteklemenin yanı sıra eşitliğe ve adalete aykırı durumları engellemek veya durdurmak amacıyla kolektif katılımcı oluşumları içermektedir (Çakır, 2017). Aktivizm denildiği zaman akla sadece herhangi bir konuda iktidar karşıtı eylemler yapmak veya mevcut düzene karşı gelerek suç işlemek gibi durumlar gelse de aktivizm pek çok konuda yönlendirmede bulunabilmektedir. Örneğin; AIDS, çevrecilik, kadın hakları, insan hakları, hayvan hakları, cinsiyet eşitliği, cinsel tercihler, ırkçılık, anti-tüketicilik, öğrenci aktivizmi, küresel ısınma, çocuk istismarı, çocuk gelin gibi daha pek çok konuda farkındalık oluşturmak, aktivizmin asıl amacını taşımaktadır.

İçinde yaşadığımız dönemde aktivizm, diğer dönemlere kıyasla teknolojik bir formata bürünmüştür. Yani bu yeni aktivizm formatı, dijital araçlardan yararlanarak toplumsal ihtiyaçlara yönelik kendini ifade ediş biçimidir (Nazlı & Gürel, 2019). Mankovski'ye göre ise aktivizm, var olan meselelerin daha ilgi çekici hale getirilmesidir. Aktivistler, bu “var olan meselelerle” yani problemlerle ilgilenerek kamuoyu oluşturmayı hedeflemektedirler. Bu kamuoyunu oluşturabilmek için ise teknolojik imkanlardan yararlanmaktadırlar (Sert, 2012).

Aktivistler ise, Türk Dil Kurumunda “etkinci/eylemci” olarak tanımlanmıştır. Yani, aktivizm çalışmalarında yer alan, destekleyen kişiler için aktivist tanımı yapılabilir. Aktivistler başlarda toplumsal konular üzerinde farkındalık oluşturmak için geleneksel yöntemler izlemişlerdir. Aktivizm için ana akım medyada dikkat çekmek amacıyla grevler, protestolar, eylemler düzenleyerek, imzalar toplayarak ve kitleleri bir araya getirerek sokak hareketleri oluşturmayı tercih etmişlerdir. Fakat aktivizm, gün geçtikçe gelişen ve farklılaşan bir kavram olurken, aktivistlerin kullandıkları metotlar da değişmeye başlamıştır.

Aktivizm çalışmaları için dijital teknolojiler kullanılmaya başlandıkça yeni bir kavram olan “dijital aktivizm” de literatürde yerini aldı. Aktivizmden yola çıkarak bir tanımlama yapılacak olursa dijital aktivizm, dijital platformlarda gerçekteştirilen her türlü aktivizm faaliyetini kapsayan bir terimdir. Aşağıda yer alan şekil 2.1'de aktivist eylemlerin gelişim süreci tablosu incelendiği zaman aktivizm daha net anlaşılmaktadır.

Şekil 3. 1: Aktivist Eylemlerin Gelişim Süreci



Kaynak: (Taşkiran & Mengü, 2019)

3.2.Dijital Aktivizm

Çevrimiçi aktivizmi olarak ta adlandırılan dijital aktivizm kavramı ilk olarak 1970’lerde kullanılmaya başlanmıştır. Dijital aktivizm kavramı, tarihsel olayların akışının internet aracılığıyla çevrimiçi şekilde değiştirilebileceğini ve şekillendirilebileceğini ifade etmektedir. Bourdieu, dijital aktivizmin insanlarda düşünme ve eyleme geçme dürtüsünü ön plana çıktığını ifade etmektedir (Baran, Hazer, & Öztürk, 2020). İnternetin sağladığı avantajlar ve teknolojik araçlar sayesinde aktivizm kavramı da farklı bir bakış açısına sahip olmaya başlamıştır. 1990’lı yıllarda başlayan bu teknolojik değişimler toplumsal olayları da etkilemiştir. Bu sayede toplumsal sorunlara karşı ilgi artarak daha görünür hale gelmeye başlamıştır (Nazlı & Gürel, 2019).

İnternetin sağladığı imkanlar aracılığıyla insanların bir araya gelerek örgütlenme şekilleri değişmiştir. İnsanlar artık çevrimiçi sanal ortamlar aracılığıyla örgütlenerek eylemlerini gerçekleştirmek amacıyla sokaklara çıkmaktadırlar (Boyacı, 2020). Günümüze gelindiğinde ise, dijital aktivizm toplumsal hareketlerin seyrini yeniden değiştirmiştir ve “sokağa dökülme” olarak bilinen örgütsel davranışları sanal ortama taşımıştır. Dijital teknolojiler aracılığıyla gerçekleştirilen bu yeni aktivizm türü “dijital/online aktivizm” olarak tanımlanabilir.

Dijital aktivizm teriminin net bir tanımını olmamakla birlikte Joyce tarafından online aktivizm, siber aktivizm veya e-aktivizm olarak ifade edilmiştir. Geniş anlamda, dijital aktivizm, internet üzerindeki siyasal ve sosyal aktivizmi veya buna dayanan hareketleri ifade eder. Örneğin; geleneksel aktivizm uygulamalarından olan, dilekçeler, eylemler, protestolar çevrimiçi formatlar olarak dijital aktivizm içerisinde de yer almışlardır (Özkula, 2021).

Genel olarak özetlemek gerekirse dijital aktivizm, birçok yönden protesto, görünürlük, seferberlik ve faaliyete yönelik çeşitli yaklaşımların birleşimidir. Dijital aktivizmi anlamanın bir yolu da, politik değişimler içindeki katkısına bakmaktır. Genellikle dijital aktivizm, hizmet reddi saldırıları, açık kaynak savunuculuğu, hacktivizm veya hashtag aktivizmi olarak sivil itaatsizlikle ilişkilendirilir (Hutchinson, 2021). Buradan yola çıkıldığında, internet aracılığıyla gerçekleştirilen her türlü tepkisel davranışın altında dijital aktivizmin izlerinin görüldüğü söylenebilir. Bu noktada dijital aktivizm kavramı, internette gerçekleşen aktivizmin sadece belirli bir boyutunu ifade etmektedir. Koç’a göre aktivizm ve internet ayrılmaz bir bütündür. Hatta, belirli bir

zaman sonra, dijital aktivizm kavramı literatürden kalkacak ve aktivizm dendiği zaman zaten dijital bir boyut algılanmaya başlanacaktır (Koç, 2017)

Teknolojiyle derinden iç içe olan bir aktivizm biçimi olan dijital aktivizm, dijital iletişim ekosisteminin doğasını ve dönüşümünü yansıtır (Gerbaudo, 2022). Dijital aktivizmin doğası gereği bünyesinde barındırması gereken temel bileşenler vardır. Bunlar; teknolojik altyapı, ekonomik durum, sosyal ve siyasal faktörlerdir.

Kısaca dijital aktivizm, aktivizm faaliyetlerinde kullanılan dijital teknolojileri desteklerken bu teknolojilerin kullanılacağı her türlü politik, sosyal ve ekonomik ortamları ifade eder. Dijital aktivizmin fiziksel altyapısını oluşturan ağlar, kodlar, uygulamalar ve cihazların, dijital teknoloji altyapısı bir başlangıç noktasıdır, ancak bir bitiş noktası değildir. Politik, sosyal ve ekonomik faktörlerdeki farklılıklar nihayetinde aktivistlerin bu teknolojiyi kullanma şeklini değiştirir (Sivitanides & Shah, 2011).

Dijital aktivizmin amacı: Aktivistlerin, eylemleri belli başlı kategorilerden oluşur. Bunlar; gösteriler düzenlemek, lobiler kurmak, kampanyalar oluşturmak, izlemelerde bulunmak, raporlar yazmak, fonlar kurmak, hukuksal danışmanlıklar vermek, ağ oluşturmak (network), savunuculuk yapmak ve kapasite geliştirmektir. Aktivistler, bu eylemlerini en kısa sürede, en ucuz maliyetle, en yüksek katılım oranıyla ve sürdürülebilir bir şekilde yapabilmek için faaliyetlerini dijitalleştirdiler. İnternet üzerinden çevrimiçi dijital platformlarda yer aldılar. Bu sayede çok daha fazla kitleye ulaşabildiler. Dijital aktivizm, bu noktada aktivizmin formatlanmış versiyonudur demek doğru olacaktır. Kısaca, dijital aktivizmde temel amaç, aktivizm çalışmalarının dijital ortamlara taşınması, sınırları aşarak çok daha fazla kişiye ulaşmak ve farkındalık oluşturarak savunuculuk faaliyetleri yapmaktır.

Dijital aktivizmin günlük hayatımızın bir parçası haline gelmesi, 2010 yılının sonlarına doğru Wikileaks'in ortaya çıkmasıyla başladı. Arap Baharı ile birlikte özellikle demokrasi arayışında olan aktivistlerin sosyal medya platformlarını kullanması, seslerini duyurma süreci, günümüzde yaşanan dijital aktivizmin ne kadar etkili olduğunu gösterdi (Baban & Güzel, 2015). “Wall Street'i işgali” ve “Londra ayaklanmaları” ise büyük kitlelere ulaşan dijital aktivizm örneklerinin başında gelmektedirler.

3.3.Dijital Aktivizm Tartışmaları

Yukarıda da belirtildiği üzere kaynaklarda dijital aktivizme yönelik kesin bir tanım yoktur. Ancak farklı pek çok açıklama yapılmıştır. Bu yüzden dijital aktivizmin beraberinde getirdiği değişimler tartışılmış ve dijital aktivizme yönelik farklı

yaklaşımların oluşmasına sebep olmuştur. Bu kapsamda 3 temel görüş vardır. Bunlar; iyimserler, kötümserler ve tutarlılardır.

İyimser bakış açısına göre, gün geçtikçe gelişen dijital dünya, otoriter sistemlere karşı yeni bir var oluş meydana getirmektedir. Yani, herhangi bir konuda belli bir gücü elinde bulunduran zümreler mutlak söz sahibi olamıyorlar ve toplumdaki hiyerarşi kırılmaya başlamaktadır. Her sınıftan insanın sesini duyurabileceği daha kozmopolit bir düzenin sağlanmasına imkan sağlanmış olmaktadır. Ayrıca, insanlar dijital teknolojiler aracılığıyla daha kolay bir şekilde toplanıp kamuoyu oluşturabilirler. Bu yüzden iyimser bakış açısını savunanlar, dijital aktivizmi oldukça pozitif karşılamaktadır.

Kötümser bakış açısına göre ise dijital aktivizm, kötü niyetli veya saldırgan gruplar tarafından suistimal edilebilecek bir faaliyet biçimidir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte siber terör saldırıları devletlerin güvenliğini tehdit eden bir unsur haline gelmiştir ve bu siber ataklara karşı devletler, önlem almak için karşı yazılım geliştirme sürecine girmişlerdir. Çünkü siber ataklar sonucunda kamuya sızdırılmaması gereken belgelere ulaşılarak medyada saldırgan propagandalar düzenlenebilir ve kitleler oluşturulabilir. Tüm bu hareketler ise demokrasilere zarar verecek bir boyuta gelebilir. Bu yüzden kötümserler, dijital aktivizme karşı negatif bir tavır içerisindedirler.

Bir diğer bakış açısı ise tutarlılardır. Onlar dijital aktivizme karşı olumlu ya da olumsuz bir bakış açısıyla yaklaşmamışlardır. Ağa bağlı teknolojinin aktivizm pratiğinin derecesinde bir değişikliği işaret ettiğine inanmaktadırlar. Onlara göre dijital aktivizm, sadece seferberlik, organizasyon ve mesaj yayma gibi mevcut çevrimdışı taktikleri daha etkili hale getirmektedir (Sivitanides & Shah, 2011).

Çalışmanın devamında yer alan “dijital aktivizm türleri” başlığında, yukarıda bahsedilen üç görüş için de örneklere yer verilmiştir.

3.4. Dijital Aktivizm Türleri

Aktivistlerin dijital araçları kullanırken belirli amaçları vardır. Morozov, aktivistlerin bu amaçlarını “Aktivizm ve Yeni Medya” adlı çalışmasında sekiz ana başlık altında toplamıştır bunlar:

- Ulaşılabilirlik ve doğru bilgi,
- Belirli bir soruna karşı kamuoyunun ilgisini çekmek,
- Seçmenlere yardımcı olmak için verileri analiz etmek ve bir arada bulma kolaylığı sağlamak,
- Politikacılar ve seçmenlerle doğrudan temas kurmak,

- Yeni üyelere ulaşmak,
- Eylemleri mobilize etmek ve lojistik destek sağlamaya yardımcı olmak,
- Kolektif eylemler için yaratıcı yöntemler bulmak ve yenilikler üretmek,
- Diğer sivil toplum örgütleri ve aktivistler arasında bilgi değişimi ve bunların basılmasını sağlamaktır (Kar & Güven, 2020).

Bu amaçlar doğrultusunda dijital aktivizm türleri oluşmuştur. Bunlar; vatandaş/yurttaş gazeteciliği, taraf olma-farkındalık aktivizmi, hacktivizm, slaktivizm (dijital tembelcilik-pasif eylemcilik), kliktivizm (tıklamacılık) olarak adlandırılmışlardır.

3.4.1. Vatandaş/Yurttaş Gazeteciliği

Yurttaş gazeteciliği, kendi mesleği gazetecilik olmayan ve maddi gelir beklentisi olmadan dijital araçlarla habercilik yapmaya yardımcı olan kişiler için kullanılan bir tabirdir. Bir nevi sokak gazeteciliği olarak ifade edilebilir. Yurttaş gazeteciliği, bilgi toplayarak haber yayma sürecidir. Kısacası yurttaş gazeteciliği, ana akım medyada mesleği gereği yer almayan profesyonel olmayan kişilerin haber yayma sürecine dahil olmasıdır.

Yurttaş gazeteciliği kavramı ilk kez 1999 yılında Jay Rosen tarafından ortaya atılmıştır (Dursun, 2016). Daha sonra 1998 yılında, insanların haberlerde yer alan konulara karşı ilgisiz kalması sonucu yeniden gündeme gelmiştir. Yaşanan cinayet, hırsızlık, gasp, doğa katliamı, kentsel dönüşüm sorunları vb konulara karşı insanları harekete geçirme düşüncesi yurttaş gazeteciliğinin bugünkü temellerini oluşturmuştur (Dursun, 2016).

Yurttaş gazeteciliğinde temel amaç; insanların gereksinim duydukları meseleler hakkında bilgi toplayarak haber yayma süreçlerine dahil olmasıdır. İnsanlar bu haber yayma süreçlerinde dijital teknolojilerden yararlanmaktadırlar (Kutlu & Bekiroğlu, 2010).

Gelişen iletişim teknolojileri, akıllı telefonlar, sosyal medya platformları yurttaş gazeteciliğinde sıklıkla tercih edilen dijital araçların başında yer almaktadırlar. Örnek verilecek olursa yurttaş gazeteciliği için bazı dijital araçlar şunlardır:

- Canlı yayınlar ve Videolar: Quik, Live Stream, Periscope/Scope, Facebook Live, Instagram
- Ses kayıt : Audioboo, Soundcloud
- Mikro blog: WordPress, Tumblr, Blogger, Twitter, Medium
- Fotoğraf düzenleyici programlar: Photoshop Express, Pixlr, Snapseed

- Not tutma : Evernote, Word, One Note, Google Keep
- Online dosya depolama ve paylaşım: Dropbox, Google Drive, SkyDrive
- Video montaj: Vid Trim, iMovie, Pixorial, Vyclone
- Sosyal medya: Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp, WeChat, Telegram, TikTok vb.

Kaynak: (htt3)

Yurttaş gazeteciliği pek çok sokak hareketinde önemli rol oynamıştır. Wall Street işgali başta olmak üzere, Mısır Devrimi, Ukrayna Devrimi, Tunus Devrimi, Arap Baharı, Gezi Parkı olayları gibi çeşitli sokak hareketlerinde yurttaş gazeteciliği ön planda olmuştur.

Yurttaş gazeteciliğinin bir diğer örneği ise ana akım medyada bulunan “WhatsApp” ihbar hatlarının yer almasıdır. Vatandaşlar akıllı telefonları ile yaşadıkları veya tanık oldukları rahatsız edici her türlü olayı videoya alıp bu ihbar hatlarına gönderebilirler. Şiddete maruz kalan bir insana, patronu tarafından hakarete uğrayan bir çalışana ve trafik kazası görüntülerine ulaşım gibi mağduriyet, kavga, şiddet, hırsızlık ve yaşama dair tüm konularda WhatsApp ihbar hatları kullanılmaktadır.

Danıştay’ın “toplumsal olaylarda ses ve görüntü kaydı alınmasını engelleyen” genelgeyi hukuksuz bulması sonucu alınan kararda artık toplumsal olaylarda ses ve video kaydı almak suç olmaktan çıkmıştır. Bu sebepten ötürü önümüzdeki günlerde, kişilerin toplumsal olaylara müdahil olmaktan endişe etmeyeceğini ve yurttaş gazeteciliğine olan katılımlarının daha da artacağını söylemek mümkündür.

3.4.2.Taraf Olma-Farkındalık Aktivizmi

Taraf olma-farkındalık aktivizmi sosyal bir düzen içerisinde yer alan kurumların, kuruluşların ve kişilerin kararlarını etkilemek için düzenlenen her türlü eylemlerdir. İnsanlar herhangi bir konuda rahatsız oldukları meseleler hakkında rahatça fikirlerini ifade edebilmek, farkındalık oluşturmak, kendilerine yönelik tehlikelerden kurtulmak için ve haklarını aramak için taraf olarak bir aktivizm gerçekleştirmektedirler.

