

## **CHANGE.ORG: KATILIMCI DEMOKRASİ VE AKTİVİZM**

AKADEMİK BİLİŞİM KONFERANSI  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
ANTALYA

23 OCAK 2013

### **Serdar Paktin**

M.A. Interdisciplinary Studies  
The New School for Social Research

Kampanya Uzmanı, Change.org  
Öğretim Üyesi, Kadir Has Üniversitesi

*"Be the change you wish to see in the world."  
Mahatma Gandhi<sup>1</sup>*

## 1. Temel değişim:

Bundan yüz yıl önce Ghandi Güney Afrika'da sosyal haklar için mücadele ederken, değişim yaratmak için zorlu mücadeleler, acı dolu eylemler ve inanılmaz bir dayanma gücü gerekiyordu. 350 yıl önce Fransa'da, 800 yıl önce Britanya'da, değişim yaratmak için insanın önce canından vazgeçmesi gerekiyordu. O zamanlar bir düşüncenin etrafında insanları birleştirmek, bir değişim için destekçi toplamak çoğu insanın, bırakın cesaret etmeyi, hayal bile edemeyeceği bir şeydi. Ve o zamanlar küçük değişimlere yer yoktu. Değişim ya kökten olurdu ya da hiç olmazdı.

Şimdi, ne değişti? Artık 22 yaşında iki iş yaparak geçimini sağlayan bir kadın koskoca bankayı dize getirebiliyor<sup>2</sup>, yeşilci bir internet sitesini yöneten 4-5 arkadaş Ağaoğlu Holding'i beyaz atından indirip ormanın dışına itebiliyor<sup>3</sup>. Artık, bireyler, destek toplayarak, arkasında büyük sivil toplum örgütleri durmadığı için gözden kaçan, başkaları aynı şeyleri yaşamadığı için bilinmeyen değişim taleplerini, kendileri gerçekleştirme imkanı bulabiliyor. Bir başka deyişle, Antik Yunan sitelerinden binlerce yıl sonra, katılımcı demokrasi gerçek anlamıyla geri dönmeye başlıyor.

Ama bu sefer biraz farklı. Zira, katılımcı demokrasiyi var etmeye çalışanların elinde dünyaya yeni bir çağın kapılarını açan bir değişim mekanizması var: Dijital iletişim teknolojileri. Dijital iletişim teknolojileri sayesinde, iletişim kavramı, geri dönülmez bir değişim yaşayarak beraberinde dünyadaki diğer her şeyin değişeceğinin işaretini verdi.

Dijital iletişim teknolojileri, iletişim kavramında bu kadar devrimsel nitelikte neyi değiştirdi?

Geleneksel medya iletişimi tek yönlü bir iletişim sağlar. Bir tarafta mesajı ileten bir medya aracı, diğer tarafta ise mesajı alan dinleyici/izleyici/okuyucu bulunur. Bu ikisi arasındaki ilişki sadece bir tarafın diğerine mesaj vermesi üzerine kuruludur. Gücün merkezi olarak korunmasını sağlayan ve şimdiye kadar normal kabul edilen "mesaj veren" ve "mesaj alan" arasındaki keskin sınır, geleneksel medyanın güç ilişkilerini belirleyen en önemli etkeniydi.

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile aradaki bu sınırlar yavaş yavaş kalktı. Önce, interneti geleneksel medyaya alıştığımız gibi kullandık. İnternet kullanıcısı, bir okuyucu ve izleyici idi. Sonra bu teknolojinin herkese içerik üretme, yayın yapma ve

<sup>1</sup> Keith Akers, Compassionate Spirit, 05 Haziran 2009. < <http://www.compassionatespirit.com/Be-the-Change.htm>> Bu sözü tam olarak Mahatma Ghandi'nin söylediğine dair kesin bir kaynak yok. Ama neredeyse aynı şeyi ifade eden başka bir şey söylemiş olduğundan dolayı bu söz ona atfediliyor.

<sup>2</sup> Molly Katchpole, "Tell Bank of America: No \$5 Debit Card Fees". <<http://www.change.org/petitions/tell-bank-of-america-no-5-debit-card-fees>>

<sup>3</sup> Yeşilist Rehber, "Ağaoğlu Maslak 1453: İstanbul uyan, kabusun gerçek oluyor". <<http://www.change.org/maslak1453>>

fikrini dile getirme imkanı verdiği fark edilmeye ve teknoloji bu yönde gelişmeye başladı. Web 2.0 diye adlandırılan mefhum, işte dijital iletişim teknolojilerinin kullanımındaki bu ana değişime işaret ediyor.

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişimi ile geleneksel medyadan bildiğimiz sınırların ortadan kalkması ve bireylerin de söz sahibi olmaya başlaması ile dünyanın dengeleri de yavaş yavaş değişmeye başladı. Böylece, “mesaj veren” olarak medya organlarını kullanma ayrıcalığını elinde bulunduran güç, para ve konum sahibi varlıklar ile “mesaj alan” olarak gazete okuyan, radyo dinleyen ve televizyon izleyen pasif, güçsüz ve söz hakkı olmayan büyük topluluk arasında bir dialog ortamı doğdu. Artık, sessiz çoğunluğun da bir sesi vardı ve kimsenin onlar adına “sessiz çoğunluğun sesi” olmasına ihtiyaçları kalmamıştı.

Sağlanan bu dialog ortamı neden bu kadar önemli?

Eserleri sayesinde dünyada son yirmi yıldaki değişimlere ışık tutan en önemli düşünürlerden birisi olan Mikhail Bakhtin’in—maalesef hala Türkçe’ye çevrilmemiş olan—“Dialogic Imagination” kitabında yer verdiği önemli kavramlardan birisi bu sayede evrensel iletişimi değiştiren en önemli unsur haline geldi: Dialogizm (Dialogism).

Dialogizm, kısaca, dialoğa dayalı iletişim demektir. Fakat, Bakhtin’in düşüncesinde dialogizm, iki önemli kavramı daha beraberinde getirir: Kronotop (Chronotope) ve Çok-dillilik (Heteroglossia).

Dialoğa dayalı iletişim kavramının beraberinde getirdiği bu iki kavramı da kısaca açıklayalım. Öncelikle, Kronotop kavramını Türkçe zaman-mekân olarak söyleyebiliriz. Einstein’ın İzafiyet Teorisi’nden ödünç alınan bu kavram, iletişimde kullanılan öğelerin işaret ettikleri zaman ve mekana dair dengeler ve çerçeveden bağımsız düşünülmemeyeceğini söyler. Yani, siz “cemaat” dediğinizde farklı bir şeye, “cemiyet” veya “sosyete” dediğinizde apayrı şeylere işaret edersiniz. Ama hepsi temelde aynı anlama gelen kelimeler.

Heteroglossia ise, dilin tekil olamayacağı, zamana ve mekana dayalı olarak farklı şartları da beraberinde getireceği için dilin çoğul olması gerektiğini ifade eder. Burada “dil” dediğimiz şey, Türkçe, İngilizce veya Lazca, Kürtçe gibi bir şeye işaret etmiyor. Burada Bakhtin’in “Glossia” kavramı ile işaret ettiği dil kavramı “bir dünyayı algılama biçiminin ifade edilme şekli” anlatmaya çalışıyor. Bu bağlamda, Galatasaraylılık da bir dil olabilir, Milliyetçilik de farklı bir dile işaret edebilir veya devlet memuru olmak da ayrı bir dili beraberinde getirebilir.

