Bir İmzayla Sen Vicdanını Onlar Cüzdanlarını Rahatlatıyor

21. yy'da Teslimiyet Teorileri ve Pratikleri

Meydan Gazetesi

20.11.2013

İçindekiler

Değişim 3
Çare Change.org Kadrosu 3
STK Görünümlü Şirket: B-Şirket 4
Change.org: Clicktivizm mi, Slacktivizm mi? 4
Toplumsal Muhalefeti “Vicdan” Diyerek Pazarlayanlara Karşı Direnişin Gerçekliği 5

Dünyanın en büyük imza kampanyası platformu olan Change.org, yerel ve küresel çapta yaşanan tüm sorunlara çare oluyor! Platformun 196 ülkedeki 40 milyon kullanıcısının başlattığı kampanyalarla birlikte Fransız eyaleti havaya böcek ilacı sıkmayı bıraktı, Kapadokya otel inşaatlarıyla bozulmaktan kurtarıldı, Garanti Bankası engelli dostu ATM'leri kullanıma açtı, Endonezyalı lider göçmen işçiden özür diledi, bisikletliler İzmir'de İZBAN toplu taşıma araçlarına binme hakkını elde etti...

Başka nice sorunlara çözüm bulmak için kurulan Change.org internet sitesi, başlattığı kampanyalarla "toplumların dönüşümü"nü amaçlıyor. Sitenin Türkçe giriş yazısında niyetlenenlerle de bu toplumsal dönüşüm arasında sıkı bir bağ var. Site, dünyayı değiştirmeyi amaçlayan kullanıcılarına şöyle sesleniyor: "Hiç kimsenin çaresiz olmadığı ve değişim gerçekleştirmenin günlük yaşamının parçası olduğu bir dünya için çalışıyoruz. Bu daha başlangıç ve senin de bize katılacağını umuyoruz."

Değişim

İsminden de anlaşılacağı üzere sitenin felsefesi "değişim". Change.org, yeryüzündeki tüm problemlere, bu değişim arzusunu taşıyan insanların bir araya gelip imzalar vererek çözüm bulmasını amaçlayan bir platform.

"Önceden insanları bir dava etrafında toplamak fazlasıyla zaman, para ve karmaşık altyapılar gerektiren zorlu bir uğraştı" diyen site giderek küreselleşen iletişim teknolojilerinden feyz almış olacak ki, sanal kampanyalarla yaratılacak değişime odaklanmış. Site, bankaların aidatlarının iptalini isteyen müşterilerden yolsuzluk yapan devlet görevlilerinden hesap sorulmasını isteyenlere kadar birçok farklı kesimden gelecek imzalarla, insanları harekete geçirmeyi, şirketleri ve devletleri "daha hesap sorulabilir ve duyarlı" hale getirmeyi amaçlıyor.

Dünyanın neresinde olurlarsa olsunlar "gelecekten kaygı duyan"ları bu sanal platformda bir araya getiren site, herkesin fikrini açıkça söyleyebileceği bir zemin yaratıyor. Yaşamlarının gerçekliğini dönüştürmek için çabalamayanlara, toplumsal sorunlara dair bir imza vermelerini salık vererek fark yaratmayı amaçlıyor!

Change.org, bütün bu işleri dünyanın dört bir yanından bir araya gelerek dünyayı değiştirmeyi amaç edinmiş kadrosuyla gerçekleştiriyor. Bu az sayıdaki "cesur" insan, belki yanı başınızda, belki de dünyanın diğer ucundaki sorunlara çözüm için çabalarken, yeni "sanal kahraman"lar da dünyayı daha iyi ve yaşanabilir bir yer yapmak için ellerinden geleni ortaya koyuyor.

Peki, "değişim"e bu kadar gönülden inanan bu "cesur" insanlar da nereden çıktı?

Çare Change.org Kadrosu

Her yıl dünyanın en zengin iş adamlarının listesini açıklayan bir dergide Change.org'un mucidi ve CEO'su Ben Rattray'in, "2012 yılı en başarılı iş adamları listesi"nde yer alması, muhtemelen bir "tesadüf" değildi. Fortune dergisi, dünya liderlerini bir kenara bırakıp sosyal sorumluluk sahibi insanları listelemeye başlamamıştı elbette. Rattray'i bu listeye sokan kriter onun "dünyayı değiştirme" hayali değil, kurucusu olduğu Change.org'un 2013 Mayıs ayı içerisinde on sekiz farklı ülkeye yaptığı 15 milyon dolarlık yatırımdı.