Taraf olma aktivizmi günümüzde daha çok “hashtag aktivizmi” olarak ifade edilmektedir. Hashtag aktivizmi, sık kullanılan sosyal medya platformlardan olan Twitter aracılığıyla gündeme girmektedir. Bu aktivizm türünde amaç, toplumsal, siyasal, sosyal veya çevresel herhangi bir konu hakkında aynı görüşte olan kişilerin ortak bir söylem oluşturmasıdır. Aktivistler, twitter başta olmak üzere tüm sosyal medya platformlarında

“hashtag” kullanarak dünyanın her yerindeki insanlara ulaşma imkanı bulmakta ve bu sayede kurumların, kuruluşların ve kişilerin üzerinde etki alanı oluşturabilmektedirler.

Hashtag (#) sembolünün yanına ilgili konu başlığı eklenerek oluşturulur ve sosyal medya platformları üzerinden paylaşılır. Sosyal medyada gerçekleştirilen birtakım “hashtag aktivizmi” örnekleri:

- Arap Baharı eylemlerinden kadınların sosyal ve iş hayatlarında karşılaştıkları ön yargılara karşı başlatılan #BanBossy ve #LikeAGirl kampanyaları,
- 7 Ocak 2015 tarihinde Fransa'nın 11 Eylül'ü olarak anılan olaylarda başlatılan #JeSuisCharlie, #JeNeSuisPasCharlie sloganları,
- Birleşmiş Milletlerin cinsiyet eşitliği çalışması kapsamında başlattığı #HeForShe kampanyası,
- Türkiye'deki kadınların başlattığı #Bacaklarınıtopla etiketiyle başlayan ve toplu taşıma kullanırken bacaklarını açarak oturan ve böylece kadınların yerlerini işgal eden erkeklere karşı cinsiyet eşitliği kampanyası,
- Türkiye'de yaşanan Gezi Parkı olayları esnasında oluşturulan #direngeziparkı hashtagi,
- Kadın cinayetlerinden sonra açılan #EmineBulut, #SuleÇet, #CerenDamar, #CerenÖzdemir, #ÖzgecanAslan, #AyşeTubaAslan, #MünevverKarabulut başlıkları
- ALS hastalığına dikkat çekmek için düzenlenen #IceBucketChallenge'ı,
- COVID-19 pandemisinde insanların evlerinde kalmalarını teşvik etmek için düzenlenen #evdekal kampanyaları,
- 2021 yılında Türkiye'de başlayan ve günlerce devam eden orman yangınları için başlatılan #türkiyeyanıyor başlıkları, hashtag aktivizmi denilince akla ilk gelen örneklerden sadece birkaç tanesidir.

Hashtag aktivizmi, herhangi bir sosyal meselede kamuoyu oluşturulmak istendiği zaman akla gelen en zahmetsiz ve etkili yöntemlerden bir tanesidir. Örneğin; çalıştığınız iş yerinizde sizinle aynı eğitimi almış ve aynı pozisyonda çalışan karşı cinsten iş arkadaşınızın sizden daha yüksek maaş aldığını gösteren maaş bordrosunu gördüğünüzde fotoğrafını çekip sosyal medyada “#eşitemekgücü” başlığı altında sizinle aynı durumda olan kişilere ulaşmanız ve üstlerinize karşı baskı oluşturmanız çok daha kolay olacaktır. Ya da ikamet edilen yerde bulunan bir çocuk parkında engelli çocuklar için yeterli oyun alanı yoksa sosyal medyada “#oyunlarengeltanımaz” başlığı altında bir kampanya başlatabilir ve destekçiler bulunarak belediyelerin bu ihtiyacı görmesi sağlanabilir.

Sonuç olarak hashtag aktivizmi, toplumda var olan düşüncelerin hızlı bir şekilde yayılması için çok çabuk kabul görmüştür. Ayrıca sivil toplum örgütleri ve muhalif gruplar tarafından çeşitli kampanyalar yapmak veya boykotlar düzenlemek için kullanılan bir araç haline gelmektedir (Torun, 2019). Bu yüzden günümüzde hashtag aktivizmi için, toplumu koordine etmede, eylem ve protestoları yönlendirmede, ayrıca herhangi bir fikrin toplumda benimsenmesinde rol almasında en çok tercih edilen yöntemlerin başında gelmektedir.

3.4.3.Hactivizm

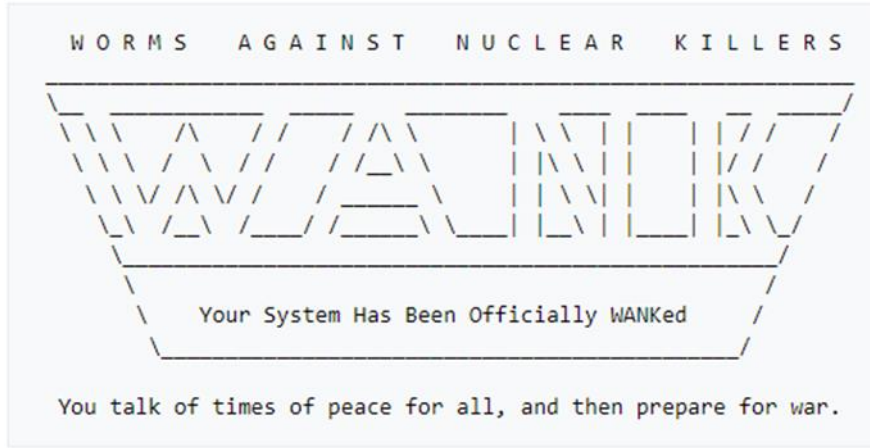
Hacklemek kavramı, bilgisayarlara izinsiz erişim yapmayı ifade etmektedir. bilgisayara yetkisiz Hactivizm ise” hacklemek (hacking) ve aktivizm (activism) kavramlarından oluşmuştur “ (Duran & Can). Yani, hactivizm kısaca; toplumsal bir sorun karşısında tepki göstermek amacıyla bilgisayar programlarına erişebilmektir (Saka & Sabancı, 2013).

Bir diğer tanımda ise hactivizm, sosyal veya politik hedeflere ulaşmak için bilgisayar korsanlığı yapmaktır. Hactivistler hükümetleri, kuruluşları ve bireyleri hedef alır. Hacking, bir olay veya politika tarafından veya bir grup diğerine göre avantaj elde ediyor gibi görüldüğünde tetiklenir. Bilgileri açığa çıkaran, verileri yok eden veya işlemleri kesintiye uğratan bilgisayar kodu aracılığıyla yürürlüğe girmektedir (George & Leidner, 2019).

Busch ve Palmas’ hackleme işlemleri eskiden yalnızca bilgisayarlarda kod yazma şeklinde iken daha sonra teknoloji meraklıları tarafından bilgisayar programlarına sızma şekli haline geldiğini ifade etmektedirler (Yegen, 2014).

Hactivizmin toplumsal meselelere karşı ilk kullanımı 1989 senesine dayanmaktadır. Kaynaklarda ilk hactivist eylem olarak “Wank Worms Against Nuclear Killers / Nükleer Katillere Karşı Solucanlar) solucanından” bahsedilmektedir (Boschele & Öztürk, 2017). WANK solucanının ayrı bir siyasi mesajı vardı ve siyasi mesajı olan ilk büyük solucandı. Bu bağlamda WANK, Nükleer Katillere Karşı Solucanlar anlamına gelir. Virüs bulaşmış bilgisayarın ekranında aşağıdaki mesaj (Şekil 3.2) belirlemektedir. Solucan, Galileo uzay aracını taşıyan bir NASA Uzay Mekiğinin fırlatılmasından günler önce, NASA ve ABD Enerji Bakanlığı (DOE) arasında paylaşılan bir DECent bilgisayar ağında tesadüfen ortaya çıkmıştır.

Şekil 3. 2: Wank Solucanı



Kaynak: (htt4)

Hack denildiği zaman akla ilk etapta, kişilerin yasa dışı/gizli bilgilere ulaştıktan sonra, bu bilgileri zararlı faaliyetler gerçekleştirmek amacıyla kullanmaları gelmektedir. Fakat hactivizm de asıl amaç belirli bir gündem veya amaç doğrultusunda, kamuoyunda farkındalık yaratmak amacıyla ve bireysel kazanç elde etmek amacıyla değil kamu yararına olacağı inancıyla, hack tekniklerinin şiddet içermeyecek şekilde kullanılmasıdır (Yeşil, 2016). Hacker (Bilgisayar Korsanı) kavramı ise Türk Dil Kurumu'nun internet üzerindeki sözlüğüne göre “Bilgisayar ve haberleşme teknolojileri konusundaki bilgisini gizli verilere ulaşmak, ağlar üzerinde yasal olmayan zarar verici işler yapmak için kullanan kimse.” olarak tanımlanır (htt5). Bu noktada, hacktivistler için teknolojiyi herhangi bir konuda kamu yararına mesaj vermek amacıyla kullanan bilgisayar korsanları denilebilir.

Hactivistler kendi içinde üç kategoriye ayrılırlar. Bunlar: Siberterörizm, bilgisayar korsanı ve vatanseverlerdir. Siberterörizm; Siber-terörizm, terörizm eylemleri ile bilgisayar korsanlarının birleşimidir. “Yasa dışı saldırılar ve bilgisayarlara, ağlara ve bilgi depolarına, devletin veya insanların toplumsal durumlarını veya siyasal konumlarını göz korkutarak ve baskı altında tutmak için yapılan saldırılar” olarak tanımlanmaktadır” (Akser, 2013). Bu saldırılar genelde hizmet durdurma saldırıları (DOS), botnet gibi kötü amaçlı yazılım saldırılarıdır. Bilgisayar korsanlığı ise, hactivizmin asıl amacını taşıyan kamu yararına uygun şekilde dijital sistemler oluşturmak ve bunları güncellemek gibi üst düzey bilgisayar becerileri gerektirmeyen bir

kategoridir. Son olarak vatanseverler ise; bir ülkenin vatandaşlarını korumak amacıyla düşmanlara karşı siber ataklar düzenleyen bilgisayar korsanlarıdır.

Tablo 3.1’de yakın zamanda yaşanan birkaç hacktivism örneklerine yer verilmiştir:

Tablo 3. 1: Hacktivism Örnekleri

2013	Yahoo'nun ana şirket olan Verizon, Ekim ayında Yahoo'nun 3 milyar hesabının her birinin 2013'te saldırıya uğradığını açıkladı.
2016	Hackerlar Flint su krizine dikkat çekmek için Michigan eyaletinin ana web sitesine karşı bir siber saldırı başlattı. Mayıs ayında, transseksüel kişilerin doğum belgesindeki cinsiyete uyan banyoları kullanmaları için tartışmalı devlet yasasını protesto etmek amacıyla Kuzey Carolina hükümetinin web sitelerini hedef aldılar. Ve Temmuz ayında, kara bir insanın ölümcül polisinin vurulmasından sonra Baton Rouge'un web sitesine gittiler. - PBS.org, Hacktivistler Yerel Devlet Hükümetlerine Karşı Cyberattacks Başlattı
2016	Bilgisayar korsanları 57 milyon Uber müşterisinin verilerini çaldı ve şirket, bilgilerin güvenliğini sağlamak için korsanlara 100.000 dolar ödedi. Olay, Uber CEO'su Dara Khosrowshahi tarafından açığa çıkarıldı ve Kasım ayına dek kamuya açıklanmadı.
2017	Bad Rabbit, haber ve medya sitelerindeki Adobe Flash yazılımını kullanarak pek çok kullanıcıyı hedef aldı. Virüs bir sisteme bulaştığında, ortak ağda paylaşılan dosyalar taranarak diğer bilgisayarlar da hedefe açık hale geliyor. Ekim ayında ortaya çıkan virüs, çoğunlukla Rusya'yı etkiledi, ancak Ukrayna, Türkiye ve Almanya da bu saldırıdan etkilendi.
2017	ABD'nin Montana eyaletinde bir okulun öğrencilerine ve ailelerine siber korsanlar tarafından tehdit içerikli mesajlar gönderdi. 'The Dark Overlord' isimli siber korsanlar, aileleri ve eğitimcileri tehdit ederek ele geçirdikleri dosyaları imha etmek için fidye talep etti. Okul 3 gün süreyle kapatıldı.
2017	Haziran ayında bir güvenlik araştırmacısı, Amazon'un 'bulut' hizmetinde bir güvenlik ayarını yanlış yapıldığını keşfederek çevrimiçi olarak görüntülenen yaklaşık 200 milyon seçmenin kayıtlarını açık hale getirdi. Üstelik, Amazon'un 'bulut' servisinde Verizon ve ABD Savunma

	Bakanlığı da dahil olmak üzere pek çok kişi ve kurumun bilgileri bulunuyor.
--	---

Kaynak: (htt6)& (htt7)

Özetle, hacktivizmin asıl amacı gerçekleri teknoloji aracılığıyla ortaya çıkarmaktır. Bu noktada bir parantez açmak gerekirse, banka hesaplarını dolandırıp kendi hesaplarına para aktaran kişiler hacktivizm değil siber suçta bulunmuş olmaktadırlar (Turhan, 2017).

3.4.4. Slaktivizm

Slaktivizmin gündeme gelmesi 1995 senesinde Fred Clark ve Dwight Ozard tarafında gerçekleşmiştir. “Slacktivizm, tembel anlamına gelen slacker ile aktivizm kelimelerinin birleştirilmesiyle ortaya çıkmıştır” (Kar & Güven, 2020). Türkçe sözlüklerde tam olarak tanımı olmasa da slaktivizm, dijital tembelcilik/ pasif eylemcilik olarak tanımlanabilir. Cambridge sözlüğünde ise slaktivizm, çok fazla çaba gerektirmeyen bir şekilde siyasi veya sosyal amaçları desteklemek için internet üzerinden yapılan faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Örneğin çevrim içi dilekçeler oluşturmak, imzalamak veya sosyal medya aracılığıyla yapılan aktivizm çeşitleri bu kategoride yer almaktadırlar. Tamamen çevrimiçi ortamda icra edilen bu aktivizm türü zaman zaman koltuk aktivizmi olarak ta adlandırılmıştır. Günümüze gelindiğinde ise slaktivizm, birçok dijital ağ kullanılarak az bir eylem gösterme ve iyi hissettirme özelliğiyle ön plana çıkarak “sıfır siyasi veya sosyal güce sahip olan ve kişileri memnun hissettiren çevrimiçi aktivizm” olarak tanımlanmaktadır (Bağ, 2021). Bu eylemleri gerçekleştiren kişiler ise slaktivist olarak adlandırılmaktadırlar.

Morozov, slaktivizm için herhangi bir eylem gösterisi sonucu polis şiddetiyle karşılaşmaktan korkan veya siyasal yaptırım cezası almaktan çekinen veya fiziksel eyleme geçmek istemeyerek konforunu bozmayan bireylerin gerçekleştirdiği bir aktivizm türü olduğunu ifade etmektedir. Morozov’a göre, slaktivist faaliyetlerin sonucunda herhangi bir siyasal veya sosyal yaptırım gerçekleşmemektedir. Bireyler bu aktivizm türünde hiçbir harekete geçmeyerek yalnızca tıklama işlemi yapmaktadırlar (Şıvgın, 2020). Tüm bu tanımlardan yola çıkarak slaktivizm için dijital dünyaya uygun bir aktivizm türü olduğunu söylemek daha doğru olacaktır.

İnternet kullanım oranlarının artması ve gelişen teknolojiler sayesinde, aktivizmin doğası online bir formata dönüşmüştür. Kişiler dijital platformlarda en çok tercih edilen sosyal medya uygulamaları üzerinden slaktivist faaliyetler yürütmeye başlamışlardır. Örnek verilecek olursa, yaşanan bir terör saldırısının ardından sosyal medya kullanıcılarının profil fotoğraflarını karartması, kadın cinayetleri haberlerinden sonra sosyal medya sayfalarında maktulün fotoğraflarına yer verilmesi veya herhangi bir doğal afetten sonra kişilerin yardım sayfaları kurarak Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ile iletişime geçmeleri birer slaktivizm örnekleridir.

En sık tercih edilen sosyal medya platformlarından olan “twitter”, slaktivizm faaliyetlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Bir konuda gündem oluşturmak için yazılan twitler, beğeniler, paylaşımlar slaktivizm örneklerindendir. Aynı şekilde “facebook” uygulaması üzerinden gruplar kurup destekçi toplamak ya da “instagram” üzerinden videolar yayınlarak farkındalık oluşturmak beğeniler alarak ve paylaşım oranlarını artırarak viral olmak slaktivizmin diğer örnekleridir.

Slaktivizmi tembel bir eylem biçimi olarak görüp eleştirenler de vardır. Bu görüşü savunanlar slaktivizmin, toplumu harekete geçirmekten alıkoyduğunu ve geleneksel eylem biçimlerini değiştirdiğini ileri sürmektedir. Ancak, dijital kampanyalarda, sosyal ve siyasal konularda toplumu harekete geçirmek, farkındalık oluşturmak, toplumsal düzene katkıda bulunmak gibi meselelerde teknolojinin gerektirdiği imkanları kullanmak aktivizm çalışmaları için oldukça önemlidir. Bu yüzden slaktivizm, dijital aktivizm çalışmaları içerisinde önemini korumaktadır.

3.4.5. Klikativizm

Klikativizm ve slaktivizm için çoğu kaynakta benzer açıklamalar yer alsa da temelde birbirlerinden farklı anlamlara sahiptirler. Bir önceki başlıkta slaktivizm, dijital platformlar üzerinden fazla çaba gerektirmeden siyasal ve sosyal meselelere katılmak şeklinde tanımlanmıştır. Klikativizm ise toplumsal olaylar karşısında klavye başında tepki vermek, destek olmak veya örgütlenmek şeklinde tanımlanabilir.