Bakhtin’in dialogik düşüncesi, bize dilin zaman ve mekandan bağımsız düşünülmemeyeceğini ve her ne kadar aynı dili konuşuyor gibi görünsek de zaman-mekan ilişkisi içerisinde dilin çoğaldığını ve farklılaştığını fikrini taşıyor. Bu fikri biraz hazmettiğimiz zaman, bütün bu uzamsal konumlandırmalar bir sonuç daha doğuruyor: Merkezizetsizlik.

Şimdi, şu sloganı hatırlayalım: “Tek devlet, tek millet, tek bayrak, tek dil”. Bu sloganı biraz önce açıkladığım mekanizmalara göre değerlendiresek “tek dil” dediğimiz şeyin aynı zamanda “tek ideoloji” veya “tek dünya görüşü” demekten bir farkı olmadığını

görebiliriz. Bakhtin'in terminolojisiyle "tek-dillilik" veya Monoglossia diye ifade ettiği şey, dilin merkeziyetçi bir anlayışla, Kronotop ve Heteroglossia (zaman-mekan ve çok-dillilik) dinamiklerini bastırarak düşüncenin önceden belirlenmiş bir çerçeve içinde kalmasını sağlamaya çalışmasıdır. Fakat, Dialogizm beraberinde zaman-mekan bağlamı ve çok dillilik getirdiği için bir merkeziyetsizlik doğurur. Bir başka deyişle, dialoga dayalı iletişim, iletişimi demokratikleştirir, merkeziyetsizleştirir.

Burada, Bakhtin'in bize açtığı pencereden, dijital iletişim teknolojilerinin yarattığı o çağ atlatan temel değişime tekrar bakalım: Dijital iletişim teknolojileri, çift taraflı iletişim yapısını getirerek dialoga dayalı bir iletişim dünyasının temellerini attı. Bu beraberinde fiziki sınırların önemini kaybettiği, ulusal kimliklerin değerini yitirdiği ve küreselleşmenin, kozmopolitleşmenin değer kazandığı bir dünyanın yükselişe geçeceğini gösteren devrim niteliğinde büyük bir değişim demek oluyor.

Daha sosyal ağlardan, dijital aktivizmden veya mobil uygulamalardan söz etmeye başlamadık bile. Ama şunu bilmek gerekir ki, bu değişim, diğer bütün değişimlerin ortaya çıkmasını sağlayan temel değişimdir.

## 2. Dijital okuryazarlık

Dijital iletişim teknolojileri, iletişime dialog kavramını getirdi. Böylece heteroglossia, yani çok-dillilik, ve Chronotope, yani zaman-mekan çerçevesi, katarak bilginin ve iletişimin de karmaşıklaşmasına neden oldu. Bilginin çok çeşitli ifade biçimlerinin olması, farklı bakış açılarının ses bulması ve de bilginin zaman-mekana bağlı olarak konumlandırabilmesi, sözünü ettiğimiz, merkeziyetçi bilgi sistemini yavaş yavaş geçersiz kılmaya başladı. Artık, herkesin kabul etmesi gereken mutlak doğrular, bütün şartlar altında geçerli olduğunu kabul ettiğimiz bilgiler yavaş yavaş geçerliliğini yitirmeye başladı. Bu söylediklerimi pozitif bilimlerin sunduğu bilgilerle karıştırmamak gerekir, burada sözünü ettiğim sosyal ve toplumsal bilgiler.

Artık eskisi gibi herkese yol gösterecek ana metinler, manifestolar ve mutlak doğrular yok. Bu söylediğimiz şeyler, merkezi dilin oluşması ve herkesin aynı ortak paydada buluşabilmesini sağlayan sabitleyicilerdi. Bunların geçerliliğini yitirmeye başlamasıyla, bazılarının "bilgi kirliliği" olarak adlandırdığı farklı bilgi sistemlerinin içiçe geçerek oluşturduğu sarmal bir ağ ortaya çıktı. Şimdi, aynı konuda birden fazla bilgi ve haber kaynağı var ve heteroglossia ekseninde düşündüğümüz zaman, aynı bilgiyi farklı dillerde, farklı bakış açılarıyla, farklı çerçevelerde sunan sayısız kaynak var.

### Dijital dünyada yolunu bulabilmek

Kaynakların çeşitlendiği ve bilgilerin farklı dünya görüşleriyle sunulduğu bir dijital evrende dijital okuryazarlık ne demektir? Bu kaynaklar arasından doğru veya hiç değilse itibar edilecek bilgiyi bulabilmek, edindiği bilgiyi anlamak ve doğru yorumlayabilmek dijital okuryazarlığın temel gereğidir. Bunun dışında, insanın dijital araç, platform ve ortamları etkin kullanabilmesi, bu farklı alanlar arasında yolunu bulabilmesi demektir. Dijital okur yazarlık, bu farklı alanların her birinin kendi dinamikleri olduğunu bilmesi ve her birinde bu dinamiklere uygun olarak iletişime geçmesi demektir.

Bir başka deyişle, Facebook arama alanında “Kaleiçi’ndeki restoranlar” anahtar kelimesiyle arama yapılmayacağını ya da en yakın arkadaşınızın düğün fotoğraflarını bulacağınız yerin Google olmadığını bilmek demektir. Tabii, eğer arkadaşınızın düğün fotoğrafları kamuya mal olmadıysa.

Dijital okuryazarlık, dijital iletişim teknolojilerinin yarattığı devrim niteliğindeki değişimi etkin biçimde değerlendirebilmek için bizim kendimizi eğitmemiz gereken en önemli nokta. Çünkü bu bilinç düzeyini sağlamadığımız sürece dijital iletişim bizim için arkadaşlarla sohbetten, oyun oynamaktan ve spor haberlerini okumaktan öteye gidemez. Aksine bu alanda bilinçsizlik ve bilgisizlik kişiye veya kuruma onulmaz zararlar da verebilir. En basitinden her gördüğünüz linke tıklamamanız, her gelen epostayı açmamanız gerektiğini bilmezseniz kişisel özel bilgileriniz dolandırıcıların eline geçebilir veya bilgisayarınız zarar görebilir.

Bu konudaki en güzel örnek, herhalde *Zaytung* üzerinden verilebilir. *Zaytung*, internette yer alan ve “dürüst, tarafsız, ahlaksız haber” düsturuyla uydurma ve kurgusal haber yapan bir mizahi haber sitesi. Aralık 2012’de *Zaytung*’da “Ateist olduğu gerekçesiyle istifası istenen köy imamı geri adım atmıyor: ‘Mesleğime profesyonelce yaklaşıyorum...’”<sup>4</sup> haberi yayınlandı.

Bu haberden kısa bir süre sonra, Diyanet İşleri Başkanlığı’na ait Diyanethaber.com.tr sitesinde bu haberi yalanlayan bir açıklama yayınlandı. Hürriyet Gazetesi’nde yayınlanan haberde geçen yalanlama açıklaması şöyle diyor<sup>5</sup>:

Haber sitelerin birinde bugün sahte bir haber vardı. Kimilerimiz okudu, kimilerimiz okumadı. Haberin özü Muğla Milas ilçesine bağlı Ortaca köyünde Seyfi Çalışkan isminde ateist bir imam hatip var. Cuma namazında ateist olduğunu itiraf eden Çalışkan’ı Diyanet görevden almak istemiş ve bir an önce görevini bırakmasını istemiş. Fakat Seyfi Çalışkan görevine devam ediyor. Her tarafı tamamen uydurma olan bu haber hakkında görüştüğümüz Milas ilçe müftülüğü haberin tamamen yalan olduğunu, Milas’da Ortaca isminde bir köy olmadığını ve Milas müftülüğünde de Seyfi Çalışkan isminde bir görevlinin olmadığını, çalışmadığını söylediler.