Çevreci aktivizm, haciz karşıtı imza, sendika savunusu gibi söylemlerle kampanyalar düzenleyen bu sitenin "ideolojisiz" olduğu öne sürülse de, sitenin adına dikkatlice bakmak gizlenen bu ideolojiyi görmeye yetiyor.

İsmini ABD Başkanı Barrack Obama'nın 2008 seçimlerinden alan site, seçim zamanında üyelerine "yeni yönetimin öncelik vermesi gereken on konu"yu oylamaya sunduğunda ortaya çıkan tablo, Obama'nın istek listesi olmuştu. Ayrıca, sitenin "ideolojisiz olduğu"na bir karşı çıkış da, ABD'de sendikal hakları için greve giden öğretmenlerin derslere girmemesinden şikayetçi olarak eğitimde reform

isteyen mücadele karşıtı bir STK olan StudentsFirst ve Stand For Children ile olan ortaklığından geliyor.

STK Görünümlü Şirket: B-Şirket

Sitenin ismindeki "org" uzantısına aldanmayın. "Organization"dan (örgüt) gelen org. uzantısının genellikle kar amacı gütmeyen yardım vakıfları ya da STK'lar tarafından kullanıldığı bilinir. Ancak Change.org'ta kullanılan bu uzantı, sosyal sorumluluklu bir internet sitesinden öte, şeffaflığı engelleyen multi milyon dolarlık bir şirketi gizlemekte kullanılıyor. Yani bu sosyal sorumluluk görünümü, sitenin karına kar katmasına zemin sağlıyor. Kampanyalarla toplanan imzalı dilekçelerin ilgili vakıf ve STK'lara satılması da zaten bu "şirket"in işleyişini açıkça gösteriyor.

Standford'lu sınıf arkadaşları Ben Rattray ve Mark Dimas tarafından kurulan sitenin amaçları, "belli duyarlılıklar üzerinden bir araya gelen kullanıcıların kar amacı gütmeyen sosyal ağ platformlarıyla, sosyal değişime odaklanmak" olduğu öne sürülse de Change.org'un site üzerinden gerçekleştirdiği alış veriş, STK görünümlü şirketi açığa çıkartıyor.

İlk kez 2010 yılında ABD'de gündeme gelen, Benefit Corporations(B-Corps) yani B-Şirketler, kar hırsıyla çalışan şirketlerin aksine "toplumsal fayda" için çalışılması gerektiğini vurguluyor. Şeffaflık ve hesap verilebilirliğin esas alındığı, kamu yararı için sosyal vicdanı ilke edinerek faaliyet yürüttüklerini söyleyen B-Şirketler, fikirlerin eyleme dönüştürülmesi konusunda da hayli istekli.

Bir B-Şirketi olduğu söylenen Change.org'un faaliyetleri ise tam bu noktada dikkat çekiyor.2010 yılından bu yana kullandığı imza modeliyle çalışan Change.org, The Bay Citizen'in raporuna göre 2011 yılından itibaren bu yolla kazanç sağlamaya başlıyor ve ilk kez "kar amacı gütmeyen" pozisyonundan çıkıyor.

Şirket, sosyal değişimle ilgili politikalarını, STK'ların adalet ve eşitlik için toplum yararına düzenlediği her kampanyayı sahiplenebileceğini söylerken, esas olarak STK'ların sponsorluğundan bahsediyor. Kendi kampanyalarını Change.org'ta yayımlatarak hedef kitlelerini büyütmeyi amaçlayan grupların bu sanal platform şirketine sundukları teklifler, ABD İletişim İşçileri Sendikası'nın yaptığı gibi kimi zaman 280.000 dolara kadar çıkıyor.

İklim değişikliği, evsizler, göçmenler, gay hakları gibi birçok sosyal konuya ilişkin kampanya düzenleyen Change.org aynı zamanda kampanyalarına imza atan kullanıcıların ve üyelerin kişisel bilgilerini ve mail adreslerini ilgili kurum, vakıf ve STK'lara satarak da bütçesini büyütüyor. Change.org'a attığınız bir imza sonrasında mail adresiniz konuyla ilgilenen benzer kuruluşlara satılıyor. Netroots Vakfı'nın açıklamasına göre satılan mail başına belirlenen bu fiyat, 1.75 dolar.