Klikativizm, orijinali “click” olan ingilizce bir sözcüktür. Türkçe sözlüklerde klik olarak yer alan bu kelimenin manası tıklamak anlamına gelmektedir. Klik ve aktivizm kelimeleri birleşerek “klikativizmin” tanımını oluşturmuştur. Klikativizm için kısaca , “tıklanarak gerçekleştirilen eylemler” açıklaması yapılabilir. Oxford ingilizce sözlüğü ise klikativizmi, “tipik olarak azami bir çaba ile internet üzerinden sosyal medya uygulamaları ile veya çevrimiçi dilekçe gibi yollarla siyasi veya sosyal bir amacı

destekleme” pratiği olarak açıklamaktadır (htt8) . Klikativizm faaliyetlerini gerçekleştiren kişilere ise klikativist denilmektedir.

Bu tanımlardan yola çıkararak bakıldığında, hem slaktivistler hem de klikativistler için dijital çağın yeni aktörleri denilebilir. Geleneksel aktivistler için sivil itaatsizlik, gösteriler, mitingler, grevler ve boykotlar ne ifade etmekteyse teknoloji çağının aktörleri için de internet aracılığıyla gerçekleştirilen her türlü toplumsal içerikli eylem aynı anlamı ifade etmektedir. Slaktivizm de sosyal medya uygulamalarında yapılan beğeniler, yorumlar, twitler, retweetler vs yer alırken aynı faaliyetler klikativizmde de yer almaktadır. Fakat burada önemli fark Klikativizm tüm bunları yaparken eylemlerinin arkasında bir fikir, inanç ve savunma barındırıyor olmasıdır. Slaktivizm de ise eylemlerin ardında yalnızca popüler hareketlere uyum sağlayarak kendini iyi hissetme dürtüsü yer almaktadır. Sosyal medyada okullarda süt dağıtılmasını destekleyen bir içerik görüldüğü zaman onu beğenip paylaşmak slaktivizm rneği iken hayvanlar üzerinde deney yapılmasını durdurmak için kampanya düzenlemek veya bu kampanyaya katılmak ise klikativizm örneğidir. Aynı şekilde SMA hastalığına sahip bebekler için düzenlenen kampanyalar, çalışanlarını haksız yere işten çıkaran firmalara karşı düzenlenen boykot çağrıları gibi çeşitli konular klikativizm çalışmaları arasında yer almaktadırlar.

Klikativizmi başka bir açıdan açıklamak gerekirse, başta Avrupa lkeleri olmak üzere tüm dünyada trend olmaya başlayan elektronik seçimlere bakalım. Dünyada ilk elektronik seçim 2001 yılında Avustralya’da gerçekleşmiştir. Daha sonra 2004 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde de elektronik oylama uygulaması başlamıştır. İnterneti anayasal olarak hak kabul eden Estonya ise 2005 yılında elektronik seçim yapan ilk ülke oldu. Günümüzde ise, Kanada, Arjantin, Brezilya, Peru ve Hindistan elektronik oyalamaların yapıldığı ülkelerdir. Yani klikativizm, politik açıdan da verimli bir aktivizm türüdür.

Klikativizm alışmaları diğer dijital aktivizm türlerinde de olduğu gibi birtakım eleştirilere maruz kalmaktadırlar. Geleneksel aktivizm yöntemlerini benimseyenler, klikativizmi de pasif, bilgisayar başında kolaya kaçan, vicdanını rahatlatmak için “tıklama” yapan kişilerin tercih ettiğini ne sürmektedirler. Onlara göre, dijital teknolojileri kullanmak kişileri rahatlığa sevk etmekte ve bu yüzden toplumsal olaylara karşı yerinde, yeterli ve etkili tepkiler verilememektedir. Ancak, dijital iletişim teknolojilerini kullanarak aktivizm faaliyetlerinde bulunan kişilerin geleneksel yöntemleri kullanan aktivistlere göre daha aktif olduğu görülmektedir (Paktin, 2014).

Tablo 3.2’de dijital aktivizm türleri özetlenmiştir:

Tablo 3. 2: Dijital Aktivizm Türleri

Dijital Aktivizm Türleri	Araçlar	Faaliyetler	Amaçlar
Vatandaş /Yurttaş Gazeteciliği	Mobile telefonlar, Ses kayıt cihazları, Kameralar, WhatsApp,	Video ve canlı yayın, Ses kayıt ve paylaşım, Mikro blog, Fotoğraf düzenleme, Not alma, Online dosya depolama,paylaşım, Video montaj, Sosyal medya paylaşımları	Asıl mesleği gazetecilik olmayan kişilerin, dijital iletişim araçlarıyla ana akım medyaya alternatif habercilik oluşturmak.
Taraf olma-Farkındalık Aktivizmi	Sosyal medya platformları	Eylemler, Protestolar, Boykotlar	Toplumu koordine etmede, eylem ve protestoları yönlendirmede, ayrıca herhangi bir fikrin toplumda benimsenmesi için kişilerin haklarını savunmasıdır.
Haktivizm	Tüm Dijital Platformlar	Hizmet reddi, DOS,Botnet, Dijital yazılımlar, Bilgisayar korsanlığı	Kamu yararına uygun şekilde dijital sistemler oluşturmak ve bunları güncellemek

Slaktivizm	Sosyal medya platformları ve tüm çevrim içi platformlar	Çevrimiçi imza kampanyaları, web siteleri, forum siteleri, Whatsapp, e-postalar, Sosyal medyada beğeni, paylaşım, yorum vs	Eylemleri, etkinlikleri, kampanyaları ve sayfaları desteklemek veya bunlara karşı tepkilerini göstermek.
Klaktivizm	Sosyal medya platformları ve tüm dijital iletişim teknolojileri	Boykotlar, Yardım kampanyaları, Elektronik uygulamalar(e-seçim gibi), Sosyal medyada beğeni, paylaşım, yorum vs	İnandıkları ve savundukları fikirler doğrultusunda kampanyalar, eylemler, etkinlikler başlatmak. Bunlarla ilgili uygulamalar oluşturmak.

3.5.Dijital Aktivizm Araçları

Bilgi ve iletişim dünyasında yaşanan teknolojik gelişimler sonucunda aktivistler seslerini duyurmak ve destekçilerine ulaşmak amacıyla dijital teknolojileri kullanmaya başladılar ve böylece dijital aktivizm kavramı ortaya çıkmıştır (Yılmaz, Dünder, & Oskay, 2015). Ancak yine aktivistler, iletmek istedikleri mesajlar için eylemlerine en uygun olan teknoloji aracını kullanmışlardır.

Dijital aktivizmin dolaylı ve doğrudan olmak üzere dijital araçları vardır. Doğrudan kullanılan dijital aktivizm araçları haktivizm, zincir e-postlar ve internet siteleri iken dolaylı kullanılan dijital aktivizm araçları ise çevrimiçi imza kampanyaları, çevrimiçi dilekçe, bloglar, cep telefonları, çevrim içi uygulamalar, sosyal medya uygulamaları ve Proxy sunuculardır.

3.5.1.Doğrudan Dijital Aktivizm Araçları

Haktivizm, zincir e-postlar ve internet siteleri doğrudan kullanılan dijital aktivizm araçlarıdır. Çalışmanın “dijital aktivizm türleri” başlığında “haktivizm” detaylı bir şekilde açıklandığı için bu bölümde yer verilmemiştir.

Zincir E-postalar

E-posta, bir ağ aracılığıyla bilgisayarlar tarafından iletilen ve alınan mesajlardır. Bir e-posta sistemi, bir ağdaki bilgisayar kullanıcılarının diğer kullanıcılara metin, grafik, ses ve hareketli görüntüler göndermesine olanak tanır. Çoğu ağda, veriler aynı anda bir kullanıcı evrenine veya belirli bir gruba veya bireye gönderilebilir. Ağ kullanıcıları genellikle yazışmalarını alan, depolayan ve yöneten bir elektronik posta kutusuna sahiptir. Alıcılar, iletişimlerini görüntülemeyi, yazdırmayı, kaydetmeyi, düzenlemeyi, yanıtlamayı, iletmeyi veya başka bir şekilde tepki vermeyi seçebilir (htt9). Ayrıca, E-postalar halka açık ve genellikle ücretsiz olan bir dijital iletişim türüdür.

Zincir E-postalar ise bir ağ aracılığıyla iletilen ve alınan mesajların birden fazla kişinin e-posta adresine gönderilmesidir. Zincir e-postalar kısa sürede pek çok alıcıya ulaşmasından ötürü aktivistler tarafından sıklıkla kullanılır. Örneğin TEMA vakfı ülke genelinde 5 milyon ağaç dikme kampanyası başlatmayı planladığı zaman ilk olarak üyelerine ve destekçilerine bu kampanyayı zincir e-postalar aracılığıyla duyurmaktadır. Aynı şekilde Yeşilay vakfı ülke genelinde gençlerde sigara alışkanlığının bırakılması için seminerler düzenlemeye karar verdiği zaman üyelerini ve destekçilerini zincir e-postalar aracılığıyla bilgilendirmektedir. Her iki örnekten de anlaşılacağı üzere zincir e-postalar, dijital aktivizm çalışmalarında üyeleri ve destekçileri bilgilendirme, bir araya getirme ve organize etme noktasında aktif bir rol almaktadır.

İnternet Siteleri

Gün içerisinde sayısız kullanılan internet siteleri yaygın bilinen diğer adıyla web siteleri, tek bir alan adını paylaşan, herkesin erişebileceği, birbirine bağlı Web sayfalarının bir koleksiyonudur. Web siteleri, çeşitli amaçlara hizmet etmek için bir kişi, grup, işletme veya kuruluş tarafından oluşturulabilir ve bakımı yapılabilir (htt10).

İnternet sayfalarına www bağlantısı üzerinden erişim sağlanmaktadır. Ayrıca internet sayfalarında çeşitli metinler, multimedyaalar, videolar, linkler vb öğeler yer almaktadır. Konularına göre pek çok internet sitesi vardır. Bunlar: forum, oyun, kurumsal, e-ticaret, dizi / film, eğitim, blog / makale, eğitim, portal, mobil, ilan / emlak, dergi / kitap, kişisel ve haber siteleridir. Web siteleri aracılığıyla, kurumsal bir kimlik kazanılarak duyurular yapıp aynı zamanda aktivizm faaliyeti yapılmak istenen konu hakkında üyelere bilgiler verilebilir. Ayrıca, doğru hedef kitleye ulaşp yeni üyeler kazanılabilir.

3.5.2.Dolaylı Dijital Aktivizm Araçları

Online imza ve dilekçe kampanyaları, bloglar, cep telefonları, çevrim içi uygulamalar, sosyal medya uygulamaları ve Proxy sunucular dolaylı dijital aktivizm araçlarıdır.

Online İmza Kampanyaları

Online imza ve dilekçe kampanyaları internet üzerinden online olarak dijital gerçekleşen kampanyalardır. Aktivistler tepki gösterdikleri meselelerden bazılarını çözme amacıyla bu yolu tercih etmektedirler. Aktivistler, çevrimiçi imza kampanyaları düzenleyerek sonuç almayı hedeflemektedirler (Yıldırım & Dağtaş, 2019). Diğer dijital aktivizm araçlarında olduğu gibi burada da amaç geniş kitleler üzerinde farkındalık oluşturarak kamuoyu yaratmaktır. Aktivistler burada, kitleleri organize edip ortak bir fikirde gündem oluşturarak tek bir başlık altında imza toplamaktadırlar. İmza kampanyalarının düzenlendiği bazı siteler vardır. Bunlara change.org, imzakampanyam.com, avaaaz.org, sma.org. örnek olarak verilebilir.

Change.org

Change.org imza platformu, 2007 yılında kurulmuş, 2018 yılı itibarıyla dünyanın her yanından 265 milyondan fazla kullanıcıya ulaşmıştır. Platformun, 31 Aralık 2018 itibarıyla Türkiye’de 12 milyona yakın kayıtlı kullanıcısı bulunmaktadır. Platform kullanıcıların imza kampanyası başlatabilmeleri için gerekli araçları ve desteği sağlamakta, sosyal medya etkileşimini kolaylaştırarak kampanyanın imzacı ve destekçi sayısını arttırabilmesine ve kampanyanın büyümesine olanak yaratmaktadır (Aktaş & Akçay, 2019). Change.org üzerinden farkındalık oluşturmak istediğiniz veya değiştirmek istediğiniz herhangi bir konu hakkında imza kampanyası düzenleyip sesinizi duyurabilmektesiniz.

Change.org kendisini , “Platformumuzu herkes için açık, güvenli ve güç veren kılmak bizim sorumluluğumuzdur. İlkelerimiz ifade özgürlüğünü destekler, sizi ve topluluğun geri kalanını korur ve görmek istediğiniz değişimi yaratmanıza olanak tanır" şeklinde ifade etmektedir (htt11).

Change.org , dijital aktivizm türleri içinde yer alan slaktivizm için başarılı bir platformdur. Bir fikre, olaya ya da duruma karşı kampanyalara online olarak destek olarak pasif bir aktivizm gerçekleştirilmiş oluyor bu platformda.

İmzakampanyam.com

İmzakampanyam.com, change.org gibi yürütülen çevrim içi imza toplanmasına izin veren bir web sitesidir. Site de “bir şeyleri düzeltmek mi istiyorsun” sloganı yer almaktadır. Çevre, ekonomi, insan hakları, sağlık, siyaset, eğlence, eğitim, hayvan hakları, sanat, spor, özel sektör, medya ve kişisel konular olmak üzere pek çok başlığı bünyesinde barındırmaktadır. Çalışma prensibi change.org ile aynıdır.

Avaaz.org

Avaaz.org kendisini web sitelerinde, “halkın sesini karar vericilere taşıyan, küresel düzeyde web temelli savunuculuk topluluğudur” şeklinde tanımlanmaktadır. Yine kendi sitelerindeki açıklamalarına göre Avaaz , 17 farklı dilde kampanya düzenleyen ve altı farklı kıtada yer alan bir topluluktur. Avaaz, Toplumu etkileyen olaylar karşısında halkın görüşünü yansıtmayı hedefleyerek dilekçeler imzalayan hükümetlerle iletişim kurmayı amaçlayan bir topluluktur (htt12)

Sma.org

“SMA-DER Türkiye'nin dört bir yanındaki SMA hastaları ve ailelerine ücretsiz hizmet veren; tedavi, eğitim ve sosyal haklara erişim için savunuculuk yapan, hak temelli çalışan bir sivil toplum kuruluşudur” (htt13). İmza kampanyaları ile sma hastası çocukların tedavisi için bağışlar toplamaktadır.

Bloglar

Bloglar, insanların herhangi bir konuda kendi fikirlerini yazdıkları mini web siteleridir. Web sitelerindeki gibi konularına göre çeşitli bloglar vardır. Kişisel bloglar, kurumsal bloglar vs gibi.

Bloglar için aşağıdaki ifadeler kullanılabilir;

- Longman, Farlex gibi sözlüklerde web günlüğü veya web kütüğü olarak da adlandırılabilir.
- Blog içerisindeki yazılara, gönderi, post veya içerik denir.
- Her web sitesine blog denmez, ancak her bloga web sitesi denebilir.
- Kurumlar, kişiler vb. herkes, blog sahibi olabilir. Bu konuda sınırlama yoktur.
- Bloglarda kapsamlı bilgiler bulunur. Bilgilendiricidir.
- Yazılan yazılara içerik denir ve bu içerikler sürekli güncel tutulur (dinamiktir ve canlıdır).
- Bir yazarın veya bir grup yazarın bireysel bir konuyla ilgili görüşlerini paylaştığı bir platformdur.

- Genellikle içerikte; yorumlar kısmı, tarih ve yazarın adı bulunur ancak bu seçimli bir durum olduğundan kapatılabilir.

- Blog ile mükemmel SEO (Search Engine Optimization) yapılır. Böylece blogunuz Google gibi arama motorları tarafından sevilir ve üst sıralarda görünür.

- Blogdaki yazılar genelde yeni tarihten eski tarihe göre sıralanır. (Tarihsel olarak en yeni sıralamada en üstte görünür.) Bu sıralama, istenildiği takdirde yazar tarafından değiştirilebilir (htt14).

Bloglar genellikle teknolojik donanımı olan aktivistler tarafından kullanılır. Aktivistler, kendi takipçileriyle bloglar üzerinden paylaşımda bulunurlar.

Çevrimiçi Uygulamalar

Çevrimiçi uygulamalar, bir web sitesinde çevrimiçi olarak çalışan ve bilgisayarlarda kullanılabilen programlardır. Örneğin Microsoft Office programları (Word, Excel, PowerPoint, Outlook, OneNote, OneDrive), Apple ürünleri, büyük içerikli verileri depolamak için kullanılan Google Drive, arama motoru olan Google chrome, coğrafi bilgi sistremini deposu olan Google Earth ya da eğitim için kullanılan Udemy, Brightstorm, Alison, Howcast Khan Academy, TED, EdX, Open Education Consortium gibi uygulamalar bu kategoride yer almaktadır.

Çevrimiçi uygulamalar politik, çevresel, dini, kültürel, sosyal, eğitim ve daha pek çok konuda kullanılmaktadır. Bugün dünyada milyonlarca üyesi olan Netflix ve Amazon Prime gibi çevrimiçi platformlar aracılığıyla dizi/film hizmeti veren uygulamalar satın alınmaktadır.

Tüm dünyayı etkisi altına alan covid-19 Pandemisi sürecinde, iş yerleri ve okullar kapatıldı. Öğrenciler öğretmenleri ile, çalışanlar ise iş arkadaşları ve üstleri ile evlerinden online bir şekilde irtibat kurmak durumdaydılar. İletişime geçmek için en sık Zoom, Google Hangouts Meet, Trello gibi çevrim içi uygulamalar kullanılmıştır.

Çevrimiçi uygulamalar, dijital aktivizm için gelecekte de büyük bir yere sahip olacaktır. Günden güne daha çok dijitalleşen dünyada insanların dikkatini çekebilmek, etkili olabilmek ve insanlarda farkındalık oluşturabilmek için dijital teknolojilerde trendleri takip etmek gerekmektedir. Dijital dünyada nitelikli bir şekilde aktivizm çalışmaları yapmak isteyen aktivistler, çevrimiçi uygulamalarda teknolojik donanımlarını güçlendirmek durumundadırlar. Aksi halde, hedef kitlelerine ulaşmakta zorluk çekmektedirler.