Kurmaca ve düzmece olduğu son derece belli olan ve hatta komedi unsurlarını bariz şekilde bulunduran bu haberi din işlerinden sorumlu devlet kurumunun ciddiye alarak yalanlama yapması dijital okuryazarlık mefhumunun ne kadar önemli olduğunu aslında net bir biçimde ifade ediyor.

### 3. Dijital dünyada değişim ruhu:

Bu değişimin insanların algısında ve yaşamlarında yer etmesi için bir süre onunla oynamaları ve bu aracın sınırlarını öğrenmeleri gerekti. Bu süre içinde insanlar bize şu anda çok saçma gelecek şeyler de yaptılar veya bu mecrada yer alıp almamayı düşünenler: “Ne yapacağım ben Twitter’da, ne yediğimi mi paylaşacağım” diye

<sup>4</sup> Zaytung.com, <<http://www.zaytung.com/haberdetay.asp?newsid=198217>>

<sup>5</sup> Hürriyet Gazetesi, 20 Aralık 2012. <<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/22199104.asp>>

sordular. Ama hepimize olduğu kadar Greame Patrick'e göre de aşık olan bir şey var: Teknoloji sosyal bir oluşumdur. Kullanıcılar teknolojinin anlamını ve değerini onu nasıl kullandıklarıyla belirler.<sup>6</sup>

Dijital iletişim teknolojilerini sadece Farmville'de tavukları yemlemek, Hindistan'daki biriyle tavla oynamak, *ÇapqınQız91* ile işveli bir chat yapmak veya komik kedi videoları izlemek için kullanırsanız interneti ve dijital iletişim teknolojileri tabii ki oyuncak, hafif meşrep ve anlamsız bir şey gibi algılamamız gayet normal. Dolayısıyla, algınızın sınırları kendi dünyanızın sınırlarını da belirlediği için diğer insanların bu teknolojileri başka amaçlarla kullanabileceği aklınızın ucundan bile geçmez.

Bu bağlamda, dijital iletişim teknolojilerinin nasıl kullanıldığı, nasıl kullanılması gerektiği ve hakim kullanım alışkanlıkları üzerinden pek çok tartışma başlatıldı. Bunlardan arasında dijital iletişim teknolojilerinin toplumsal hareketler için kullanılamayacağını, bunun kendini kandırmaktan öteye gidemeyeceğini iddia edenler oldu. Bunun yanında da dijital iletişim teknolojilerinin dünyayı ayağa kaldıracağını ve Arap Baharı'nın sadece bu sayede gerçekleştiğini iddia edenler de oldu. Hatta bazıları, bunun—tabiri caizse—psikolojik mastürbasyondan başka bir şey olmadığını ve bu sayede insanların “bir değişim yaratma” yanılığısıyla birkaç tuşa tıklayarak kendilerini tatmin ettiklerini ama aslında fiziksel dünyada, hatta biraz daha ileri giderek, “gerçek hayatta” hiçbir etkilerinin olmadığını söylediler.

Dijital aktivizmi ilk olarak eleştiren ve “clicktivism” kavramına olumsuz anlamı iliştiiren Malcolm Gladwell oldu. *The New Yorker* dergisindeki “Small Change: Why the revolution will not be tweeted”<sup>7</sup> başlıklı makalesinde dijital aktivizmin bir etkisinin olmadığını, insanlar eğer bir şeyler değiştirmek istiyorlarsa sivil itaatsizlik ve fiziksel eylemde bulunmaları gerektiğini—yani, ancak sokağa inerek ve ideolojik altyapısını iyi kurgulayarak aktivizm yapılabileceğini söylüyor.

Malcolm Gladwell, Arap Baharı'nın dorukta olduğu günlerde, 27 Mart 2011'de, CNN International'da katıldığı programda,<sup>8</sup> sosyal medya ve dijital iletişimin insanları çok hızlı biçimde iletişime geçirebildiği ve bir araya getirebildiğini kabul etmekle beraber hala aynı düşüncelerinde ısrar ediyordu.

Gladwell bu eleştirilerini ilk kez dile getirdiği andan itibaren uluslararası birçok aktivist ve blogger tarafından yoğun eleştiri yağmuruna tutulduğu gibi, geleneksel iletişimin ve geleneksel anlayışın hegemonyasında insanların kendilerini ifade edebildikleri ve değişim talep edebildikleri tek “mecra” olan sokakların o romantik havasının kaybolacağından korkuyorlardı belki de.

Ama sokakların o romantik havası çoktan yok oldu bile. Bunun en basit örneği, 2011 ilkbaharında yaşandı. Orta Doğu'yu Arap Baharı esintisi sarmışken Türkiye Genel Seçimleri heyecanı vardı. Genel seçimlerden sonra hayata geçmek üzere Bilişim Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun tasarladığı “Güvenli İnternet Uygulaması” yani başkalarının deyişiyle “internet filtresi” ile Türkiye'de internet özgürlüğünün büyük

<sup>6</sup> Marcos Sivitanides, Vivek Shah. The Era of Digital Activism” 2011.

<sup>7</sup> Malcolm Gladwell, “Small Change: Why the revolution will not be tweeted”, The New Yorker. 4 Ekim 2010. <[http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa\\_fact\\_gladwell](http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell)>

<sup>8</sup> CNN International, “Tech's role in revolution overhyped?”. 27 Mart 2011. <<http://www.meta-activism.org/2011/03/malcolm-gladwells-still-got-it-wrong/>>

oranda kısıtlanacağını ve sansürün meşru kılınacağını düşünen onbinlerce (bazı rakamlara göre 40.000'den fazla) kişi İstanbul'da bir protesto yürüyüşü düzenledi. Geleneksel medya organlarında kimi yayın kuruluşları bu kadar kişiyi "birkaç yüz kişi" diyerek küçültmeye ve görmezden gelmeye çalıştı.<sup>9</sup> Bazıları ise, bu konuyu hiç yayınlarına taşımayarak 40.000 kişinin bir araya gelmiş olmasının bir haber değeri taşımadığını düşünmüş olarak kendi "basın ahlaklarını" ayaklar altına aldılar.

Fakat, Gladwell'in ve sokakların romantizmine inananların aksine, sokaklara inen kişiler geleneksel medyanın tamamı tarafından göz ardı edilebilir, fakat dijital iletişim teknolojileri üzerinden 40.000 kişinin bir araya gelmesini siz göz ardı etmeniz bile dünyanın geri kalanı ve dijital veriler göz ardı etmez.

Gladwell'in öne sürdüğü diğer argümana gelecek olursak, "ideolojik altyapının iyi kurgulanmadığı" hareketlerin başarılı olamayacağı ve dijital iletişim teknolojilerinin kişiler arasında hızlı iletişim sağlamasının ideolojik altyapıya bir katkısının olmadığına dikkat çekiyor. Verdiği örnekte, 60'larda Amerika'daki sosyal haklar hareketinden örnek veriyor. Bu hareketin yaklaşık 20 yıllık bir gelişme süreci olmuştu diyor.