2012 Ekim ayında Huffington Post, sitenin ortaklık sözleşmelerinde değişikliğe gittiğini duyurdu ve artık Change.org'u hazırlayanların kişisel olarak karşı olduğu reklamları bile alacağını açıkladı.

Change.org: Clicktivizm mi, Slacktivizm mi?

Clicktivizm, sosyal medyayı kullanarak eylemler düzenleyen aktivistler için kullanılır. Bu eylemlerin başarısı kampanyalar için kaç "click" aldıklarıyla ölçülür. Slacktivizmden farklı olarak burada düzenlenen kampanyalar, sadece internet üzerinde kalmaz, gerçek hayatta da eyleme dönüşür. Tabi clicktivizm, slacktivizmin internet üzerinden düzenlediği kampanyalar için de kullanılır. İmza kampanyaları düzenlemek ya da politikacılara-şirket CEO'larına mail göndermek bunlar arasında sayılabilir. Clicktivizme en büyük eleştiri, sokak eylemlerini sanal ortamdaki imza kampanyalarına dönüştürmesi konusundadır.

Slacktivizm ise; slacker ve activizm kelimelerinin birleşiminden oluşturulan bir kavramdır. Slacker'ın Türkçe karşılığı, tembeldir. Kelime, herhangi bir sosyal olayı destekleyerek iyi hisseden, pratikte fazla bir şey yapmadan bu az çabasından hoşnut olmasını niteler. Slacktivizm kavramı ise, sosyal ağlarda

yayınlanan mesajları kopyalayıp yapıştırarak, kişisel bilgilerine yazarak ya da profil resmini değiştirerek, sanal ortamda gündeme dair bir söz üretme anlamına gelir.

Sosyal medyanın, genç gruplar arasında yaygın olarak kullanımıyla yaygınlaşan bu kavram ilk kez 1995'te Cornerstone Festivali'nde, gençlerin topluma etki edebileceği protesto dışı eylemler için kullanıldı. Örneğin bir protestoya katılmak yerine, ağaç dikmek gibi... Burada kullanılan anlamı olumluydu. Ancak 2001'de Newsday'deki bir makalesinde Monthy Phan, kelimeyi şimdiki olumsuz anlamında kullandı ve slacktivizm, kişilerin reel siyasi alanlardan uzaklaşarak sanal ortamda muhalefet yapmaya sıkışmasını tanımlamakta kullanılmaya başlandı.

Change.org ve benzeri sosyal ağlardan örgütlenen sanala hapsedilen muhalefetin birer yansımasına dönüşürken, benzer sosyal ağlar da bu karşılaştırma ekseninde değerlendirilmektedir. Kişilerin var olan adaletsizliklere karşı mücadele etmektense klavye aktivizmine hapsolmasına sebep olan Change.org'un aldığı en büyük eleştirilerden biri de, slacktivizme ilişkindir.

Toplumsal Muhalefeti "Vicdan" Diyerek Pazarlayanlara Karşı Direnişin Gerçekliği

Change.org ve benzeri sosyal ağlar (MoveOn, İmza.la gibi) şimdiden yayılmaya başladı bile. İnternetin mantığından faydalanılarak örgütlenen bu ağlarla sosyal vicdan sahibi ve sorumluluğu yüksek bir sanallık yaratılıyor. Kamuoyunun vicdanı ise, bu sanallığa hapsedilmeye çalışılıyor.

Toplumsal muhalefet gerçeklikten uzaklaştırılıp sanala hapsedilmek istenirken; "şeffaflık", "kamu yararı", "sosyal görev" denilerek kendini var eden STK'lar ise birer şirkete dönüşüyor. Kişisel bilgilerden toplum vicdanına kadar her şeyi pazarlayan bu şirketler, muhalefeti de kendi söylemlerini kullanarak sindirmek istiyor.

İnsanların uğruna yaşamını yitirdiği, devlet terörüne-polis şiddetine-kapitalist sömürüye karşı girişilmiş bir mücadelede ortaya çıkan "Bu daha başlangıç" sloganını bile pazarlanacak bir metaya dönüştüren bu ve benzeri sosyal ağlara karşı esas alınması gereken, "iyi hissedilecek" kampanyalar düzenleyen şirketler değil, sokaklarda örgütlenen mücadelenin kendisidir.

Anarşist Kütüphane

Meydan Gazetesi
Bir İmzayla Sen Vicdanını Onlar Cüzdanlarını Rahatlatıyor
21. yy'da Teslimiyet Teorileri ve Pratikleri
20.11.2013

tr.anarchistlibraries.net