Çevrimiçi uygulamaların büyük bir çoğunluğu cep telefonlarının işletim sistemlerine uygundur. Örneğin evrensel bir dil kullanarak dünya çapında bir aktivizm faaliyeti başlatılmak istendiğinde, Google çeviri, Yandex çeviri, Tureng sözlük, Microsoft Bing çeviri gibi uygulamalar kullanılabilir. Çevrimiçi çeviri uygulamaları aracılığıyla “Türkçe” bir metin “İngilizce” metne kolay bir şekilde çevrilmekte Bu sayede cep telefonuyla üyelere mesaj yazarken duraksamadan iletişim devam ettirilebilmekte.

Proxy Sunucular

Proxy sunucular, Türkçe bilinen tabiri ile vekil sunuculardır. Yani Proxyler, erişim engeli olan bir isteye girilmek istenildiği zaman bilgisayarın IP adresini kendi sunucusu yerine başka bir sunucuya yönlendirmek için kullanılan sunuculardır. Proxylerin kullanım amacı internet filitrelerini kaldırarak çevrimiçi bir şekilde rahat hareket etmektir.

Forward Proxy (Yönlendirme Proxy’si) ,Transparent Proxy (Şeffaf Proxy), Anonymous Proxy (Anonim Proxy), High Anonymity Proxy (Yüksek Anonimlik Proxy’si) ,Distorting Proxy (Proxy Bozma), SSL Proxy (Secure Socket Layer/ Güvenli Yuva Katmanı Proxy’si) , http Proxy gibi çeşitli Proxy çeşitleri bulunmaktadır.

Gezi parkı olaylarının yaşandığı zamanlarda aktivistler başta “twitter” erişim engeli yaşamışlardır. Bu noktada Proxy sunucular devreye girmiştir ve kullanıcılar cep telefonları ve bilgisayarlarda “DNS” ayarlarını değiştirerek twitter’a erişim sağlamışlardır.

Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal Medya Uygulamalarının içeriklerine dair bilgiler çalışmanın “Dijital Teknolojiler” bölümünde yer aldığı için bu bölümde ayrıntılı olarak açıklanmamıştır.

Aktivistler için sosyal medya uygulamaları vazgeçilmez dijital iletişim araçlarının başında yer almaktadırlar. Aktivistler, yaptıkları çalışmaları duyurabilmek, destekçi toplayabilmek, sosyal hareketleri yönlendirebilmek, çalışmalarını daha görünür hale getirebilmek, daha etkili sonuçlar alabilmek, üyeleri ile aktif iletişimde kalabilmek, üyelerine haber gönderebilmek, üyeleri harekete geçirmek için video göndermek, mesaj atmak, canlı yayın yapmak, fotoğraf çekmek işitsel ve görsel dijital materyalleri toplamak için sosyal medyanın bütün imkanlarını kullanmaktadırlar.

Dijital aktivizm çalışmalarında en fazla kullanılan sosyal medya uygulamaları şunlardır:

- Facebook
- Facebook Messenger

- Twitter
- Instagram
- Youtube
- Pinterest
- Reddit
- Tumblr
- Tiktok
- Snapchat
- Skype
- QQ
- LinkedIn
- Academia
- Discord
- Whatsapp
- Telegram
- Wechat
- Viber

3.6.Dijital Aktivizm Uygulamaları

Dijital aktivizmin tanımı, amacı, tartışmaları ve araçları açıklandıktan sonra uygulamaya geçme safhasında dijital aktivizmi açıklamak gerekmektedir. Kınık ve Özcan'ın “Bir Dijital Aktivizm Örneği: Akıllı Ağ Çeteleri (Smart Mobs)” isimli çalışmasında Dijital aktivizm uygulamalarını iki bölümde ele almıştır; smart mobs (akıllı ağ çeteleri) ve flash mobs.

İki çeşit dijital aktivizm uygulaması vardır. Bunlar; smart mobs (akıllı ağ çeteleri) ve flash mobstur.

Smart Mobs (Akıllı ağ çeteleri)

Smart mobs, Türkçe ismiyle akıllı ağ çeteleri, sosyal medya tarafından örgütlenerek politik veya sosyal meselelerden ötürü bir araya gelen insan topluluğudur. Akıllı ağ çeteleri aktivizmin yeni bir versiyonu olarak algılanmaktadır. “Bu kavram; arı veya güvercin sürüsü gibi çalışan insanların kendi kendini örgütleyen bir grup olarak faaliyet göstermesinin bir ifadesidir.” Akıllı ağ çeteleri, e-posta ve kısa mesajlar aracılığıyla insanları cep telefonları üzerinden harekete geçirmeyi hedeflemektedirler (Kırık & Özcan, 2014). Özetle, akıllı ağ çeteleri toplumsal olaylarda kitlesel etki oluşturmaktadır.

1999 ve 2000'de Howard Rheingold, insanların mobil medyayı yeni şekillerde kullandıklarını fark etmeye başladı. Tokyo'da, Helsinki'de, Filipinlerde ve Birleşik Krallık'taki yaşanan olaylarda mobil medyanın kullanım gücünü "akıllı ağ çeteleri" olarak adlandırmıştır. Rheingold'a göre, İnsan işbirliğini güçlendirebilen iletişim ve bilgi işlem teknolojileri, bazıları tarafından demokrasiyi desteklemek için ve diğerleri tarafından terör saldırılarını koordine etmek için kullanılan hem yararlı hem de yıkıcı görünmektedir (Rheingold, 2022).

İnternete bağlı mobil iletişim cihazları ve ucuz mikroişlemciler, insanların birbirleriyle uyum içinde hareket etmelerine imkan sağlamaktadırlar. Howard Rheingold "akıllı ağ çetelerinin temel özelliklerini şu şekilde tanımlamaktadır (htt15):

- Cep telefonları, çağrı cihazları ve kişisel dijital yardımcılar gibi kablosuz cihazların kullanımı yoluyla hareketlilik,
- Gayri resmi organizasyonlar,
- Her bireyin internet aracılığıyla diğer bireylerle bağlantılarının olduğu sosyal ağlar.

Flash Mobs

Flash mob, eğlence amacıyla bir araya gelen ve birbirini tanımayan insan gruplarının e-posta ve sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleştirdiği eylemlerdir. Flash mob etkinlikleri genellikle eğlence amaçlıdır.

Onedio.com sitesinden alınan dünya gündeminde yer alan birtakım flash mob örnekleri:

- Anvers tren istasyonunda The Sound of Music filmindeki "Do Re Mi" şarkısıyla gerçekleştirilen dans performansı.
- Kopenhag Filarmoni Orkestrası'nın Kopenhag metrosunda gerçekleştirdiği "Peer Gynt Suite No.1" flash mob performansı.
- Filmlerde çok duyduğumuz "Carmina Burana" eserinin icra edildiği flash mob müzik performansı.
- Ohio Devlet Üniversitesi'nin 2010 yılında gerçekleştirdiği flash mob dans performansı.
- Beyonce'un "Single Ladies" şarkısıyla bir anda dans etmeye başlayan 100 kadının performansı.
- TEDxRiodelaPlata organizasyonunda katılımcılara yapılan La Traviata "Brindisi" sürprizi.

- Hollanda'da gerçekleştirilen katılımın çok fazla olduğu "Waka Waka" flash mob dans performansı.

- The Big Bang Theory dizisinin çekimi sırasında orada bulunan yapımcılara ve seyircilere yapılan flash mob sürprizi.

- İstanbul Kanyon alışveriş merkezinde gerçekleştiren flash mob performansı.

Kaynak : (htt16)

Gerçekleştirilen flash mob örneklerinin çoğu eğlence amaçlı olsa da farklı konularda da yapılması mümkündür. Siyasal, etkileşim, reklam vb amacı olan flash mob örnekleri de bulunmaktadır (Kırık & Özcan, 2014).

3.7. Dijital Aktivizm Örnekleri

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye’de ve dünyada gerçekleştirilen dijital aktivizm örneklerine yer verilmiştir.

Wall Street İşgali

2007 ekonomik krizi tüm dünyada etkisini sürdürürken 2011 yılında Kanada merkezli başlatılan çağrı sonucu binlerce kişi finans sektörünün bir numarası olan New York finans merkezine yürüyüş başlattı. İnsanlar giderek artan gelir adaletsizliğine karşı tepkilerini göstermek amacıyla bu eylemi başlattılar. Başlarda bireysel çapta olan eylemler internet ve sosyal medya aracılığıyla kısa sürede 1 milyonu buldu. En sonunda da küresel bir boyuta vardı. 15 Ekim’de 82 ülkede 1500 ayrı mekanda, Kuzey ve Güney Amerika’dan Asya’ya, Afrika’ya, Avrupa’ya geniş kitleler sokakları mesken tuttular (htt18).

“Wall Street İşgalinin” başarıya ulaşmasındaki ana etken sosyal medya mecralarının ustalıkla kullanılmasıdır. Kanada’da “Adbusters” adlı derginin başlattığı aktivizm tüm dünyada karşılık bulmuştur. Bugün halen “Wall Street” işgalinin ana akım medyada yeterince yer almamasına rağmen yakaladığı başarıda sosyal medyanın gücü konuşulmaktadır.

Ukrayna turuncu devrim

21 Kasım 2004’te Ukrayna’daki Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Viktor Yanukoviç’in ilk seçimde kazandığı açıklanıp sonrasında açıklanan sonuçlarda hile olduğu tespit edilmesi sebebi ile diğer aday Yuşçenko tarafından seçim tekrar ettirilmiştir. Seçimin tekrarlanması ile kazanan Yuşçenko’nun bu süre içerisinde geçen süreçte 'Turuncu Devrim' denmektedir. Turuncu denilmesinin sebebi başkan adaylarından olan

ve seçimlere hile karıştığını iddia eden Viktor Yuşçenko'nun seçim kampanyası döneminde bu rengi kullanmasıdır (htt19).

Viktor Yanukoviç muhalifleri, medya kanalları aracılığıyla Kiev ana meydanında eylemler yaparak seçimlerin tekrarını sağlamışlardır.

Haiti depremi

Amerika Kıtası'nın en yoksul ülkesi Haiti'yi 2010 yılında son 200 yılın en şiddetli depremi vurdu. 7 şiddetindeki depremin merkez üssü olan başkent Port-Au-Prince bir dakikadan fazla süren sarsıntıyla büyük oranda yıkıldı. Cumhurbaşkanlığı Sarayı, Parlamento binası, bakanlıklar yerle bir oldu. Binlerce kişi enkaz altında kaldı (htt20) .

Medya kanallarında ve sosyal medyada yer alan bu haber sonrası Birleşmiş Milletler başta olmak üzere pek çok ülkeden yardım toplanmıştır. Türkiye'de "Türk Kızılay'ı" aracılığıyla bölgede 1000 kişilik çadır kent kurmuştur. Ayrıca çok sayıda çadır, battaniye gibi ihtiyaç duyulan eşyaları tedarik etmiştir.

İnternetime dokunma

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından hazırlanan "İnternetin Güvenli Kullanımına Dair Usul ve Esaslar Taslağı" internet kullanıcıları tarafından protesto edilmiştir. İnternette sansür ve filtrelemeye karşı olan kullanıcılar sosyal medyada bu taslağa karşı çıkmışlardır.

Facebook ve Twitter üzerinden toplanan eylemciler, Taksim Meydanı'ndan Tünel'e doğru yürüyüşe geçti. İstiklal Caddesi'nde yaşanan en kalabalık yürüyüş olmuştur. Yürüyüşe hem siyasi partiler hem de, Kaldıraç, İnci Sözlük, Ekşi Sözlük, bobiler.org, Uykusuz, Ulusağ sözlük, Linux Kullanıcıları Derneği, Lambda İstanbul, İnternetime Dokunma İnsiyatifi ve daha pek çok grup katıldı (htt21). Uluslararası medyada da yankı uyandıran "İnternetime dokunma" eylemi her kesimden destek almıştır ancak yine de başarıya ulaşmamıştır.

İran öğrenci ayaklanmaları

İran İslam Cumhuriyeti'nin 40 yıllık tarihindeki en büyük halk ayaklanması olarak görülen protestolar, 15 Kasım 2012'de petrol fiyatlarının artmasıyla başladı. ABD yaptırımlarının da etkisiyle ekonomik açıdan zor günler geçiren İran halkı, benzine 3 kat zam yapıldığının açıklanmasının ardından sosyal medya üzerinden örgütlenerek ülkenin birçok kentinde sokağa indi. Protestolar üniversite öğrencileri tarafından başladı daha sonra tüm ülke çapında destek bulmuştur. İran hükümeti binlerce kişi hakkında yakalama

kararı aldırılmıştır. Geçtiğimiz günlerde ise yakalananların bir kısmının serbest bıraktığını açıklamıştır.

Arap Baharı

Arap dünyasında uzun süredir siyasal, sosyal ve ekonomik konularda fikir ayrılığı yaşanması sonucu Tunus'ta 26 yaşında Muhammed Bouazizi'nin valilik önünde kendisini yakmasıyla başlayan isyan kısa sürede Orta Doğu'da büyük bir devrime sebep oldu. Başta Mısır olmak üzere Tunus, Libya, Suriye, Cezayir ve Lübnan olmak üzere tüm Orta Doğu ülkelerinde sosyal medyanın aktif bir şekilde kullanılması sonucu halk kısa sürede organize olarak sokaklara dökülerek devrim gerçekleştirmiştir. Bu devrime kaynaklarda "sosyal medya devrimi" ya da "twitter devrimi" de denmektedir.

İsyanların akabinde bu ülkelerde facebook ve Twitter kullanıcıları kısa bir sürede yeni pek çok üyeye ulaşmışlardır. "Örneğin ,Mısır'da son altı ay içerisinde Faceebook kullanıcı sayısı 5.5 milyondan 8.5 milyon civarına ulaşmış bulunmaktadır. Aynı şekilde Libya'da olayların yoğun yaşandığı 2011'in ilk aylarında 600 000 yeni kullanıcısı olan Twitter'ın, son bir kaç ay içerisinde bu rakam 100 000'in altına düşebilmiştir" (Babacan, Haşlak, & İsmail, 2015).

Arap Baharının oluşmasında sosyal medyanın büyük bir katkısı bulunmaktadır. Facebook, Twitter ve Youtube'dan toplanan verilerle Mısır'daki siyasi web siteleri Tunus'un tüm blog küresinde gerçekleşen politik diyaloglar ve devrim esnasında gerçekleşen ve filtrelenen 3 milyon tweet değerlendirmeye alınmıştır (Korkmaz, 2012). Sonuç olarak Arap Baharı sosyal medyanın gücünü gözler önüne sermiştir.

Dijital aktivizm mevzu bahis olduğu zaman "Arap Baharı" bir dönüm noktasıdır. Arap Baharı sonrası, hükümetler insanların sosyal medya üzerinde örgütlenip harekete geçmesine karşı endişe etmeye başladılar. Bu noktada dijital aktivizmi tehdit olarak görenler bulunmaktadır. Bir diğer bakış açısına göre ise, sosyal medya üzerinden halkın istediğini elde etmesi ise başarı olarak kabul edilmektedir.

İran Kadın Ayaklanması

İran'da 22 yaşında Mahsa Amini baş örtüsünü takmadığı gerekçesiyle İran ahlak polisleri tarafından göz altına alınmıştır. Göz altında ağır işkenceye maruz kalan Mahsa Amini komaya girerek hayatını kaybetmiştir. Bu olay üzerinde İran'da özellikle kadınlar tarafından şehrin dört bir tarafında protestolar başlamıştır. Kadınlar baş örtülerini yakarak rejime karşı isyan başlatmıştır. Kısa bir süre sonra, bu gösteriler sosyal medya üzerinde

büyük ses getirmiştir ve dünyanın her yerinden İran kadınlarına destek gelmesi sonucu İran’da ahlak polisliği kaldırılmıştır.

2020 Elazığ Depremi

24 Ocak 2020 tarihinde Elazığ’da 6.8 şiddetinde deprem meydana gelmiştir . çevre illeri de etkileyen bu deprem sonucu 41 kişi hayatını kaybetmiştir ve şehir merkezinde pek çok bina içinde oturulamaz hale gelmiştir. Depremin kış soğuklarına denk gelmesi de insanları çok kısa sürede harekete geçirmiştir. Türk Kızılay ve AFAD iş birliği ile Türkiye’nin dört bir yanından Elazığ iline yardımlar gönderilmiştir.

2021 Orman yangınları

Bir diğer örnek ise, 2021 yılının Mayıs ayında Antalya’nın Manavgat ilçesinde başlayan orman yangınları Muğla, Adana , Kayseri Mersin ve Osmaniye yayılarak günlerce söndürülememiştir. Tarım ve Orman Bakanlığının müdahalelerine rağmen orman yangınları söndürülemeyince bölge halkı da yangın söndürme çalışmalarına katılmıştır. Ana akım medyada yeterince yer almadığını düşünen aktivistler, sosyal medya üzerinden yardım kampanyaları başlatmışlardır. İlk olarak AFAD gibi sivil toplum kuruluşları yardım çağrılarına yanıt vermiştir. Ardından “Şahan Gökbakar”, “Haluk Levent” gibi ünlü isimler kişisel hesaplarında paylaşımında bulunmuşlardır. Haluk Levent’in kurucusu olduğu “AHBAP” derneği orman yangınları için bağış toplayarak helikopter kiralamıştır.