Bununla beraber, dijital iletişim teknolojilerinin "ezilenlere" yeni hareket alanları sağladığı gibi, madalyonun öteki yüzünde, "ezenlere" de yeni baskı alanları yarattığını söylüyor. Dolayısıyla, sözünü ettiği "ideolojik altyapı" oluşmadığı için, dijital iletişim teknolojileri üzerinden bir değişim gerçekleşse bile değiştirdiği şeyin yerine koyacak bir şeyleri olmadığını vurguluyor.

Tam da bu noktada Slavoj Zizek'in 28 Ocak 2012'de Mimar Sinan Üniversitesi'nde yaptığı "Bulutlardaki Özgürlük: Küresel çağda yasaklama biçimleri"<sup>10</sup> başlıklı konuşmada verdiği bir örneğe dikkat çekmek gerekiyor. Zizek, vereceği örneğe geçmeden önce "Bugün dünyada ne oluyor?" sorusunun cevap olarak hepimizin neler olduğunu iyi bildiğimizi ama hakkında bir şey söyleyemediğimizi ifade eden bir giriş yaptı. Fukuyama'nın söylediği gibi ideolojinin sonunun geldiğinden ve bu post-ideolojik dönemde insanların rahatsızlıklarının çözümünü bilmeden sadece bu rahatsızlıklarını dile getirerek ayaklanabildiklerini söylerken 2011 Londra Ayaklanmalarından dem vurdu. Daha sonra, tüm Amerika'ya ve dünyanın diğer bölgelerine yayılan "Occupy Wall Street" hareketi hakkında verdiği örnek Gladwell'in "ideolojik altyapı" ile söylediklerine cevap niteliğinde:

Occupy Wall Street eylemlerinde Bill Clinton yaptığı ziyarette eylemcilere, programlarının ve taleplerinin ne olduğunu sormuş. Protestocuların bir tanesi de Clinton'a bir program veya taleplerinin olmadığını, mevcut durumdan rahatsız olduklarını ve bunu ifade etmek için orada olduklarını söylemiş. Clinton da onlara, biz de sizler gibi rahatsızız, sizlerle beraberiz, taleplerinizi iletirseniz hep beraber bunları değiştirebiliriz, demiş.

Burada Zizek, insanların rahatsız olduklarını ve büyük bir değişimin eşliğinde olduklarını bildiklerini ama bu fikrin ne olduğunu tam olarak ifade edecek olgunluğa henüz gelmediğini—ve bu yüzden, olgunlaşmadan bu fikri ifade ederek

<sup>9</sup> Feldrim.tumblr.com, 21 Mayıs 2011. <<http://feldrim.tumblr.com/post/5694255485/internet-sansur-ve-yasalar-hakk-nda-uzun-uzun>>

<sup>10</sup> Slavoj Zizek, "Bulutlardaki Özgürlük: Küresel çağda yasaklama biçimleri" 28 Ocak 2012, İstanbul. <[http://www.youtube.com/watch?v=EHP\\_urypW6Q](http://www.youtube.com/watch?v=EHP_urypW6Q)>

muhataplarının onu kendi bakış açıları ve monoglotik düşünceleri içine alarak söndürmelerine izin vermemek için hiçbir şey söylememenin daha iyi olduğunu ifade etti. Yani, şu anda olan bir şey var, ama bu olan şeyin ne olduğunu ifade edebilmek için önce onu yaşayıp ne olduğunu anlamamız gerekir diyor.

Bu anlamda, Gladwell dijital teknolojiler ile gelişen aktivizm hareketini, eski aktivizm ve toplumsal hareketler ekseninde değerlendirerek onları geleneksel iletişim anlayışının ve tek yönlü iletişimin eksenine çekmeye çalışıyor diyebiliriz.

Arap Baharı ve Occupy Wall Street hareketleri dijital iletişim teknolojileri üzerinden organize olmuş ve dünyaya yayılmıştı. Aylarca süren ve insanların yaşamlarının önemli bir bölümünü—hatta hayatlarını—adadıkları toplumsal hareketlerdi. Dijital medya üzerinden organize olmuş ve sonucunda sokağa inmiş eylemlerdi ve ikisinin de en belirgin özelliği: “neyin tarafında” oldukları değil, “neye karşı” olduklarıydı.

Zizek’in de vurguladığı gibi “bir şeyleri değiştirmek için bir eylem planı” belirlememişlerdi, fakat bir şeylerin değişmesi gerektiğini biliyorlardı. Dünyanın dört bir köşesinde insanların bilmedikleri bu değişimi ne kadar istediklerini ifade eden “niyet göstergeleri”di. Ve hepimiz bu niyetin ne kadar ciddi olduğunu gördük.

#### 4. Dijital aktivizm dünyayı değiştirir mi?

Malcolm Gladwell, hızlı davranıp “dijital aktivizmi” ve dijital teknolojiler üzerinden toplumsal hareket düzenlenmesini eleştirdi. Bunu yaparken de “klicktivizm” (clicktivism) kavramını kullandı. Böylelikle, klicktivizm kavramı negatif anlamı olan, dijital aktivizmi yeren ve küçük gören bir eksende hayata geçmiş oldu.

Daha sonraki dönemde, aktivistler, düşünürler ve yazarlar bu kavramı hem olumlu hem de olumsuz anlamıyla kullanarak bir anlam karmaşası yarattılar. Türkiye’de de Cüneyt Özdemir bu akıma katılarak klicktivizm kavramını “modern bir günah çıkarma ayini”<sup>11</sup> olarak tanımladı. Cüneyt Özdemir de dahil olmak üzere, bu kavramı eleştiren kişiler, insanların Facebook’ta iki şeyi beğenerek ve Twitter’da birkaç “retweet” yaparak bir şeyleri değiştirdiklerini düşündüklerini—tabiri caizse—psikolojik mastürbasyon yaptıklarını ve böylece kendilerini tatmin edip asıl konudan uzaklaştıklarını ifade ediyor.

Bu zaman zarfında, “iki tıkla dünyayı kurtardığını sananlar” için başka bir terim hasıl oldu: Slactivism. Ben klicktivizm ve slactivism arasındaki farkı anlatmaya çalıştığım GQ’daki “Sosyal medya dünyayı kurtarır mı?”<sup>12</sup> başlıklı yazımda slactivism kavramını Türkçe’de “tatlı su aktivizmi” olarak kullandım.

Öncelikle klicktivizm ve tatlı su aktivizmi arasındaki farkı ve buradan yola çıkarak dijital aktivizmin dünyayı değiştirip değiştiremeyeceğine bakalım:

Dijital katılım kavramını ve sosyal medyanın asıl gücünü de göz ardı etmemek lazım. Klicktivizm ile tatlı su aktivizmini karıştırmamak lazım. Tatlı su

<sup>11</sup> Cüneyt Özdemir, “Modern bir günahlardan arınma ayini; klicktivizm” Radikal, 10 Haziran 2012. <<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazar&ArticleID=1090661>>

<sup>12</sup> Serdar Paktin, “Sosyal medya dünyayı kurtarır mı?” GQ.com.tr, 20 Ekim 2011. <<http://www.gq.com.tr/1681/sosyal-medya-dunyayi-kurtarir-mi>>



aktivizmi (slacktivism) dediğimiz şey, bana göre, oturduğu yerden savunduğu dava hakkında sosyal medyada yaptığı (profil resmini değiştirmek, like vermek, video paylaşmak, retivit etmek, vb.) faaliyetler dışında gerçek hayatında hiçbir şey yapmayan kişilerin eylemlerine denir. Tatlı su aktivistlerinin savundukları davalar, sanki boş vakitlerinde oynadıkları bir video oyunuymuş gibi bilgisayarı kapattıklarında o konu da kapanır. Yani, Cüneyt Özdemir'in eleştirmek istediği asıl kavram bu: kutuya girilir, günahlar dökülür, kapı açıldığında iç rahatlaması ve huzur.