Tablo 3. 3: Türkiye'de Dijital Aktivizm Örnekleri

Greenpeace-Zara Eylemi Aktivizm Başlangıcı: 2012 yılında İstanbul'da Zara mağazasının önünde Greenpeace eylemcileri tarafından pankartlar açılarak başlatılmıştır. Aktivizm Nedeni: Kansere ve hormonal bozukluklara neden olan kimyasallar içeren ürünlerin sunulmasıdır. Gerçekleştiği Platform/Ortam: sokakta başlayan eylem sosyal medyada çığır açmıştır. Oldukça yüksek e-mail trafiği yaşanmıştır. Eylem Sonucu: Greenpeace hazır giyim markası olan Zara'yı 8 günde pes ettirmiştir. Zara aynı şeylerin yaşanmayacağına dair güvence vermiştir. Amaçlanan toplumsal hareket konusu: Çevre ve insan haklarını korumak adı altında örgütlenilmiştir.
Turkcell- Yolda Takip Aktivizm Başlangıcı: 2012 yılında Turkcell'in ilgili kampanyayı kullanıcılara duyurmasıyla başlamıştır. Aktivizm Nedeni: Turkcell sunduğu yolda takip hizmeti ile isteyen kişilerin istedikleri kişilerin konum bilgilerini öğrenebileceklerini açıklamıştır. Buna karşı kampanyanın kadınların aile içi baskı ve şiddete maruz kalacağına neden olacağı kaygısından ötürü kaldırılması istenmiştir. Gerçekleştiği Platform/Ortam: Sosyal medyada gerçekleşmiştir. Özellikle bir sosyal medya aracı olan "Twitter" uygulaması üzerinden kişiler tepkilerini dile getirmişlerdir. Eylem Sonucu: Turkcell tepkiler sonucunda kampanyayı kısa sürede kaldırmıştır. Amaçlanan Toplumsal Hareket Konusu: Kadın hakları ve insan haklarıdır.

Gezi Parkı Eylemleri

Aktivizm Başlangıcı: 28 Mayıs 2013 yılında İstanbul Taksim Gezi Parkında başlamıştır.

Aktivizm Nedeni: Gezi Parkındaki ağaçların kesilerek yayalaştırma projesi nedeniyle aktivizm başlamıştır. Bu nedenden dolayı başlayan eylem yönünü yönetimin her açıdan eleştirildiği bir eylem halini alarak farklı boyutlara taşınmıştır (Turhan, 2017).

Gerçekleştiği Platform/Ortam: hem sokakta hem online ortamda eylemler sürdürülmüştür. Sokakta başlayan hareketler online ortama taşınmıştır.

Eylem Sonucu: Gezi Parkı yayalaştırma projesi gerçekleştirilememiştir.

Amaçlanan Toplumsal Hareket Konusu: Çevre hakları konusuyla başlayan eylem yerini insan hakları, ekonomik haklar, siyasi haklar vb konulara bırakmıştır.

Kaynak: (Köygülü, 2019)

2022 Konya Büyükşehir Belediyesi -Sokak Hayvanları Toplanması

Konya Büyükşehir Belediyesine ait geçici hayvan bakımevi ve rehabilitasyon merkezinde sokak hayvanlarının vahşice toplandığına ve işkence edildiğine dair görüntüler sosyal medyada gündem olmuştur. Kısa bir sürede yayılan bu görüntüler sonucu hayvanseverler tarafından büyük tepkiler verilmiştir. Sosyal medyada başlatılan hayvan haklarına dair içerikler sonucu bu barınaktaki hayvanları gönüllü olarak sahiplenmek isteyen kişiler olmuştur ve yetkililere durum bildirilerek hayvanlara yapılan işkenceye engel olunmuştur.

Su İsrafını Önlemeye Yönelik Kamu Spotları

Dünyada ve Türkiye’de hızla azalan su kaynakları devletleri endişelendirmektedir. Bu amaçla ülkeler su kıtlığına dikkat çekmek amacıyla çeşitli kamu spotları hazırlamaktadırlar. Türkiye’de bu konuda sürekli kamu spotu hazırlayan ülkelere bir tanesidir. Bu amaçla kamu spotlarında halk tarafından sevilen sanatçıları oynatıp insanları bilgilendirmeye çalışılmaktadır.

Kadir Şeker Davası

Konya’da bir erkeğin yanındaki kadına şiddet uyguladığını iddia eden Kadir Şeker, kadını kurtarmak isteyerek tartışmaya girdiğini ve bu tartışma sonucu karşısındaki şahsın bıçaklanarak hayatını kaybettiğini iddia etmiştir. Bu olay neticesinde Kadir Şeker’e 10 yıl 10 ay hapis cezası verilmiştir. Kadir Şeker’in ceza alması sosyal medyada büyük yankı uyandırmıştır. İnsanlar kadın cinayetlerinin bu kadar arttığı bir zamanda verilen cezanın haksız olduğunu iddia etmişlerdir. Kadir Şeker 2 yıl 5 ay 1 gün cezaevinde yattıktan sonra 2022 yılında serbest bırakılmıştır. Sosyal medyada bu gelişme büyük bir sevinç ile karşılanmıştır.



4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

DİJİTAL TEKNOLOJİLER VE AKTİVİZM

4.1. Araştırmanın Amacı:

Bu çalışmanın genel amacı, Türkiye’de aktivizm faaliyetleri gösteren aktivistlerin dijital teknolojilere ve aktivizme yönelik yaklaşımlarını ölçmek, kendilerini dijital platformlarda nasıl ve hangi araçlarla ifade ettiklerini öğrenmektir. Aynı zamanda aktivizm için dijital teknolojilerin önemini değerlendirerek gelecekte dijital teknolojilerin aktivizm için nasıl pozisyonlara sahip olacağı konusunda öngörude bulunmaktır.

4.2. Araştırmanın Önemi

Günümüzün teknoloji dünyası tek bir tuşla istenilen yönde hareket edip istenilen sonuçları elde etme imkânı sunmaktadır. “Teknoloji devleri” diye adlandırılan Google, Apple ve Microsoft gibi dünyanın önde gelen şirketleri dijital teknoloji araçlarına büyük yatırımlar yaparak küresel çapta güç elde etmektedirler. Elde edilen bu teknoloji gücü sayesinde artık fiziksel sınırlar ortadan kalmakta ve teknolojinin sağladığı imkânlar kullanılmaktadır. Dijital teknolojiler sayesinde her şey daha ulaşılabilir ve daha fonksiyonel bir hale gelmiştir. Çevrim içi uygulamalar, sosyal medya uygulamaları ve mobil uygulamalar hemen hemen her alanda kullanılmaktadır.

Aktivizm ise TDK sözlüğünde “eylemcilik” olarak tanımlanmaktadır. Yani, toplumsal bir olay yaşandığı zaman bu olay karşısında olumlu ya da olumsuz eyleme geçme biçimidir. Aktivizm eylemlerinde bulunan kişilere ise aktivist denmektedir (Turhan, 2017). Aktivistler de günümüzün teknoloji dünyasını aktif olarak kullanmaktadırlar. Bu çalışmada, aktivizm için dijital teknolojilerin önemi ve aktivistlerin dijital teknoloji araçlarından hangilerini kullandıklarını ve dijital teknolojiler aracılığıyla nasıl eylemlerde bulunduğu incelenmiştir.

4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu Araştırma, Türkiye’de yer alan ve ikametgah açısından kolaylık sağlaması sebebiyle “Ankara” ve “Sivas” illerinde faaliyet gösteren ve dijital aktivizme katkısı olduğunu düşünülen Sivil Toplum Kuruluşları ile sınırlandırılmıştır. Türkiye geneline göre değerlendirilemez.

4.3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın odak noktası; sosyal, kültürel, çevresel ve politik konularda değişim için kampanyalarının birer parçası olarak dijital teknolojileri kullanan kişilerdir. Bu kişiler “dijital aktivist” olarak adlandırılır. Yani dijital aktivistler, herhangi bir konuda dijital teknolojiler aracılığıyla sesini duyurma amacı olan kişilerdir. Dijital aktivizm, bireysel bir şekilde yapılabildiği gibi organize bir hareket veya kuruluşlar ile de yapılabilmektedir. Bu noktada, akıllara sendikalar, odalar, vakıflar ve dernekler gibi çeşitli Sivil Toplum Kuruluşları gelmektedir.

Sivil Toplum Kuruluşları (STK), gönüllülük prensibi ile faaliyet gösteren kuruluşlardır. STK’ların asıl amacı kamuoyu oluşturmak, toplum ile hükümetler arası köprü oluşturmak ve topluma faydası olacak gelişmelere destek olmak şeklindedir. Bu noktada aktivizm STK’lar ile aktivistler arasında benzer amaçlar bulunmaktadır. STK, yerel ve uluslararası düzeyde aktivizm faaliyetlerinde bulunarak farkındalık oluşturmaktadırlar. Bu kapsamda, çalışmanın hedef katılımcıları dijital aktivistler, STK çalışanları ve üyeleri olarak seçilmiştir.

Türkiye’de dijital aktivizm çalışmalarını hem bireysel hem de organize bir şekilde sürdüren pek çok Sivil Toplum Kuruluşu yer almaktadır. Bu araştırma ise, bireysel aktivistlerle birlikte Türkiye’de sosyal meselelerle ilgili faaliyet gösteren “Ankara” ve “Sivas” illerinde temsilcilikleri bulunan Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) çalışanları ve üyeleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada Türk Kızılay, Mehmetçik Vakfı, AFAD, İHH, AÇEV, GençMüsiad, Hayat Ağacı Derneği, IOM (Birleşmiş Milletler Göç Kuruluşu) , IFRC (International Federation of Red Cross) , İHD (İnsan Hakları Derneği) , Koç Vakfı, Mimarlar Odası, Kentsev, Özel Öğretim Derneği, İnsan Hakları Derneği (İHD), Türk -Eğitim Sen, Eğitim Gönüllüleri Vakfı, Türkiye Özel Okullar Vakfı’nın aktivistlerine ve çevrimiçi takipçilerine odaklanılmıştır. Çalışma kapsamında, TEMA, Mor Çatı, YEŞİLAY, KAOS-GL, KADEM, Kadın Hakları Koruma Derneği gibi toplumda farkındalık oluşturmaya yönelik faaliyet gösteren Sivil Toplum Kuruluşları ile iletişime geçilmiştir ancak geri dönüş alınamamıştır.

4.4. Araştırmanın Modeli ve Yöntemi

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ve en sık tercih edilen araştırma desenlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsam çerçevesinde e-anket oluşturulmuştur. Anket soruları “Digital Activism Survey Report 2009” çalışması baz alınarak hazırlanmıştır.

4.4.1. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket soruları “Google forms” üzerinden hazırlanmıştır. Google forms üzerinden oluşturulan anket, e-posta, sosyal medya uygulamaları üzerinden (Instagram, Twitter) ve çevrimiçi uygulamalar (Whatsapp gibi) üzerinden araştırmaya katkısı olacağı düşünülen yerlere gönderilmiştir. Bu kapsam çerçevesinde aktivizm faaliyetlerinde bulunan çeşitli Sivil Toplum Kuruluşları, dernek ve vakıfların çalışanlarına, çevrimiçi takipçilerine ve üyelerine ayrıca bireysel aktivistlere e-anket çalışması gönderilmiştir. Geri dönüşler yine Google forms üzerinden kabul edilmiştir. Ankete toplam katılım sayısı 300 kişi olmuştur ancak cevapların güvenilirliği açısından 17 kişinin anketi değerlendirmeye alınmamıştır. Toplamda 283 kişinin anket cevabı çalışmaya dahil edilmiştir.

4.4.2. Anket Formunun Oluşturulması

Anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde anketin ne amaçla ve kim tarafından hazırlandığı dair bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde demografik özelliklerden olan cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışılan sektör yer almaktadır. Üçüncü bölümde teknoloji kullanımına dair internet, mobil teknolojiler, uygulamalar ve platformlarla ilgili sorular yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise çalışmaya etkisi olacağı düşünülen dijital teknolojiler ve aktivizme dair sorular yer almaktadır. (EK-1)

Anket çalışmasında, katılımcılara toplamda 19 adet soru sorulmuştur. Çalışmada, katılımcıların cevapları doğrultusunda verilerin nitelikli bir şekilde analiz edilmesi hedeflenmiştir. Bu kapsam doğrultusunda öncelikle Sivil Toplum Kuruluşları çalışanları ve üyelerine daha sonra ise bireysel aktivistlere anket çalışması yapılmıştır.

4.4.3. Anket Formunda Yer Verilen Ölçekler

Nicel araştırma yöntemlerinden olan anket çalışmalarının sonuçlarını değerlendirebilmek için istatistiksel programlar kullanılmaktadır. SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), bu anlamda en sık tercih edilen programlardan bir tanesidir. Çalışmanın bu aşamasında anket verileri SPSS programının v26 sürümüne aktarılarak istatistiksel sonuçlara ulaşılmıştır.

4.4.4. Araştırma Sorusu

Araştırma Sorusu: Aktivizm çalışmalarında Dijital Teknoloji kullanımının önemi nedir?

4.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar

Çalışmada toplamda dört bölüm yer almaktadır. Birinci bölümde ankete dair açıklamalar yer aldığından ötürü bu kısma dair bulgular yer almamaktadır. Aşağıda ikinci, üçüncü ve dördüncü bölüme dair bulgular yer almaktadır.

4.5.1. Katılımcıların demografik özellikleri

Anketin ikinci bölümünde demografik özelliklerden olan cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve çalışılan sektöre dair sorular yer almaktadır. Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgular bu bölümde değerlendirilecektir.

Tablo 4. 1: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Durumları

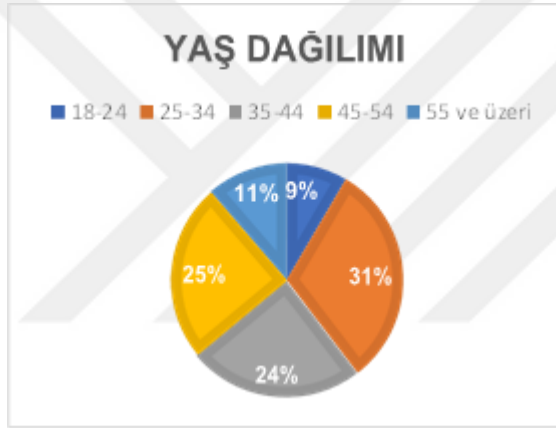
	Sıklık	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	114	40.3
Erkek	169	59.7
Yaş		
18-24	24	8.5
25-34	88	31.1
35-44	69	24.4
45-54	70	24.7
55 ve üzeri	32	11.3
Eğitim		
Lise	37	13.1
Önlisans	24	8.5
Üniversite	164	58.0
Yüksek Lisans	51	18.0
Doktora	7	2.5
Toplam	283	100

Ankete toplamda 300 kişi katılmıştır. Verilen sorularda nitelikli cevabı olmayan 17 kişinin anketi geçersiz sayıldığı için toplamda 283 kişinin anket cevapları çalışmaya dahil edilmiştir. Katılımcıların 114'ü Kadın 169' u ise erkektir. Yani kadınlar %40.3 oranında bir katılım gösterirken erkekler %59.7 oranında bir katılım göstermişlerdir (Tablo 4.1).

Cinsiyet bölümünde Kadın/ Erkek / Diğer seçenekleri yer alırken Diğer seçeneğini işaretleyen herhangi bir katılımcı olmadığı için bu bölümde yer verilmemiştir.

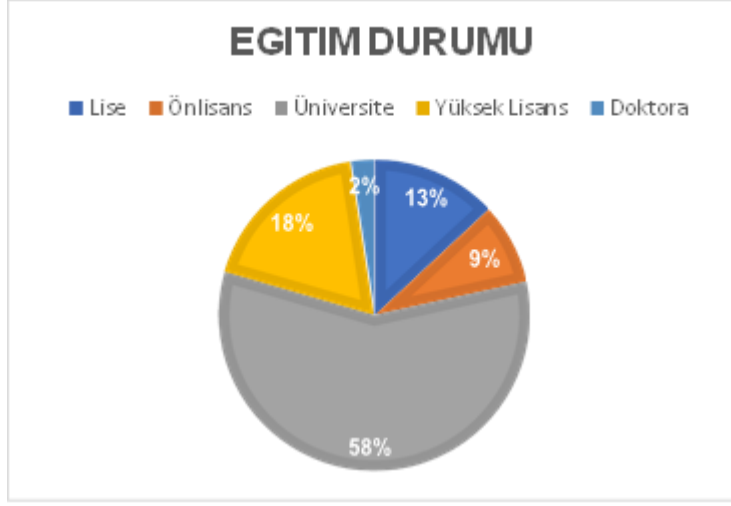
Ankette beş ayrı yaş aralığına yer verilmiştir. Bunlar: 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55 ve üzeri yaş gruplarıdır (Tablo 4.1)(Grafik 4.1). 18-24 arası yaş grubunda 24 katılımcı olup toplamda % 8.5'lik dilimde yer almaktadırlar. 25-34 arası yaş grubunda 88 katılımcı olup %31.1 oranıyla katılımcılar arasında en fazla paya sahip olmaktadır. 35-44 arası yaş grubunda 69 katılımcı olup %24.4'lük dilimde yer almaktadırlar. 45-54 arası yaş grubunda 70 katılımcı olup %24.7'lik dilime sahiptirler. Son olarak 55 yaş ve üzerinde 32 katılımcı olup %32'lik dilimde yer almaktadırlar.

Grafik 4.1. Katılımcıların Yaş Dağılımı



Katılımcıların eğitim durumu Tablo 4.1 de gösterilmektedir. Lise mezunu olan katılımcılar 37 kişi olup %13.1'lik dilime, önlisans mezunu olan katılımcılar 24 kişi olup %8.5'lik dilime sahiptirler. Tabloda gösterilen veriler doğrultusunda üniversite mezunu olan katılımcıların sayısı en fazladır. Üniversite mezunu katılımcıların sayısı 164 kişi olup oranı ise %58'dir. Katılımcıların %18'i üniversite mezunu olup yüksek lisans eğitimi görmektedirler. Katılımcıların %7'si ise doktora derecesine sahip olduğunu belirtmiştir (Grafik 4.2).

Grafik 4.2. Katılımcıların Eğitim Durumu



Tablo 4. 2: Çalışılan Sektör

	Sıklık	Yüzde
Bilişim / Teknoloji	7	2.5
İnşaat / Yapı / Mimarlık / Gayrimenkul	41	14.5
Kamu	65	23.0
Bankacılık / Finans	3	1.1
Eğitim	80	28.3
Sağlık / İlaç / Medikal	15	5.3
Medya / İletişim / Telekomünikasyon	2	0.7
Gıda / Tarım / Hayvancılık	8	2.8
Otomotiv	1	0.4
Tekstil	2	0.7
Elektrik / Elektronik	1	0.4
Makine / Metal / Çelik	1	0.4
Turizm / Seyahat	2	0.7
Enerji / Doğal Kaynak	2	0.7
Perakendecilik	3	1.1
Spor	1	0.4
Diğer	49	17.3

Total	283	100.0
--------------	-----	-------

Anketin diğ er bir bölümünde katılımcıların çalış tıkları sektör lere dair bulgular yer almaktadır. Katılımcılardan 80 kişi %28.3 oranıyla eğitim sektöründe çalışarak bu kategoride en fazla paya sahiptir. Ardından 65 kişi %23 oranıyla kamu sektöründe ve 49 kişi ise 17.3 oranıyla diğ er seçeneğini işaretleyerek farklı sektörlerde çalış tıklarını belirtmişlerdir (Tablo 4.2).

4.5.2. Katılımcıların Teknoloji Kullanımına dair bulgular

Anketin bu bölümünde öncelikle katılımcıların ne sıklıkla internette aktif oldukları, interneti en çok nerelerde kullandıkları, dijital teknolojileri aktivizm için kullanıp kullanmadıkları, en çok hangi cihazları aktivizm için kullandıkları ve kullandıkları cihazların hangi teknolojileri desteklediklerini ölçmek hedeflenmiştir.

Tablo 4. 3: İnternete Girme Sıklığı

	Sıklık	Yüzde
Gün boyunca çevrimiçi	241	85.2
Haftada 4-7 kez	38	13.4
Haftada 3 veya daha az	3	1.1
Ayda 1 veya 2 kez	1	0.4
Toplam	283	100.0

Katılımcılara, ne sıklıkla internette zaman geçirdikleri sorulmuştur ve 241 katılımcı %85.2 oranıyla “gün boyunca çevrimiçi” olduklarını belirtmişlerdir. Bu oranı %13.4’lük dilimle “haftada 4-7” şıkkı izlemektedir. Buradan hareketle katılımcıların büyük çoğunluğunun gün boyunca çevrimiçi olarak internette aktif oldukları anlaşılmaktadır (Tablo 4.3).

Tablo 4. 4: İnternetin En Fazla Kullanıldığı Yer

	Sıklık	Yüzde
Mobil şebekeler üzerinden her yerde	170	60.1
Ev	68	24.0
İş yeri	42	14.8
Okul, Kütüphane	2	0.7
Cafeler ve internet erişim izni olan yerlerde	1	0.4
Toplam	283	100.0

Katılımcılara internete erişimde en çok nerelerde zaman geçirdikleri sorulmuştur. Katılımcılardan alınan yanıtlara göre %60.1 oranı ile “mobil şebekeler üzerinden her yerde” seçeneğinin en yüksek yanıt olduğu gözlenmiştir. Katılımcılar, mobil erişimlerin olduğu her yerde aktif bir şekilde internete erişim sağlamaktadırlar. Mobil şebekeler dışında en çok işaretlenen seçenek ise “Ev” olmuştur. Ayrıca %14.8 oranı ile “İş yeri” ve % 0.7 oranı ile “okul, kütüphane” seçeneği işaretlenmiştir. “Kafeler ve internet erişim izni olan yerler” seçeneği ise matematiksel değeri açısından değerlendirmeye alınmamıştır. (Tablo 4.4).

Tablo 4. 5: Dijital Teknolojilerin Aktivizm İçin Kullanılması Durumu

	Sıklık	Yüzde
Hayır	80	28.3
Evet	203	71.7
Toplam	283	100.0

Katılımcılara dijital teknolojileri, aktivizm için kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Katılımcılardan gelen yanıtlar doğrultusunda, dijital teknolojileri aktivizm için kullandıklarını ifade edenlerin sayısı 203 kişi olup %71.7 oranına sahiptir. 80 kişi ise %28.3 oranıyla dijital teknolojileri aktivizm için kullanmadıklarını ifade eden “Hayır” seçeneğini işaretlemişlerdir.(Grafik 4.3, Tablo 4.5)

Grafik 4.3. Dijital teknolojilerin aktivizm amaçlı kullanılması durumu



Tablo 4.5. 1: Aktivizm İçin Kullanılan Cihazlar

	Sıklık	Yüzde
Akıllı telefon	153	54.1
Tablet	3	1.1
PC	8	2.8
Laptop	9	3.2
Toplam	173	61.1
Eksik Değer	110	38.9
Toplam	283	100.0

Dijital teknolojileri aktivizm için kullanan katılımcılardan “En çok hangi cihazları aktivizm için kullandıklarını” belirtmeleri istenmiştir. Bu doğrultuda “Akıllı telefon”, “Tablet”, “PC” ve “Laptop” seçeneklerine yer verilmiştir. Katılımcıların cevapları doğrultusunda açık ara en fazla işaretlenen seçeneğin “Akıllı telefon” olduğu gözlenmiştir. Akıllı telefon %54.1 oranıyla aktivizm için en fazla kullanılan cihaz olmuştur.

Tablo 4. 6: Kullanılan Cihazların Desteklediği Teknolojiler

	Sıklık	Yüzde
Wi-Fi	111	27.2
LTE, 4G, 3G	76	18.62
GPS	51	12.5
Bluetooth	62	15.2
Yapay Zeka	15	3.68
Hepsi	93	22.8
Toplam	408	100.0

Katılımcılara kullandıkları cihazların hangi teknolojileri destekledikleri sorulmuştur. %27.2 oranı ile Wi-Fi, %18.62 oranı ile LTE, 4G, 3G, %12.5 oranı ile GPS, %15.2 oranı ile

Bluetooth ve % 3.68 oranı ile Yapay Zeka ve % 22.8 oranı ile Hepsi seçeneği işaretlenmiştir. Bu soru için katılımcılara birden fazla seçeneği seçme imkânı verilmiştir. (Tablo 4.6)

Bir önceki soruda 153 katılımcı aktivizm çalışmalarında en sık kullandıkları cihaz olarak akıllı telefonu işaretlemesine rağmen ve akıllı telefonların büyük çoğunluğunun LTE, 4G, 3G, GPS, wi-fi gibi teknolojileri desteklediği düşünüldüğünde burada işaretlenen teknolojiler soru işareti yaratmaktadır. Bu durum katılımcıların dijital teknolojiler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları veya kullandıkları cihazların desteklediği özellikler hakkında doğru bilgiye sahip olmadığı fikrini beraberinde getirmektedir.

4.5.3. Dijital Teknolojiler ve Aktivizme Dair Bulgular

Tablo 4. 7: Aktivizm Çalışmaları ve Dijital Araçlar ile Olan İlişkiler

	Sıklık	Yüzde
İşimin bir parçası olarak aktivizm için dijital araçları kullanıyorum.	77	27.2
Kendi aktivizm projem için dijital araçları kullanıyorum. (Bireysel aktivist)	40	14.1

Hem işim aracılığıyla aktivistlik yapmak için hem de kendi projem için dijital araçları kullanıyorum.	72	25.4
Toplam	189	66.8
Kayıp Değer	94	33.2
Toplam	283	100.0

Katılımcılara, “Aktivizm çalışmalarında dijital araçlar ile ilişkinizi en iyi hangisi tanımlar?” sorusu yöneltilmiştir. Bu kapsamda 3 seçenek sunulmuştur. Bunlar: “İşimin bir parçası olarak aktivizm için dijital araçlar kullanıyorum.”, “Kendi aktivizm projem için dijital araçları kullanıyorum. (bireysel aktivist)” ve “Hem işim aracılığıyla aktivistlik yapmak için hem de kendi projem için dijital araçları kullanıyorum.” seçenekleridir. Katılımcıların %27.2’si “İşimin bir parçası olarak aktivizm için dijital araçlar kullanıyorum” seçeneğini işaretlemekte, %25.4’ü “Hem işim aracılığıyla aktivistlik yapmak için hem de kendi projem için dijital araçları kullanıyorum ” seçeneğini işaretlemekte ve %14.1’i “Kendi aktivizm projem için dijital araçları kullanıyorum” seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 4.7). Buradan hareketle, katılımcıların geneli için, aktivizm işlerinin birer parçası olduğu ve işlerinin gereğini yerine getirirken dijital araçları kullandıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca tabloda yer alan “kayıp değerler” ise dijital teknolojileri aktivizm için kullanmadıklarını ifade eden katılımcılar ile soruya cevap vermeyi tercih etmeyen katılımcıları temsil etmektedir. Bu yüzde istatistiksel olarak değerlendirmeye alınmamıştır. Çalışmanın devamında yer alan bütün “kayıp değerler “ için aynı değerlendirme söz konusudur.

Tablo 4. 8: Aktivizm için Dijital Araçları Kullanmaya Başlama Şekli

	Sıklık	Yüzde
Önce güçlü bir teknoloji kullanıcısıydım ve sonra bu becerileri aktivizme uyguladım.	46	16.3
Önce aktivizm yaptım, sonra teknolojiyi ustalıkla öğrendim.	22	7.8
Teknoloji ve aktivizm becerilerim aşağı yukarı aynı zamanda gelişti.	118	41.7
Toplam	186	65.7
Kayıp Değer	97	34.3

Toplam	283	100.0
--------	-----	-------

Katılımcılara, Aktivizm için dijital araçları kullanmaya başlama şeklinizi en iyi ne tanımlar sorusu yöneltilmiştir ve üç seçenek sunulmuştur. Bunlar :” Önce güçlü bir teknoloji kullanıcısıydım ve sonra bu becerileri aktivizme uyguladım” , “Önce aktivizm yaptım, sonra teknolojiyi ustalıkla öğrendim” ve “Teknoloji ve aktivizm becerilerim aşağı yukarı aynı zamanda gelişti” seçenekleridir. Tablo 4.8’e göre katılımcıların % 41.7’si teknoloji ve aktivizm becerilerinin aşağı yukarı aynı zamanda geliştiklerini belirtmişlerdir.

Günümüzde teknoloji kullanım becerileri ilkökul yaşlarına kadar düşmüştür. İnsanlar rahatlıkla internete erişim sağlayabilmekte ve gündemi takip edebilmektedirler. Bu yüzden teknoloji kullanma becerisi gelişen bir bireyde aktivizm farkındalığının da aynı zamanda gelişmesi öngörülebilir bir sonuç olmuştur.

Tablo 4. 9: Dijital Teknolojilerin Aktivizm Çalışmaları İçin Önemi

	Sıklık	Yüzde
Çok önemli -aktivizm çalışmalarımın etkinliğini artırmak için her gün dijital teknolojiyi kullanıyorum.	80	28.3
Önemli-aktivizm çalışmalarında dijital teknolojiyi sıklıkla kullanıyorum ama günlük olarak değil.	59	20.8
Orta derecede önemli- bazen dijital araçları kullanıyorum ama aktivistliğimin çoğu çevrimdışı çalışıyor.	33	11.7
Önemli değil- aktivizm çalışmalarında dijital araçları nadiren veya hiç kullanmıyorum.	15	5.3
Toplam	187	66.1
Kayıp Değer	96	33.9
Toplam	283	100.0

Diğer bir soruda, dijital teknolojilerin aktivizm faaliyetlerinin etkinliği açısından önemi sorgulanmıştır. Dijital teknolojilerin önemini ölçme amacıyla katılımcılara dört seçenek sunulmuştur. Bunlar :

1. “Çok önemli -aktivizm çalışmalarımın etkinliğini artırmak için her gün dijital teknolojiyi kullanıyorum.”
2. “Önemli- aktivizm çalışmalarımda dijital teknolojiyi sıklıkla kullanıyorum ama günlük olarak değil.”
3. “Orta derecede önemli- bazen dijital araçları kullanıyorum ama aktivistliğimin çoğu çevrimdışı çalışıyor.”
4. “Önemli değil- aktivizm çalışmalarımda dijital araçları nadiren veya hiç kullanmıyorum.”

Tablo 4.9’e göre Katılımcıların büyük bir kısmı “Çok önemli -aktivizm çalışmalarımın etkinliğini artırmak için her gün dijital teknolojiyi kullanıyorum” seçeneğini işaretleyerek dijital teknolojilerin, aktivizm çalışmaları açısından çok önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 4. 10: Aktivizm İçin En Etkili Araç

	Sıklık	Yüzde
Ana akım medya (TV, Gazete)	25	8.8
Sosyal medya platformları (Facebook, Instagram, Twitter, Linkledin vb.)	136	48.1
Sivil toplum kuruluşları	6	2.1
Bilgi platformları (Sözlükler vb)	2	0.7
Yayın ve medya paylaşım platformları (Netflix, AmazonPrime Video, Youtube, Spotify)	19	6.7
Toplam	188	66.4
Kayıp Değer	95	33.6
Toplam	283	100.0

Katılımcılara aktivizm için en etkili dijital araçların hangileri olduğu sorulmuştur ve beş seçenek verilmiştir. Bunlar:

1. Ana akım medya (TV, Gazete)
2. Sosyal medya platformları (Facebook, Instagram, Twitter, Linkledin vb.)
3. Sivil toplum kuruluşları
4. Bilgi platformları (Sözlükler vb)
5. Yayın ve medyapaylaşım platformları (Netflix, AmazonPrime Video, Youtube, Spotify)

Katılımcılar Tablo 4.10 da da görüldüğü gibi %48.1 ile en yüksek cevabı vererek sosyal medya platformlarının (Facebook, Twitter, Instagram, Linkledin vb.), aktivizm için en etkili dijital araçlar olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4. 11: Aktivizm Çalışmalarında Dijital Platformların Kullanımı

Dijital platform	Sıklık	Yüzde
Facebook	111	19.10
Twitter	103	17.73
Youtube	106	18.24
Instagram	137	23.58
Bloglar	18	3.10
Clubhouse	1	0.17
Linkedin	29	4.99
Pinterest	24	4.13
Flickr	1	0.17
Snapchat	9	1.55
Reddit	2	0.34
Change.org	16	2.75

Katılımcı sözlükler (Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük vb.)	23	3.96
Diğer:	1	0.17
Toplam	581	100

Aktivizm için dijital araçlar kullanmak, aktivizm hareketlerini geleneksel yöntemlerden çıkarıp dijital platformlara taşımak anlamına gelmektedir. Dijital araçlar, aktivizmin var olan kökenini korunarak yani amacına sadık kalınarak dijital aktivizm hareketi yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu kapsamda “Sosyal Medya Uygulamaları”, dijital aktivizm denildiği zaman şüphesiz ilk sıralarda yer almaktadır.

Katılımcılara “Aktivizm çalışmalarınızda verilen dijital platformlardan hangilerini kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4.11 de katılımcılar, en çok kullandıkları sosyal medya uygulamalarını sınırlandırma olmadan işaretlemişlerdir. Sırasıyla katılımcıların tercih ettiği birinci, ikinci ve üçüncü seçenekler toplanarak 581 cevap elde edilmiştir. Tablo 4.11 incelendiği zaman katılımcıların sosyal medya kullanım dağılımları şu şekildedir:

Birinci sırada %23.58 ile Instagram, ikinci sırada %19.10 ile Facebook, üçüncü sırada %18.24 ile Youtube, ve dördüncü sırada ise %17.73 ile Twitter yer almaktadır. Bloglar, Katılımcı sözlükler, LinkedIn ve Pinterest gibi uygulamalar ise listenin sonlarına doğru yer almaktadırlar.