Kliktivizm ise, bana göre, inandığı ve savunduğu konu hakkında daha eşit şartlarda mücadele verebileceği yeni bir alandır. Onlar için, mücadele her zaman devam eder. Mesela, pek çok kişi, kliktivizm ile ilgili fikir beyan ederken Arap Baharı'ndan da mutlaka söz eder. Bunu söylerken de vurguladıkları nokta şu olur: Arap Baharı internette değil sokaklarda oldu.

Aynı şeyi ben de sık sık söylüyorum. Fakat, burada diğerlerinden farklı olarak düşündüğüm nokta, Arap Baharı (ve son yıllarda olan birçok farklı toplumsal hareket) sosyal medyada demlendi. Sosyal medyanın insanları bir konu veya dava etrafında birleştirebilme, bir kamuoyu oluşturma imkanı verdiği açık bir gerçek. Kliktivizm, bir günah çıkarma eylemi değil, mücadelenin devam ettiği bir alan.

Bu çerçeveden baktığınızda, nasıl insanlar dizilerin "hashtag"lerini kullanarak Twitter'da gündem oluşturuyorlarsa, memnun olmadıkları markaları da pek ala paylayabiliyor... Seçim zamanı CHP'nin sosyal medyada ne kadar etkin olduğunu ve bazı anketlerde AKP'den önde çıktığını hatırlayabiliriz. Bu aynı zamanda, sosyal medyadaki faaliyetlerin fiziksel karşılığı olmadığına da en büyük örnektir. Eğer anketlerde CHP'nin üstün çıkmasını sağlayan herkes gidip oy verseydi, belki durum —bir nebze daha—farklı olabilirdi.

#### **Kliktivizm mi katılımcı demokrasi mi?**

Bir başka deyişle, bu "modern günah çıkarma ayini" denilerek küçültülmeye çalışılan şey, meydanlara inip yürüyüşler düzenleyerek, oturma eylemleri yaparak bile elde edemeyeceğiniz bazı fırsatlar ve böylece elde edilen bir güç sunuyor: Katılımcı demokrasi.

Dolayısıyla, eskiden medya (ve medyacılar) ve de bazı kurum-kuruluşların elinde olan kamuoyunu oluşturma ve yönetme gücü artık bireylerin ve arkasında bir sivil toplum kuruluşu bile olmayabilecek alelade insanların da eline geçmiş bulunuyor. Cüneyt Özdemir gibi, bazılarının hakir görmeye çalıştığı kliktivizm sayesinde, insanlar artık seslerini duyurabiliyor ve diğerlerinin hak verdiği ölçüde kamuoyu oluşturabiliyor, haklarını arayabiliyorlar.

Dolayısıyla, bazılarının “modern bir günah çıkarma ayini” diye yaftaladıkları şey, toplum için “katılımcı demokrasi yoluyla hakkını arama eylemi” haline geliyor. Böylece, “tuzu kuru dünyalarında günah çıkaranlar” hakkını arayan günahsızların sesini duyurmasına destek vermiş oluyorlar.

İşte bu yüzden, kliktivizm deyip geçmeyin, onun arkasında savunulan düşünceler var—ve düşünceler inananlar olduğu sürece güçlenir ve gerçekleşirler.<sup>13</sup>

Yani, slacktivism ile kliktivizm arasında böyle bir fark var. Fakat, yapılan araştırmalar gösteriyor ki adını her ne koyarsanız koyun, ne kadar eleştirirseniz eleştirin dijital iletişim teknolojileri kullanarak, herhangi bir şekilde, aktivizm faaliyetlerine katılanlar (bu ister like vermek olsun, ister profil resmini değiştirmek) geleneksel iletişim yöntemleri ile katılanlardan daha aktivistler.

Georgetown Üniversitesi, Sosyal Etki İletişimi Merkezi ve Ogilvy Halkla İlişkiler Ajansı'nın beraber yaptıkları, mücadele alanlarına katılım ve değişik iletişim kanallarının toplumsal katılıma etkilerini değerlendirdikleri 2011 tarihli “The Dynamics of Cause Engagement” (Mücadele Alanı Katılımının Dinamikleri)<sup>14</sup> araştırmasının sonuçlarına göre, dijital iletişim teknolojileri üzerinden katılım gösterenler diğerlerine göre gönüllülük yaparak veya bir yürüyüşe ya da eyleme katılarak zaman harcamaya iki kat daha yatkınlar.

Hatta, başkalarını siyasi temsilcileri veya yöneticileri ile iletişime geçmeye cesaretlendirme ihtimalleri diğerlerine göre dört kat daha fazla—ve sosyal bir konu hakkında bir imza kampanyası imzalaması için başkalarını ikna etme olasılıkları beş kat daha fazla.<sup>15</sup>

Dahası, dijital aktivizm insanların davranışlarını ve düşüncelerini de değiştiriyor. Yani, insanlar dijital iletişim teknolojilerini kullanarak bir sosyal harekete katıldıkları zaman bu bazılarının deyimiyle “sanal dünyada” kalmıyor. “Gerçek dünyaya” da etki ediyor. Bunun “gerçek dünyaya” en basit tezahürü katılım gösteren insanın algısında ve davranışlarında oluyor.

Aynı araştırmaya katılanların yarısından fazlası (%52) sosyal konularda gösterdikleri katılım ve paylaşım sonucunda düşüncelerinin ve davranışlarının değiştiğini

<sup>13</sup> Serdar Paktin, “Sosyal medya dünyayı kurtarır mı?” GQ.com.tr, 20 Ekim 2011.

<<http://www.gq.com.tr/1681/sosyal-medya-dunyayi-kurtarir-mi>>

<sup>14</sup> Georgetown University, Center for Social Impact Communications, Ogilvy Public Relations Worldwide, 2011. <<http://csic.georgetown.edu/research/215767.html>>

<sup>15</sup> Georgetown University, Center for Social Impact Communications, Ogilvy Public Relations Worldwide, 2011. “Slacktivism: Doing More than Clicking in Support of Causes”

<[http://csic.georgetown.edu/OPR\\_SM\\_GT\\_Slactivists\\_FINAL.pdf](http://csic.georgetown.edu/OPR_SM_GT_Slactivists_FINAL.pdf)>

söylemişler. Araştırmaya katılanların yarıya yakını da (%48) sosyal konulardaki katılım sonucunda oy verme davranışlarının değiştiğini ifade etmiş.<sup>16</sup>

Bu sonuçlar, ben dahil olmak üzere Malcolm Gladwell ve Cüneyt Özdemir gibi sinik şüphecilerin tüm önyargılarını boşa çıkarır nitelikte sonuçlar veriyor.