Tablo 4. 12: Aktivizm Çalışmalarında Dijital Teknoloji Kullanımı

	Sıklık	Yüzde
Üyelere haber göndermek için (E-posta listelerinde, sosyal ağlarda olduğu gibi)	94	14.26
Bağış toplamak için (Chiplin veya PayPal ile olduğu gibi)	12	1.82
Üyelerin birbirleriyle etkileşime geçebilmeleri amacıyla gruplaroluşturmak için	90	13.66

Üyeleri bir eylemde harekete geçirmek için (E-posta SMS, Sosyal medya)	54	8.19
Bilgileri statik bir konuma göndermek için (Çeşitli web siteleri veya bloglar)	23	3.49
Videoları yaymak için (Youtube gibi)	45	6.83
Üyelerden geri bildirim almak için (Çevrimiçi anketlerle)	38	5.77
Karar vericiler üzerinde baskı oluşturmak için (E-mail kampanyaları, e-dilekçe ile)	21	3.19
Dijital materyalleri destekçilere/ üyelere dağıtmak için (PDF dosyaları gibi)	31	4.70
Üyelerden dijital materyalleri toplamak için (etkinlik fotoğrafları gibi)	21	3.19
Ana akım medyada gazeteciler ile iletişim kurmak için	15	2.28
Kanıt toplamak için (telefon ile video ve fotoğraf çekmek gibi)	33	5.01
Anonim olarak iletişim kurmak için (Https, gmail vs gibi)	27	4.10
İnternette anonim olarak gezinmek için (Bir proxy sunucusu değişikliği)	16	2.43
Dijital materyali çevrimdışı paylaşmak için	7	1.06
Bilgileri haritalamak için (Google Earth gibi)	28	4.25
Bağlantıları bir grupta paylaşmak için	31	4.70
Üyelerinizin sitelerinde kampanyalarınızla ilgili bilgi yayınlamak için (Yayınlar ve widget'larda olduğu gibi)	6	0.91
Liderlik ekibi içinde organize etmek ve planlamak için (Skype veya anlık mesajlaşmada olduğu gibi)	19	2.88
Üyeleri dijital beceriler konusunda eğitmek için (Bir web seminerinde olduğu gibi)	12	1.82
Ortaklaşa yazmak için (Bir wiki veya google Dokümanlar'da olduğu gibi)	12	1.82
Aktivistlere güvenlik sağlamak için (Twitterda olduğu gibi)	13	1.97
İşitsel bilgileri interaktif olarak paylaşmak için	7	1.06
İşitsel bilgileri yayınlamak için (Podcast'te olduğu gibi)	4	0.61

Toplam	659	100.0
--------	-----	-------

Katılımcılara “Aktivizm çalışmalarınızda dijital teknolojiyi nasıl kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir ve herhangi bir seçenek sınırlaması olmadan birden fazla seçeneği işaretleme imkanı sunulmuştur. Bu bakımdan her katılımcı için birden fazla cevap söz konusudur. Katılımcılar toplamda 659 cevap vermişlerdir. Tablo 4.12’ye bakıldığı zaman katılımcıların, aktivizm çalışmalarında dijital teknolojiyi nasıl kullandıkları hakkında istatistiksel verilere ulaşılmaktadır. Tablo 4.12 doğrultusunda katılımcıların cevaplarının değerlendirilmesi şu şekildedir:

Katılımcıların;

- %14.26’sı Üyelere haber göndermek için
- %13.66’sı Üyelerin birbirleriyle etkileşime geçebilmeleri amacıyla gruplar oluşturmak için,
- %8.19’u Üyeleri bir eylemde harekete geçirmek için
- %6.83’ü Videoları yaymak için (Youtube gibi)
- %5.77’si Üyelerden geri bildirim almak için
- %5.01’i Kanıt toplamak için
- %4.70’i Dijital materyalleri destekçilere/ üyelere dağıtmak ve Bağlantıları bir grupla paylaşmak için,
- %4.25’i Bilgileri haritalamak için
- %4.10’u Anonim olarak iletişim kurmak için
- %3.46’sı Bilgileri statik bir konuma göndermek için
- %3.19’u Üyelerden dijital materyalleri toplamak için
- %2.88’i Liderlik ekibi içinde organize etmek ve planlamak için
- %2.43’ü internette anonim olarak gezinmek için
- %2.28’i Ana akım medyada gazeteciler ile iletişim kurmak için,
- %1.97’si Aktivistlere güvenlik sağlamak için
- %1.82’si Üyeleri dijital beceriler konusunda eğitmek için Ortaklaşa yazmak için ve Bağış toplamak için
- %1.06’u İşitsel bilgileri interaktif olarak paylaşmak için ve Dijital materyali çevrimdışı paylaşmak için,
- % 0.91’i Üyelerinizin sitelerinde kampanyalarınızla ilgili bilgi yayınlamak için
- %0.61’i İşitsel bilgileri yayınlamak için

Tablo 4. 13: Dijital Teknolojiler ve En Sık Yaşanan Sorunlar

	Sıklık	Yüzde
Mobil cihaza uyum eksikliği	15	5.3
Depolama kapasitesinin yetersiz kalması	57	20.1
Veri transferinde kullanılan wi-fi, bluetooth gibi mobil teknolojilerdeki bağlantı ve hız sorunu	78	27.6
Kullanılan cihazdaki özel güvenlik sorunları	25	8.8
İnternet erişiminin olmaması	14	4.9
Toplam	189	66.8
Kayıp Değer	94	33.2
Toplam	283	100.0

Dijital teknolojiler pek çok alanda kolaylık sağlarken beraberinde de birtakım kullanım problemlerini getirmiştir. Tablo 4.13'te yaşanan bazı teknolojik sorunlar yer almaktadır. katılımcılara “kullandığınız dijital teknolojilerde en sık yaşadığınız sorun nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar ise tabloda yer alan seçeneklerden kendilerine uygun olana cevap vermişlerdir. Bu sonuçlara göre kullanıcıların en sık yaşadığı sorun %27.6 oranı ile “Veri transferinde kullanılan wi-fi, bluetooth gibi mobil teknolojilerdeki bağlantı ve hız sorunu” olmuştur. Hemen ardından ise %20.1 ile “Depolama kapasitesinin yetersiz kalması” sorunu gelmektedir. Diğer sonuçlar ise şu şekildedir: %8.8 ile “Kullanılan cihazdaki özel güvenlik sorunları”, %5.3 ile “Mobil cihaza uyum eksikliği”, %4.9 ile de “İnternet erişiminin olmamasıdır.”

Tablo 4. 14: Aktivizm İçin Kullanılan Dijital Araçlarda Yaşanan Sorunlar

	Sıklık	Yüzde
Uygun fiyatlı internet erişiminin olmaması	48	17.0
Hızlı internet erişiminin olmaması	33	11.7
İnternet filtrelemeleri ve engellemeleri	12	4.2
Devlet gözetimi altında yer alan bilişim suçlarının olması	23	8.1
Ülkemdeki insanlar dijital aktivizm üzerine farkındalığının düşük olması	33	11.7

Uygun fiyatlı teknolojik araçların olmaması (telefon, tablet vb.)	35	12.4
Total	184	65.0
Kayıp Değer	99	35.0
Toplam	283	100.0

Aktivizm için dijital araçları kullanmak, zamandan ve maliyetten tasarruf sağlamanın yanı sıra aynı zamanda da daha büyük kitlelere daha etkili şekilde hitap etmeye ortam sağlamaktadır. Dijital araçların bu şekilde olumlu özelliklerine karşın Tablo 4.13’ te bahsedildiği gibi birtakım kullanım zorlukları vardır. Tablo 4.14’de katılımcılara “Aktivizm için dijital araçları kullanmakla ilgili en büyük sorunuz nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların cevapları doğrultusunda en az yaşanan sorun İnternet filtrelemeleri ve engellemeleri iken katılımcıların en büyük problemleri %17.0 ile “Uygun fiyatlı internet erişiminin olmaması”, %12.4 ile “Uygun fiyatlı teknolojik araçların olmaması (telefon, tablet vb.)” ve %11.7 ile “Ülkemdeki insanlar dijital aktivizm üzerine farkındalığının düşük olması” ve “Hızlı internet erişiminin olmaması” olarak sıralanmıştır. Buradan katılımcıların sorunlarının dijital araçların kendisi ile değil ülkedeki ekonomik durumdan kaynaklandığı görülmektedir.

Tablo 4. 15: En Başarılı Eylemde Kullanılan Dijital Araç/Araçlar

	Sıklık	Yüzde
Ana akım medya ile görsel iletişim kurmak (Video çekip göndermek, Skype veya zoom gibi uygulamalarla temasa geçmek gibi)	78	27.6
E-posta aracılığıyla imza toplamak	20	7.1
Sosyal medyada bir içerik oluşturarak kampanya düzenlemek	59	20.8
Diğer	3	1.1
Toplam	160	56.5
Kayıp Değer	123	43.5
Toplam	283	100.0

Katılımcılara “en başarılı eyleminizde kullandığınız dijital araç/araçlar hangisidir?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4.15’de yer alan sonuçlara göre katılımcılar %27.6 oranıyla en fazla “Ana akım medya ile görsel iletişim kurmak” seçeneğini işaretlemişlerdir. %20.8 oranı ile “sosyal medyada bir içerik oluşturarak kampanya düzenlemek” ikinci sırada gelmektedir. “E-posta aracılığıyla imza toplamak” seçeneği ise %7.1 ile popüler bir cevap olmamıştır.

Tablo 4. 16: Hali Hazırda Kullanılan Dijital Araçların Aktivizm Çalışmalarının Amacına Hizmet Etmesi Durumu

	Sıklık	Yüzde
Evet	211	74.6
Hayır	68	24.0
Toplam	279	98.6
Kayıp Değer	4	1.4
Toplam	283	100.0

Katılımcılara “ Hali hazırda kullandığınız dijital araçlar aktivizm çalışmalarınız için amacınıza ulaşmada beklentilerinizi karşılıyor mu?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4.16’da yer alan sonuçlara göre %74.6 oranı ile “evet” seçeneği işaretlenmiştir. “Hayır” seçeneği ise %24.0’dur. Bu sonuçlara göre dijital araçlar aktivizm çalışmalarında başarıya ulaşmada beklentileri karşılamaktadırlar.

Tablo 4. 17: Aktivizm Çalışmaları İçin Dijital Teknolojilerin Gelecek Yıllardaki Önemi

	Sıklık	Yüzde
Evet	265	93.6
Hayır	14	4.9
Toplam	279	98.6
Kayıp Değer	4	1.4
Toplam	283	100.0

Son olarak katılımcılara “Sizce, aktivizm çalışmaları için dijital teknolojiler gelecek yıllarda daha önemli bir yere sahip olacak mı?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4.20’de yer alan sonuçlara göre “Evet” seçeneği % 93.6 oranı ile işaretlenmiştir. “Hayır” seçeneği ise “4.9” oranı ile işaretlenmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcılar, aktivizm çalışmaları için dijital teknolojilerin gelecek yıllarda daha önemli bir yere sahip olacağını düşünmektedirler.



SONUÇ

İnternetin varlığı ile dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel pek çok konuya da temas etmektedir. Dijital teknolojiler toplumsal hareketlerin işleyişine de etki etmektedir. Aktivizm çalışmaları da dijital teknolojilerden etkilenen toplumsal hareketlerdendir. Çalışmada ayrıntılarıyla ele alınan aktivizm faaliyetleri, genel olarak toplumsal bir mesele karşısında örgütlenerek reaksiyon vermek şeklinde açıklanmıştır. Dijital teknolojilerle kesiştikleri noktada aktivizmin geleneksel yapısı değişerek daha dijital bir versiyon haline gelmektedir.

Bu çalışmada, aktivizm çalışmalarında kullanılan dijital teknolojiler ve dijital teknolojilerin aktivizm çalışmaları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca, gelecek yıllarda dijital teknolojilerin aktivizm çalışmaları üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bu amaçla, hazırlanan anket çalışmasına STK çalışanları ve onların çevrimiçi üyeleri katılmıştır. Katılımcıların %85.2'sinin gün boyunca çevrimiçi oldukları ve %61.1'inin dijital teknolojileri, aktivizm için kullandıkları gözlemlenmiştir. Dijital teknolojileri aktivizm için kullananların işlerinin bir parçası olarak dijital araçları aktivizm için kullandıkları ve dijital teknolojilerin aktivizm çalışmaları için çok önemli olduğunu düşündükleri gözlemlenmiştir. Çalışmada, aktivizm faaliyetleri için tercih edilen en etkili dijital aracın “sosyal medya uygulamaları” olduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal medya uygulamalarından ise en çok tercih edilenler sırasıyla, “instagram, facebook, youtube ve Twitter” olduğu görülmektedir. Aktivizm çalışmalarında çoğunlukla sosyal medya uygulamalarının tercih edilmesine karşılık aktivistlerin en başarılı oldukları eylemde kullandıkları dijital araçlar skype veya zoom gibi uygulamalar aracılığıyla ana akım medya ile görsel iletişim kurmak olmuştur.

Dijital teknolojilerin aktivizm çalışmalarında kullanım amaçlarına bakıldığında ; üyelere haber göndermek, üyelerin birbirleriyle etkileşime geçebilmeleri amacıyla gruplar oluşturmak, üyeleri bir eylemde harekete geçirmek, videoları yaymak (Youtube gibi), üyelere geri bildirim almak, kanıt toplamak, dijital materyalleri destekçilere/ üyelere dağıtmak ve Bağlantıları bir grupta paylaşmak, bilgileri haritalamak, anonim olarak iletişim kurmak , bilgileri statik bir konuma göndermek, üyelere dijital materyalleri toplamak, liderlik ekibi içinde organize etmek ve planlamak, internette anonim olarak gezinmek, ana akım medyada gazeteciler ile iletişim kurmak, aktivistlere güvenlik sağlamak, üyeleri dijital beceriler konusunda eğitmek, ortaklaşa yazmak ve bağış toplamak, işitsel bilgileri interaktif olarak paylaşmak için ve dijital materyali çevrimdışı paylaşmak, üyelerin sitelerinde

kampanyalarla ilgili bilgi yayınlamak ve işitsel bilgileri yayınlamak şeklinde olduğu gözlemlenmiştir.

Dijital teknolojilerin kullanımında yaşanan sorunlar ise çoğunlukla, hızlı internet erişiminin olmaması, veri transferinde kullanılan wi-fi, bluetooth gibi mobil teknolojilerdeki bağlantı ve hız sorunu ve depolama kapasitesinin yetersiz kalması iken aktivizm çalışmalarında kullanılan dijital teknoloji sorunları ise internet filtrelemeleri ve engellemeleri, devlet gözetimi altında yer alan bilişim suçlarının olması ve insanların dijital aktivizm üzerine farkındalığının düşük olması şeklindedir.

Sonuç olarak aktivistler için hali hazırda kullandıkları dijital araçların, amaçlarına hizmet etmeleri noktasında kendilerine yeterli geldiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca, aktivizm çalışmaları için dijital teknolojilerin gelecek yıllarda çok daha önemli bir konuma sahip olacağı gözlenmiştir.

KAYNAKLAR

[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437)

<https://www.indekskonusmaciajansi.com/web-kavrami-ve-webin-evrimi-web-1-0-web-2-0-web-3-0-web-4-0/>

<https://journno.com.tr/yurttas-gazeteciligi-aktivizm-midir>

www.wikipedia.com

www.wikipedia.com.tr

www.tdk.gov.tr

<https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/2017-yilinin-en-buyuk-hacking-olaylari,bmoAYWWZ-0eUDMFG3WVkg/7zctCTfVJ0iTLJXST6dOSQ>

<https://tr.eyewated.com/hacktivizm-nedir-ve-i%CC%87yi-bir-sey-mi/>

www.dictionary.com

www.britannica.com

<https://www.techopedia.com/definition/5411/website#:~:text=A%20website%20is%20a%20collection,constitute%20the%20World%20Wide%20Web>

www.change.org

www.avaaz.org

www.Sma.org

<https://wpsitekur.com/blog-nedir/>

<https://www.ideaconnection.com/interviews/00006-Smart-Mobs-The-Next-Social-Revolution.html>

www.onedio.com

www.ntv.com

<https://www.timeturk.com/genel/ukrayna-nin-turuncu-devrim-i-nedir-turuncu-devrim-ne-anlama-gelmektedir/haber-1724587>

www.deprem.afad.gov.tr

<https://m.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/130007-onbinler-haykirdi-internetime-dokunma>

Akser, M. (2013). Yeni Medya ve Siber Protesto Hareketleri. *İletişim Ve Diplomasi/ Yeni Medya*.

- Aktaş, M., & Akçay, E. (2019). Dijital Savunuculuk Örneği Olarak "Özgecan Yasası" Change.org İmza Kampanyası. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 305-336.
- Altunışık, R. (2015). Büyük Veri: Fırsatlar Kaynağı Mı Yoksa Yeni Sorunlar Yumağı Mı? *DergışPark*, 45-76.
- Arslan, K. (2020). Eğitimde Yapay Zeka Uygulamaları. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 71-88.
- Arslan, Ö. (2005). İnternet Ekonomisi Ve Türkiye. 75-90.
- Arvas, İ. S. (2022). Gutenberg Galaksisinden Meta Evrenine: Üçüncü Kuşak İnternet, Web 3.0. *Academic Journal Of Information Technology*.
- Babacan, M., Haşlak, İ., & İsmail, H. (2015). Sosyal Medya Ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 0-92.
- Baban, E., & Güzel, E. (2015). Digital Activism and Social Movements: How the World perceives the Gezi Movement. *Amity Journal Of Media & Communication Studies (AJMCS)*, 40-54.
- Badgers, H. (2021, 06). [https://nttdata-solutions.com/tr/local-blog/web-bir-sifirdan-web-dort-sifira-internetin-evrimi/#:~:text=WEB%201.0%20\(%201990%20%E2%80%93%202000%20\),olu%20C5%9Fturamad%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20d%C3%B6nem%20olarak%20ta%20tan%C4%B1mlanabilir.adresinden%20alındı](https://nttdata-solutions.com/tr/local-blog/web-bir-sifirdan-web-dort-sifira-internetin-evrimi/#:~:text=WEB%201.0%20(%201990%20%E2%80%93%202000%20),olu%20C5%9Fturamad%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20d%C3%B6nem%20olarak%20ta%20tan%C4%B1mlanabilir.adresinden%20alındı)
- Bağ, S. M. (2021). Slaktivizm: Yeni Medya ve Siyasal Eylemin Dönüşümü.
- Balcılar, H. (2008). Türkiye'nin Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilgi Teknolojilerinden İnternetin Kullanımı.
- Baran, A., Hazer, O., & Öztürk, M. (2020). Gençlik Ve Dijital Çağ. Hacettepe Üniversitesi Gençlik Araştırmaları ve Uygulama Merkezi.
- Bayrak, H. (2021, 02). *Dijilopedi*. <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> adresinden alındı
- Baz, F., & Meral, H. (2021). Web 3.0 Anlamsal Ağ Çalışmalarının Farklı Alanlarda Kullanımı: Bir Uygulama Örneği. *Osmaniye Kocut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 408-421.
- Boschele, F., & Öztürk, Ö. (2017). Dijital İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Hareketler Bağlamında Hacktivizm. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 429-452.