Bu sonuçlardan yola çıkarak, dijital aktivizmin birkaç tıkla dünyayı değiştirmek, Facebook üzerinden rejimleri yıkmak ya da Twitter'dan devrim türküleri söylemek olmadığını görebilirsiniz. **Dijital aktivizm, iki tıkla dünyayı değiştirmez, her bir tıkla dünyanın değiştirilebilir olduğu fikrini biraz daha güçlendirir.** Dijital aktivizm, bir algı biçimidir ve dünyayı bu algı biçimi, bu algı biçiminin geliştirdiği davranış modelleri değiştiriyor. Bu algı biçimi, bize dünyayı değiştirmenin mümkün olduğu düşüncesini kazandırıyor.

Dijital aktivizm, dünyayı değiştirmek isteyen kişi ve kurumların konuştuğu dildir. Bu onların "glossia"sı, dünya görüşü, ve ideolojisidir.

## 5. Dijital aktivizmin semiolojisi (göstergebilimi):

Bir şeyi deneyimleyen kişi, yaşadığı deneyimi kesin bir şey olarak deneyimleyemez: yaşanan bir deneyim belirli bir anlama, nesneye, ilişki durumuna yönelim gösterir; fakat kendisine yönlendirilmez. Bu deneyim, kişinin ruhunun mevcut varlığının kesinliği ve bütünlüğü üzerine yönlendirilmez. Ben kendi korkularımın nesnesini korkunç bir şekilde, sevgimin nesnesini sevgi dolu bir şekilde, acılarımın nesnesini de acı dolu bir şekilde deneyimlerim (...), ama kendi korkumu, sevgimi, acımı deneyimlemem. Benim bu yaşadığım deneyim, kendi bütünlüğüm içerisinde bir nesne ile ilişkilendirerek benimsediğim bir aksiolojik yaklaşım veya tavidir. Bu şartlar altında sergilediğim kendi "duruş"um benim elimde olan bir şey değildir.<sup>17</sup>

Mikhail Bakhtin, *Sanat ve Sorumluluk* kitabında deneyimi böyle tanımlıyor. Deneyim hayatımızın en önemli kısmı, yaşadıklarımız yani deneyimlediklerimiz dünya görüşümüzü, düşüncelerimizi, duygularımızı ve doğal olarak davranışlarımızı biçimlendiren en temel unsur. Dijital iletişim teknolojilerine baktığımız zaman da bu "sanal dünyayı" anlamlı kılan üç temel etken var. Bu üç etken birbiriyle içiçe geçmiş şekilde tek bir olgu meydana getiriyor aslında. Bunlar: Dialog, etkileşim ve deneyimdir.

<sup>16</sup> <sup>16</sup> Georgetown University, Center for Social Impact Communications, Ogilvy Public Relations Worldwide, 2011. "Involvement in Causes Can Trigger Individual Behavior Changes"  
<[http://csic.georgetown.edu/OPR\\_SM\\_GT\\_Behavior\\_FS\\_VFINAL\\_2.pdf](http://csic.georgetown.edu/OPR_SM_GT_Behavior_FS_VFINAL_2.pdf)>

<sup>17</sup> Mikhail Bakhtin, *Art and Answerability*, p.113 "A lived experience as something determinate is not experienced by the one who is experiencing: a lived experience is directed upon a certain meaning, object, state of affairs; but it is directed not upon itself, not upon the determinateness and fullness of its own present-on-hand existence of the soul. I experience the object of my fear as fearful, the object of my love as lovable, the object of my suffering as oppressive (the degree of cognitive determinateness is not essential, of course, in this case), but I do not experience my own fearing, loving, suffering. My lived experience is an axiological position or attitude assumed by the whole of myself in relation to some object; my own "posture" in this position is not given to me."

Konuya giriş yaparken de detaylı bir şekilde dialog kavramının dijital iletişim teknolojileri bağlamındaki önemini açıklamaya çalıştım. Dialog kavramıyla içiçe geçmiş biçimde, etkileşim ve deneyim de içinde bulunduğunuz dijital platformun veya mecranın bu dialoğu anlamlı kılacak deneyim ve etkileşim imkanları sunması demektir.

Yani, sizin Facebook ve Twitter'da yaptığınız eylemlerin ve tıkladığınız düğmelerin bir anlamı olmasa, siz bu eylemleri yapmazdınız. Daha basit bir dille şöyle söyleyebilirim: Her mecranın bir felsefesi vardır, ve o felsefe içerisinde hareket ettiğiniz sürece yaşadığınız deneyim anlamlı olabilir.

Aynı şekilde düşündüğünüzde, daha önce bir bakış açısı, bir felsefe olarak konumlandığım dijital aktivizmin de anlamlı olabilmesi için içinde bulunduğu mecranın prensiplerine, felsefesine ve dinamiklerine uygun hareket etmesi gerekir. Savunduğunuz fikri, Facebook'ta onun dinamiklerine uygun olarak, Twitter'da onun dinamiklerine ve diğer mecralarda ona göre uygulamanız gerekir. Twitter ve Facebook'tan başka örnek vermedim diye onların olmadığını sanmayın, var olan tüm mecra, platform ve araçları kast ediyorum.

Bu açıdan baktığınızda, dijital aktivizm de belli bir eylem değildir. Bir bakış açısıdır, dijital iletişimin belli bir amaca yönelik düzenlenmesidir. Bu bağlamda, bir *Zaytung* haberi, *Bobiler.org*'daki bir görsel, özünde dijital aktivizm amacıyla üretilmemiş olsa bile "uygun yerleştirme ile" dijital aktivizmin en önemli içeriklerinden biri olabilir. Bunu yapabilmek için belli bir hikaye kurgusu, belli bir etkileşim dizgesi ile hareket ederek mecralar-arası bir deneyim düşünebilmeniz gerekir.

Dışarıdan baktığınızda, bir Facebook sayfasını beğenmek politik veya aktivist bir eylem olarak görünmeyebilir. Sizin için. Ama her eylem kendi içinde bulunduğu şartlar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu sözünü ettiğim hikaye kurgusu içinde o sayfayı beğenmek hikayenin belli bir alanını oluşturuyor ve deneyimi tamamlıyor olabilir. Dijital teknolojiler çok katmanlı ve sonsuz bir evrende size etkileşim imkanı sunar ve bu yüzden hiçbir deneyimi tek başına incelemem gerekir. Bir şeyi gördüğünüzde ne anlama geldiğini anlamak için içinde bulunduğu etkileşim ağını incelemeniz ve anlamlı bir bütün oluşturuncaya kadar bu incelemeye devam etmeniz gerekir.

Bir başka açıdan, her eylem kendi içinde bulunduğu şartlar çerçevesinde değerlendirilmelidir dediğimiz şeyi bir de kullanıcı çerçevesinde düşünmek gerekiyor. Sizin için belli bir politik sayfayı veya sosyal direniş konusundaki sayfayı beğenmek "birkaç tıklama" olabilir, ama Arap Baharı örneğine değinecek olursak, o ülkedeki birinin dayanma gücü olabilir. O sayfayı beğenmek kamuoyu önünde bir duruş sergilediğini, birilerinin acısını paylaştığı anlamına gelebilir. Bu durum, dijital iletişim teknolojilerinin sağladığı en büyük iletişim gücününün harekete geçmesini sağlayabilir. Bu iletişim gücü, gündelik kullanım içinde "viralite" veya "virallik" olarak kullanılıyor. Bir kişinin bir fikrini veya sıkıntısını paylaşması, aynı şeyi hisseden, düşünen, isteyen diğer insanların da bu düşünce etrafında birleşmesini, başkalarını da davet ve ikna etmesini ve bu sarmalın büyüyerek geniş bir kitle oluşturmasını sağlayabilir.

Örneğin, Change.org'da Ekim ayında başlatılan bir kampanya, Olgun Şimşek'in oynadığı Türkiye Ekonomi Bankası'nın "Biriktiren Kredi" reklam filminde bankada görevli kadın çalışanla flört ederek bankayı övdüğü ve bunun iş yerinde kadınların sık sık maruz kaldığı sözlü tacizi normalleştirerek durumu daha da kötüleştirdiği için yayından kaldırılmasını talep ediyordu.<sup>18</sup> Her ne kadar banka bu konuda bir açıklama yapmadıysa da bir hafta sonra reklam bir daha görülmedi.

Burada dikkat edilmesi gereken nokta, bu kampanyayı başlatan kişi bunu değiştirmek için bir adım attı ve bir hafta içinde kampanya bu konuda rahatsızlık hissetmiş ve iş yerinde tacize maruz kalmış birçok kadını bir araya getirdi. Kampanyanın altındaki yorumlara baktığımızda birçok kişinin benzer şeyler söylediğini gördük: "Ben de bu reklamın tacizi normalleştirdiğini düşünüyordum ama sadece ben böyle düşünüyorum zannediyordum." İnsanlar böylece yalnız olmadıklarını görüyor ve hiç birbirini tanımayan fakat aynı şeyi düşünen bir topluluk olduklarını hissediyorlar.

Az önce vurguladığım felsefeye göre, dijital iletişimde yaptığınız hareketler "bir iki tıklamadan" daha büyük bir anlama gelebilir. Dialog, etkileşim ve deneyimin içiçe geçerek yarattığı düşünce ve davranış size daha büyük, daha güçlü bir dünyanın kapılarını açabilir. Bakhtin'in deyimiyile: o sayfayı beğenme "belirli bir anlama, nesneye, ilişki durumuna yönelim gösterir; fakat kendisine yönlendirilmez".

Evet, bloglar ve sosyal medya dünyayı değiştirmez, ama değiştirilebileceği düşüncesini diğer insanlara da aşılar. Bu yüzden, dijital aktivizmin mutlak bir çeşidi yoktur. Şunu yaparsan aktivizm olur ya da şunu yapmazsan aktivizm olmaz, diyemeyiz.

Dijital aktivizm bir mücadele yöntemi değildir. Dijital aktivizm mücadele edecek insanları bir düşünce, bir inanç etrafında toplama ve onları harekete geçirme yöntemidir. Bunu yaptıktan sonra, şu veya bu şekilde bu hareketin bir parçası olarak yapılan her şey dijital aktivizmin bir parçasıdır. Bu bir kişinin bir sayfaya yorum yazması da olabilir, bir kişinin çarpıcı bir görsel tasarlaması da, yanındaki arkadaşıyla bu konuyu konuşması veya bu amaç uğruna telefon açıp konunun muhatabına isteklerini söylemesi veya sokaklara inip yürüyüşlere katılması da olabilir.

Dijital aktivizm ile mücadele mevcut olan tüm mecralara, var olan tüm alanlara yayılmasını sağlayan bir düşünce merkezidir. Artık mücadele fikri düzlemde oluyor, yeterince insan bir şeye inanırsa ve bu düşünceyi tüm mecralara yayarak savunursa o düşünce meşruiyet kazanacaktır. Dijital aktivizm, bu meşruiyeti, bu geçerliliği sağlayacak bireyleri bir araya getiren örgütlenme yöntemidir. Dijital aktivizm tek başına hiçbir şeyi değiştirmez, ama değiştirecek olan kişileri bir araya getirir. Gerisini bu kişilerin oluşturduğu "kolektif düşünce" yapar.

Kötümser bir bakış açısıyla, Gladwell'in CNN'de dediği gibi, dijital aktivizm güç sahiplerine daha çok kontrol ve baskı imkanı tanıyabilir. İnsanlar düşüncelerini ve duruşlarını açığa vurdukları için güç sahipleri onları bulup susturması kolaylaşır, fakat unutmayın ki aynı şeye inanan ve düşünen ne kadar çok insan varsa o düşünce o kadar güçlüdür. Güç sahipleri herkesi susturamaz.

<sup>18</sup> Duygu Yaşar, "Olgun Şimşek'in oynadığı "Biriktiren Kredi" reklamı YouTube'dan kaldırılınsın" <<http://www.change.org/tr/kampanyalar/turkiye-ekonomi-bankasi-olgun-simsek-in-oyنادığı-biriktiren-kredi-reklamı-youtube-dan-kaldırılınsın>>

2011 yılında daha basılmadan toplatılan Ahmet Şık'ın kitabını hatırlayın. O zamanlar, toplatılmış ve yasaklanmış olan bu kitap bir şekilde internete sızdırıldı ve bir gün içinde 200.000 kişi kitabı bilgisayarına indirdi. Yapılan açıklamada, kitabı indiren ve bilgisayarında bulunduran herkes hakkında işlem yapılacaktı ama böyle bir şey hiç gerçekleşmedi.

Dijital iletişim bir süreçtir. Eski iletişim yöntemleri gibi anlık ve bir kerelik değildir. Eğer birisi sosyal bir konuya ilgi gösterip belli bir sayfayı beğendiyse veya diğer mecralardan "takibe" başladıysa, bu eylemi bir defalık diye değerlendirmemek gerekir. Bu bir niyet göstergesidir, bu bir eğilimdir. Dolayısıyla kullanıcıları sadece bu eylem ile değerlendirmek son derece yanlış olur. Çünkü bu kullanıcılar bu sayfalardaki beğenilerini kaldırmadığı veya bu hesabı takip etmeyi bırakmadıkları sürece bu iletişimin bir parçası olacak ve süreç içerisinde buradaki düşünce ve mesajları içselleştirerek mücadelenin veya hareketin muhtemel bir parçası olacaklar. O yüzden bu eğilimi bir sonuç değil, bir başlangıç olarak değerlendirip katılımın nasıl yükseleceğini öngörmek gerekir.

Bu yaklaşım, topluluk oluşturma ve topluluğun yeni tanımı olarak kabul edilebilir. Çünkü süregelen iletişim, dijital iletişim teknolojileri bünyesinde bir topluluğu meydana getiren en önemli unsurdur. Bu topluluk kendi içinde sürdürdüğü bu iletişim sonucunda dünyaya karşı duruşunu sergiler ve bu duruş, anlamlı ve dünyaya etkisi olan kolektif bir deneyim yaratır.

## 6. Dünyaya etkisi olan dijital aktivizm örnekleri:

- Occupy Wall Street
- SOPA PIPA protestoları
- Free and Open
- İran Öğrenci Ayaklanmaları
- Ukrayna Turuncu Devrim
- Piratebay.org
- Napster
- Arap Baharı
- Haiti Depremi
- Lotus MarketPlace
- 1994 Guy Fawkes Day
- 1998 Zapatista hareketi
- Indymedia
- İnci Sözlük Facebook'ta
- İnternetime Dokunma

## 7. Change.org: Değişimi gerçekleştirebileceğine inanmak

Change.org, dünyanın en büyük imza kampanyası platformu. Dünyada 196 ülkede 27 milyondan fazla kullanıcısı var. Change.org'un amacı: Nerede olurlarsa olsunlar herkese, çevrelerinde görmek istedikleri değişimi gerçekleştirmelerine olanak

sağlamak ve Change.org, hiçkimsenin çaresiz olmadığı ve değişim gerçekleştirmenin bu insanların yaşamının bir parçası olduğu bir dünya için çalışıyor.