- Boyacı, M. (2020). Dijital Aktivizmde Sosyal Medya Kullanımı: Bir Çevrimiçi Hacktivist Ağının Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 931-965.
- BTK. (tarih yok). <https://internet.btk.gov.tr/internetin-getirdigi-firsat-ve-faydalar> adresinden alındı
- Çakır, S. Y. (2017). Sosyal Medyada Dijital Aktivist Hareketler Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 753-783.
- Cengiz, H., & Günay, A. (2020). Aktivist Kimlik Ve Aktivizme Bağlılık Ölçeği: Türkçe'ye Uyarlama, Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 307-314.
- Choudhury, N. (2008). World Wide Web And Its Journey From Web 1.0 To Web 4.0.
- Demirtaş, B., & Argan, M. (2015, 01). Büyük Veri Ve Pazarlamadaki Dönüşüm: Kurumsal Bir Yaklaşım. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, s. 1-21.
- Dhar, S., Basishtha, S., & Nath, K. (2014). Web 1.0 to Web 3.0- Evolution Of The Web And Its Various Challenges.
- Dijital. (2021, 04). <https://recrodigital.com/dijital-2021-raporunda-turkiye-ve-dunyada-internet-ve-sosyal-medya-kullanimi-karsilastirmasi-ocak-2021/> adresinden alındı
- Duran, N., & Can, Ö. (tarih yok). Hacktivism ve Toplum Mühendisliği Üzerine Bir İnceleme.
- Dursun, Ç. (2016). Yurttaş Gazeteciliği.
- Fabrico, B., Gabriel, M., Rodrigues, T., & Almedia, V. (2010). Detecting Spammers On Twitter.
- Genç, Z. (2008). Gelişmiş İnternet2 Ağı Geleceğe Dair Teknolojik Tahminler.
- George, J., & Leidner, D. (2019). From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism. *Information And Organization*.
- Gerbaudo, P. (2022). From Cyber-Autonomism To Cyber-Populism : An Ideological History Of Digital Activism. *TripleC*, 477-489.
- Gülburun, S., & Dener, M. (2022). Bulut Bilişim Güvenliğindeki Zorluklar ve Güncel Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*.
- Gündüzalp, C. (2022). Web 2.0 Teknolojileri ve Eğitim. S. Karabatak içinde, *Eğitim ve Bilim* (s. 30).
- Güvenir, H. A. (2005). İnternetin Tarihi Ve Türkiye.
- Hutchinson, J. (2021). Micro-Platformization For Digital Activism On Social Media. *Information Communication and Society*, 35-51.

- Ibrahim, A. K. (2021). Evolution Of The Web : From Web 1.0 To 4.0. *Qubahan Academic Journal*, 20-28.
- Kambil, A. (2008). What Is Your Web 5.0 Strategy? *Journal of Business Strategy*, 2-5.
- Kar, A., & Güven, S. (2020). Dijital AKTivizmin Sosyo-Psikolojik Arka Planı. 1-4.
- Karaboğa, T. (2020). *Büyük Veri Analitiği Yönetmelik Kabiliyetlerinin Firma Performansına Etkisi: Veri Odaklı Kültür ve Büyük Veri-Strateji Uyumunun Aracılık Etkisi*. İstanbul: Doktora Tezi.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler Ve DiJİTAL Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*.
- Kaya, M. (2021). Sanayi 4.0'da Yapay Zeka ve Türkiye. *Fırat Üniversitesi. İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*.
- Kaynak, N. B. (2020). Sosyal Medya Uygulamalarında Çocukları Hedef Alan Reklamlar: Youtube Üzerine Bir İnceleme .
- Kırık, A., & Özcan, A. (2014). Bir Dijital Aktivizm Örneği: Akıllı Ağ Çeteleri (Smart Mobs). *Online Academic Journal Of Information Technology*.
- Koç, F. (2017). Türkiye'de Yeni Toplumsal Hareketlerin Dönüşümünde Sosyal Medyanın Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1567-1577.
- Korkmaz, A. (2009). İnternet Gazeteciliğinin Kamuoyu Oluşumuna Etkisi. s. 6-19.
- Korkmaz, A. (2012). Arap Baharı Sürecinde İnternet Ve Sosyal Medyanın Rolü. *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges*.
- Köygülü, Ö. (2019). Bir Dijital Aktivizm Türü Olarak Slaktivizm: Lisansüstü Öğrenciler Üzerine Nitel Bir Araştırma.
- Król, K. (2020). Evolution Of Online Mapping: From Web 1.0 To Web 6.0.
- Kutlu, T., & Bekiroğlu, O. (2010). Türkiye'de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin Analizi. *Selçuk İletişim*.
- Latorre, M. (2018). Historia De Las Web, 1.0, 2.0, 3.0, 4.0.
- Nath, K. (2015). Future What Comes After Web 3.0? *International Conference On Computing And Communication Systems (I3CS'15)*.
- Nath, K. (2015). Future What Comes After Web3.0? Web 4.0 and The Future. *International Conference On Computing and Communication Systems (I3CS'15)*.

- Nazlı, A., & Gürel, E. (2019). Dijital Aktivizm:Change.org Kampanyaları Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 187-206.
- O'Reilly, T. (2009). What Is Web 2.0? *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models For The Next Generation Of Software*. içinde
- Özel, A. P. (2015). Çevresel Aktivizm, Halkla İlişkiler Ve Yeşil Aklama Üzerine Kuramsal Bir Bakış. *Selçuk İletişim*, 73-89.
- Özkula, S. M. (2021). What Is Digital Activism Anyway? Social Construction "Digital" In Contemporary Activism. *Journal Of Digital Social Research*, 60-84.
- Özyiğit, H. (2022, 01). Kurumsal Risk Yönetimi ve Bulut Bilişim Sistemi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s. 31-52.
- Paktin, S. (2014). Change.org Katılımcı Demokrasi Ve Aktivizm. *Direnışin @ Hali*, 89-91.
- Parlak, A. (2005). İnternet Ve Türkiyede İnternetin Gelişimi.
- Rheingold, H. (2022, 10 02). https://www.edge.org/conversation/howard_rheingold-howard-rheingold-smart-mobs adresinden alındı
- Saka, E., & Sabancı, A. (2013). Hacker''lık Üzerine Birkaç Gözlem, Hackerlara Karşı Bir Kültür Olarak Bakmak. *Hack Kültürü Ve Aktivizm* (s. 16-41). içinde
- Saran, M. (2005). İnternet Ve Halkla İlişkiler.
- Serkan, M. (2019). İşletmelerin Dijital Dönüşüm (Endüstri 4.0) Farkındalık Ve Algı Düzeyinin Değerlendirilmesi: Elazığ Örneği.
- Sert, N. Y. (2012). Online Aktivizm Araçları Yoluyla Oluşturulan Etkilerin Metafor Kullanılarak Açıklanması Örnek Olay İncelenmesi:" İnternetime Dokunma " Eylemi . *Akdeniz İletişim Dergisi*, 126-140.
- Şıvgın, Z. M. (2020). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Slaktivizmi Yeniden Düşünmek. *STD*, 647-669.
- Sivitanides, M., & Shah, V. (2011). The Era Of Digital Activism. *Conference for Information Systems Applied Research*.
- Sucu, İ., & Ataman , E. (2020). Dijital Evrenin Yeni Dünyası Olarak Yapay Zeka Ve Her Filmi Üzerine Bir Çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 40-52.
- Takcı, H., & Baktır, N. (2018). Büyük Veri Yaklaşımıyla Birden Çok Bilgi Erişim Merkezinin Kolektif Kullanımı. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 123-129.
- Taşkıran, H., & Mengü, M. (2019). Ağ Toplumunda Sokak Aktivizmden Dijital Aktivizme Geçiş. D. M. Doç.Dr.Hatun Boztepe Taşkıran içinde, *Dijital Aktivizm Üzerine* (s. 7).

- Telli, G., & Aydın, S. (2020). Yeni Teknolojiler ve Uygulamaları. S. A. Gonca Telli içinde, *Dijital Dönüşüm* (s. 40-43-44-45).
- Topçu, H., & Çakır, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- TÜBİTAK. (2020). *TÜİK*. data.tuik.gov.tr: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) adresinden alındı
- Turhan, D. G. (2017). Dijital Aktivizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26-44.
- Türk , G., Bayrakcı, S., & Akçay, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 36-333.
- TÜSİAD. (2016). Sanayi 4.0.
- Ürkmez, D. (2020). Dijital Aktivizm Olarak Sosyal Medyada Boykot Çağrılar: Watsons Krizi Örneği. *Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 106-125.
- Yegen, C. (2014). Dijital Aktivizmin Bir Türü Olarak Hacktivism ve "RedHack". *E-Journal of Intermedia*, 118-132.
- Yeşil, Ü. (2016). Hacktivism Olgusu ve Kurumsal İtibar İlişkisi Üzerine Kurumsal Bir İnceleme.
- Yıldırım, O., & Dağtaş, E. (2019). Toplumsal Dayanışmanın Sanal Boyutu: Tembel Eylemcilik Change.org. *Global Media Journal TR Edition*, 128-156.
- Yıldız, Ö. R. (2010). Bilişim Dünyasının Yeni Modeli: Bulut Bilişim (Cloud Computing) Ve Denetim.
- Yılmaz, B., Dündar, G., & Oskay, T. (2015). Dijital Ortamda Aktivizm: Online İmza Kampanyalarına Katılım Davranışlarının İncelenmesi. *E-Journal Of Intermedia*, 481-504.

ANKET SORULARI

1.CİNSİYETİNİZ:

KADIN/ ERKEK/ DİĞER (belirtiniz) 2.YAŞINIZ:

☐18-24 ☐25-34 ☐35-44 ☐45-54 ☐55 ve üzeri

3. EĞİTİM DURUMUNUZ :

☐ Lise ☐Ön Lisans ☐Üniversite ☐Yüksek Lisans ☐Doktora

4. ÇALIŞTIĞINIZ SEKTÖR:

- ☐ Bilişim / Teknoloji
- ☐ İnşaat / Yapı / Mimarlık / Gayrimenkul
- ☐ Kamu
- ☐ Bankacılık / Finans
- ☐ Eğitim
- ☐ Sağlık / İlaç / Medikal
- ☐ Medya / İletişim / Telekomünikasyon
- ☐ Gıda / Tarım / Hayvancılık
- ☐ Otomotiv
- ☐ Tekstil
- ☐ Elektrik / Elektronik
- ☐ Savunma / Havacılık
- ☐ Makine / Metal / Çelik
- ☐ Turizm / Seyahat
- ☐ Enerji / Doğal Kaynak
- ☐ Lojistik / Taşımacılık
- ☐ Sigortacılık
- ☐ Perakendecilik
- ☐ Spor
- ☐ Diğer

5. Ne sıklıkla İnternete giriyorsunuz? (birini seçiniz)

- ☐ Gün boyunca çevrimiçi
- ☐ Haftada 4-7 kez
- ☐ haftada 3 veya daha az
- ☐ ayda 1 veya 2 kez

6. İnterneti en çok nerelerde kullanıyorsunuz?

- ☐ Mobil şebekeler üzerinden her yerde
- ☐ ev
- ☐ iş yeri
- ☐ okul, kütüphane
- ☐ cafeler ve internet erişim izni olan yerlerde

7. Dijital teknolojileri, aktivizm(toplumsal değişime katkıda bulunmak için yapılan eylem/ savunuculuk) için kullanıyor musunuz ?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

7.1. Cevabınız "Evet" ise ; En çok hangi cihazları aktivizm için kullanıyorsunuz ?

- ☐ Akıllı telefon
- ☐ Tablet
- ☐ PC
- ☐ Laptop
- ☐ Kişisel Dijital Asistan (PDA)

- o Taşınabilir medya oynatıcısı (İPad vb)
- o Harici Disk
- o Akıllı Saatler
- o Ses kayıt cihazı
- o Diğer

8. Kullandığınız cihaz hangi teknolojileri destekliyor ?

- o Wİ-Fİ
- o LTE, 4G, 3G
- o GPS
- o Bluetooth
- o Yapay zeka
- o Hepsi

9. Aktivizm çalışmalarında dijital araçlar ile ilişkinizi en iyi hangisi tanımlar ? (birini seçiniz)

- A. İşimin bir parçası olarak aktivizm için dijital araçlar kullanıyorum.
- B. Kendi aktivizm projem için dijital araçları kullanıyorum. (bireysel aktivist)
- C. Hem işim aracılığıyla aktivistlik yapmak için hem de kendi projem için dijital araçları kullanıyorum.

10. Aktivizm için dijital araçları kullanmaya başlama şeklinizi en iyi ne tanımlar?(birini seçiniz)

- A. Önce güçlü bir teknoloji kullanıcısıydım ve sonra bu becerileri savunuculuğa uyguladım.
- B. Önce savunuculuk yaptım, sonra teknolojiyi ustalıkla öğrendim.
- C. Teknoloji ve savunuculuk becerilerim aşağı yukarı aynı zamanda gelişti.

11. Dijital Teknolojiler aktivizm çalışmalarınız için ne kadar önemli ? (birini seçiniz)

- A. Çok önemli -aktivizm çalışmalarımın etkinliğini artırmak için her gün dijital teknolojiyi kullanıyorum.
- B. Önemli- aktivizm çalışmalarımda dijital teknolojiyi sıklıkla kullanıyorum ama günlük olarak değil.
- C. Orta derecede önemli- bazen dijital araçları kullanıyorum ama aktivistliğimin çoğu çevrimdışı çalışıyor.
- D. Önemli değil- aktivizm çalışmalarımda dijital araçları nadiren veya hiç kullanmıyorum.

12. Sizce , aktivizm için en etkili araç hangisidir?

- A. Ana akım medya (TV,Gazete)
- B. Sosyal medya platformları (Facebook, Instagram, Twitter, Linkledin vb.)
- C. Sivil toplum kuruluşları
- D. Bilgi platformları (sözlükler vb)
- E. Yayın ve medya paylaşım platformları (Netflix, AmazonPrime Video, Youtube, Spotify)

13 . Aktivizm için verilen dijital platformlardan hangilerini kullanıyorsunuz? (Geçerli olanların tümünü seçin.) *

- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Instagram

- Bloglar
- Clubhouse
- LinkedIn
- Pinterest
- Flickr
- Snapchat
- Reddit
- Change.org
- Katılımcı sözlükler (Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük vb.)

14. Aktivizm çalışmalarınızda dijital teknolojiyi nasıl kullanıyorsunuz(geçerli olanların tümünü seçiniz)?

- o Üyelere haber göndermek için (e-posta listelerinde, sosyal ağlarda olduğu gibi)
- o Bağış toplamak (chiplin veya PayPal ile olduğu gibi)
- o Üyelerin birbirleriyle etkileşime girebilmeleri için gruplar oluşturmak. (sosyal medya aracılığıyla, twitter, facebook, instagram vb..)
- o Üyeleri bir eylem için harekete geçirmek (e mail, SMS, Sosyal medya)
- o Bilgileri statik bir konuma göndermek için. (çeşitli web siteleri veya bloglar)
- o Videoları yaymak için (youtube gibi)
- o Üyelerden geri bildirim almak için. (çevrimiçi anketlerle)
- o Karar vericiler üzerinde baskı oluşturmak. (E-mail kampanyaları , e-dilekçe ile)
- o Dijital materyalleri üyelere dağıtmak (PDF dosyaları gibi)
- o Üyelerden dijital materyalleri toplamak (etkinlik fotoğrafları gibi)
- o Ana akım medyada gazeteciler ile iletişim kurmak.
- o Liderlik ekibi içinde organize etmek ve planlamak.(skype veya anlık mesajlaşmada olduğu gibi)
- o Üyeleri dijital beceriler konusunda eğitmek (bir web seminerinde olduğu gibi)
- o Kanıt toplamak (telefon ile video ve fotoğraf çekmek gibi)
- o Aktivistlere güvenlik sağlamak. (Twitterda olduğu gibi)
- o Anonim olarak iletişim kurmak için. (https, gmail vs gibi)
- o İnternette anonim olarak gezinmek için. (bir proxy sunucusu değişikliği)
- o Ortaklaşa yazmak için (bir wiki veya google Dokümanlar'da olduğu gibi)
- o Dijital materyali çevrimdışı paylaşmak için.
- o İşitsel bilgileri yayınlamak için. (podcast'te olduğu gibi)
- o İşitsel bilgileri interaktif olarak paylaşmak. Bilgileri haritalamak için. (Google Earth gibi)
- o Bağlantıları bir grupla paylaşmak için.
- o Üyelerinizin sitelerinde kampanyalarınızla ilgili bilgi yayınlamak için. (yayınlar ve widget'larda olduğu gibi)
- o Diğer

15. Kullandığınız Dijital Teknolojilerde en sık yaşadığınız sorun nedir ?

- o Mobil cihaza uyum eksikliği
- o Depolama kapasitesinin yetersiz kalması
- o Veri transferinde kullanılan Wİ-Fİ, bluetooth gibi mobil teknolojilerdeki bağlantı ve hız sorunu
- o Kullanılan cihazdaki özel güvenlik sorunları
- o İnternet erişiminin olmaması

16. Aktivizm için dijital araçları kullanmakla ilgili en büyük sorunuz nedir?

- A. Uygun fiyatlı internet erişiminin olmaması.
- B. Hızlı internet erişiminin olmaması.
- C. İnternet filtrelemeleri ve engellemeleri.

- D. Devlet gözetimi altında yer alan bilişim suçlarının olması.
F. Ülkemdeki insanlar dijital aktivizm üzerine farkındalığının düşük olması.
G. Uygun fiyatlı teknolojik araçların olmaması (telefon, tablet vb.)
17. En başarılı eyleminizde kullandığınız Dijital araç/ araçlar hangisidir ?
- o Ana akım medya ile görsel iletişim kurmak (video çekip göndermek, Skype veya zoom gibi uygulamalarla temasa geçmek gibi)
 - o E-posta aracılığıyla İmza toplamak
 - o Sosyal medyada bir içerik oluşturarak kampanya düzenlemek.
 - o Diğer
18. Halı hazırda kullandığınız Dijital araçlar , aktivizm çalışmalarınız için amacınıza ulaşmada beklentilerinizi karşılıyor mu ?
- EVET/ HAYIR
19. Sizce, aktivizm çalışmaları için dijital teknolojiler gelecek yıllarda daha önemli bir yere sahip olacak mı ?
- EVET / HAYIR
- Anket soruları “Digital Activism Survey Report 2009” çalışması baz alınarak hazırlanmıştır.