Buraya kadar anlattıklarım ekseninde düşündüğünüz zaman, Change.org, insanlara küçük veya büyük bir değişim yaratmayı mümkün kılan bir felsefe ve bu felsefeyi çevreleyen bir dijital iletişim teknolojisi sistemi sağlıyor. Bu sayede insanların dijital aktivizmi, amaçsız ve sonuçsuz bir iletişim kaosundan çıkararak, onu bir çerçeveye oturtuyor. Böylece, bir kişinin başlattığı bir kampanya, destek topladıkça büyüyecek ve yayılacak şekilde yürütebilmesine olanak sağladığı gibi bu iletişimin bir hedefe ve dolayısıyla, sonuca ulaşacak şekilde merkezileştirmesini sağlıyor. Bu sayede, sözünü ettiğimiz bu merkezizetsizlik içinde, her bir kişi kendi taleplerini, kendi düşünce sistemini ve bu sistem çevresindeki destekçilerini bir eksende toplayarak herkesin aynı amaç uğruna tek vücut olarak hareket etmesini sağlıyor.

Change.org, daha önceden var olan: “Ben imza atsam ne işe yarayacak ki” şüphesini ortadan kaldırıyor. Buradaki kampanyalarda attığınız imza bir duruş, bir niyet göstergesi olarak başlattığınız kampanyanın hedefindeki kişi veya kuruma bir mesaj veriyor: “Bak, biz kaç kişi bunu istiyoruz. Buna bir yanıt vermelisin.”

Diğer yandan da, alışılmış protesto ve eleştirel aktivizm anlayışını da kökünden değiştiriyor. Çünkü Change.org’da başlatılan kampanyalar çoğunlukla içinde bulunduğu toplumun şartları çerçevesinde geliştiği için genellikle yerine getirilmesinin topluma olumlu katkıları olacak tepkileri oluyor. Başka bir deyişle, burada başlatılan ve yoğun destek toplayan kampanyalar çoğunlukla toplumun tüm kesimlerinin o konu üzerinde hem fikir olduğu kampanyalar oluyor.

Örneğin, Yeşilist.com’un Maslak 1453 Projesi’nin Fatih Ormanları’nı kullanım hakkının iptal edilmesine yönelik olarak başlattığı kampanya iki günde neredeyse 30.000 kişiyi bir araya getirdi<sup>19</sup> ve toplumun tüm kesimlerine ait olan orman arazisinin özel mülk gibi kullanılmasına engel olmak için dijital aktivizm yaptılar. Ali Ağaoğlu birkaç gün sonra katıldığı Siyaset Meydanı programında bu konuda açıklama yapmak zorunda kaldı. Daha sonraki hafta süresince gazetelerde hakkında çıkan haberlerde bu konunun derinlemesine irdelenmesinden sonra Bakanlık, kanunsuz biçimde elde edildiği anlaşılan kullanım haklarını iptal ettiğini açıkladı.

Bir başka örnek ise, Turkcell’e yönelik olarak başlatılan kampanya.<sup>20</sup> Turkcell’in yeni piyasaya sürdüğü “Yolda Takip” hizmeti ile isteyen kişiler istedikleri kişilerin konum bilgilerini basit bir onay mekanizması sonucunda öğrenebileceklerini duyurdu. Başlatılan kampanya ise, bu hizmetin kadınların aile içi baskıya ve şiddete maruz kalmalarını kolaylaştıracak kötüye kullanımlara alet olabileceği kaygısından ötürü Turkcell’den bu hizmetini geri çekmesini istiyordu. Bu tarz konularda duyarlı olan ve kadınlara karşı şiddete karşı sosyal sorumluluk projeleri bulunan Turkcell kısa zamanda bu hizmeti geri çektiğini, sivil toplum örgütleriyle beraber çalışarak bu hizmetin kötüye kullanılmayacak şekilde yeniden çalışacaklarını kamuoyuna duyurdu.

<sup>19</sup> Yeşilist Rehber, “Ağaoğlu Maslak 1453: İstanbul uyan, kabusun gerçek oluyor”.

<<http://www.change.org/maslak1453>>

<sup>20</sup> Çisil Tolga, “Turkcell ‘Yolda Takip’ uygulamasının kaldırılması #yoldatakipkaldirilsin”

<<http://www.change.org/tr/kampanyalar/turkcell-turkcell-yolda-takip-uygulamasinin-kaldirilmasi-yoldatakipkaldirilsin>>

Gördüğünüz gibi, Change.org dijital aktivizmi dağınık bir şekilde protesto ve şikayet eden örgütsüz bir kalabalık olmaktan çıkarıyor. Böylece, dijital aktivizm belli bir merkezi, talebi ve eylem planı olan bir çerçeveye oturarak değiştirmek istediğiniz şeyleri gerçekleştirilebilir kılıyor.

Burada size düşen tek şey, bir düşünceye inanmak, bir duruşu sergilemek ve yaptığınız dijital eylemlerin “birkaç tıklamadan” daha fazlası olduğunu, örgütlü bir iletişim kurgusu olduğunu bilerek, ona göre hareket etmek. Tabii, daha önce de söylediğim gibi, dijital aktivizm bu kadarla sınırlı değil, çünkü o bir sonuç değil, bir başlangıçtır. Bu sergilediğiniz duruşun düşüncelerinizi, bilgisayar başından kalktıktan sonraki davranışlarınızı ve yaşamınızı da etkilemesi gerek.

Siz dijital aktivizm ile bir araya geldiğiniz ve aynı şeyleri düşündüğünüz insanlarla fikren ve davranışsal olarak aynı düzlemde olduğunuz sürece görünürde yalnız olsanız da aslında yalnız değilsinizdir, sizin gibi bir duruş ve değişime yönelik niyet göstergesi sergileyen başka insanlar olduğunu bilirsiniz. En önemlisi, ihtiyacınız olduğunda onların nerede olduğunu bilirsiniz. Bu sergilediğiniz duruşu, dijital dünya dışında, bazılarının deyimiyle “gerçek dünyada” da sergileyerek, Ghandi’ye ithaf edilen sözde olduğu gibi “Dünyada görmek istediğiniz değişim kendiniz olmalısınız.”<sup>21</sup>

Son olarak ise, değişime küçük şeylerden başlamak ve değişim dinamiklerini öğrenmek gerek. Ondan sonra Arap Baharı ve Occupy Wall Street gibi büyük hareketlere tekrar sıra geldiğinde “bu sefer” neyi değiştirmek istediğinizi, hedefinizin ne olduğunu ve ona nasıl ulaşabileceğinizi bilirsiniz. Ama önce dijital aktivizmin dinamiklerini anlamak, bu duruşu ve niyet göstergesini sergilemek gerekir. Felsefe, nasılsa eylemi getirecektir.

---

<sup>21</sup> Keith Akers, Compassionate Spirit, 05 Haziran 2009. < <http://www.compassionatespirit.com/Be-the-Change.htm>> Bu sözü tam olarak Mahatma Ghandi'nin söylediğine dair kesin bir kaynak yok. Ama neredeyse aynı şeyi ifade eden başka bir şey söylemiş olduğundan dolayı bu söz ona atfediliyor.