

DİJİTAL FEMİNİST AKTİVİZMDE İLETİŞİM AĞI OLARAK TWITTER KULLANIMI¹

Bilgehan ALTUNTAŞ²

Mine YENİÇERİ ALEMDAR³

ÖZ

Araştırma Makalesi

Research Article

² Doktora Öğrencisi
Ege Üniversitesi İletişim
Fakültesi, İzmir, Türkiye

E-Posta
bilgehanaltnts@gmail.com
ORCID
0000-0003-2738-8933

³ Doç. Dr.
Ege Üniversitesi İletişim
Fakültesi, İzmir, Türkiye

E-Posta
mine.alemdar@ege.edu.tr
ORCID
0000-0003-3270-8655

Başvuru Tarihi / Received
15.04.2022

Kabul Tarihi / Accepted
12.09.2022

Sosyal medyanın ötesinde hangi uygulamaların gündelik yaşam pratiklerine gireceğini bulduğumuz konumdan kestirmek güç olsa da şimdilik insan etkinliğinin yüksek olduğu bir alan olarak sosyal medya düşünme, eylemde bulunma ve harekete geçme gibi insani süreçlere yönelik farklı bir davranışın sinyalini vermektedir. Hali hazırda dünyanın büyük bir kısmı için gündelik yaşamın olağan unsurlarından biri olan sosyal medya bireysel, kurumsal ve örgütsel düzeyde bir etkinlik alanı sağlamaktadır. Araştırmacılar açısından bakıldığında ise insan etkinliğine yeni bir olanak tanıyan bu mecranın ne'liğine ilişkin sorular sormak, nasıl kullanıldığına yanıt aramak ve olanaklarına dair bir görüş elde etmek önemli görünmektedir. Bu bakımdan çalışmada sosyal medyanın aktivistlere ne gibi olanaklar sağladığı kadın örgütleri ve feminist oluşumların (KÖvFO) Twitter kullanım pratikleri özelinde irdelenecektir. Türkiye'deki 19 KÖvFO'nun Twitter hesabından elde edilen 1385 içerik paylaşımı ile sınırlı biçimde kadın örgütlerinin Twitter kullanım pratikleri sorgulanmaktadır. Nitel sosyal medya verisi, farklı kod cetvellerine dayalı olarak sayısallaştırılmıştır. İçerik analizi için oluşturulan kod cetvelinin hazırlanmasında alan yazında ilgili 5 farklı çalışma temel alınmış; veriler SPSS 17.0 programı ile analiz edilmiştir. KÖvFO'nun yer verdikleri konulara ilişkin bir görüngü elde etmek amacı ile ayrıca tematik içerik analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular, KÖvFO'ların Twitter'ı haber ve bilgi paylaşımı temelinde kullandığını, yaygın olarak STK ve diğer aktörler ile iletişim kurduğunu, kendi etkinlik ve faaliyetlerini duyurmaya yönelik bir strateji izlediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Feminist Aktivizm, Sosyal Medya, Twitter.

¹ Bu Çalışma, Birinci Yazarın İkinci Yazar Danışmanlığında Hazırladığı Yüksek Lisans Tezinden Üretilmiştir.

TWITTER AS A NETWORK IN DIGITAL FEMINIST ACTIVISM

ABSTRACT

As an area where human activity is intense, social media signals a different behavior towards human processes such as thinking, acting and mobilizing. Social media, which is currently one of the usual elements of daily life for a large part of the world, provides an activity space for individuals, institutions and organizations. For researchers, it seems important to ask questions about what this medium is, which gives people a new opportunity, to find answers to how it is used and to get an opinion on its possibilities. In this article, various opportunities social media provide to activists as part of a big ecosystem will be discussed with an analysis of women's organizations' Twitter communication practices. In this study, which examines the Twitter usage practices of women's organizations and feminist platforms, 1385 tweets from 19 WOandFP Twitter accounts were examined. A quantitative content analysis method based on qualitative data was used. In addition, thematic content analysis was used to reveal the issues that women's organizations included in their accounts. In the preparation of the code table created for content analysis, other relevant studies in the literature are based on. The SPSS 17.0 program was used for data analysis. This overview has identified that KÖvFOs share news and information on Twitter, communicate with NGOs and other actors, and pursue a strategy to publicize their activities.

Keywords: Digital Feminist Activism, Social Media, Twitter.

GİRİŞ

Feminizme yeni medya aracılığı ile değinen bu çalışma esasında dijitalleşmenin beraberinde getirdiği aktivizm kültürünü incelemekte; feminizm ile dijitalleşmenin birlikteliğini konu edinmektedir. Feminizm, kadın hareketi ve diğer toplumsal hareketler bağlamında yeni medya, bireylere ve gruplara bir etkileşim ve iletişim imkânı sağlamaktadır. Bu bağlamda yeni medya içerisinde öne çıkan bir unsur olarak sosyal medya aktivist oluşumlara pratik bir alan kazandırır. Etkileşim, iletişim ve bağlantıda olma kavramlarının iz düşümü sosyal medya olarak düşünülebilir. Bu açıdan bakıldığında bireylerin biraradalığına olanak sağlayan bir agora işlevini de üstlendiğini ifade etmek mümkündür. Toplumsal örgütlenmeler ve aktivist hareketler açısından değerlendirildiğinde yeni medyanın sosyal bağlamı dönüştürücü etkisi çeşitli tartışmalara zemin hazırlamıştır. Bu anlamda sokak aktivizminin bir uzantısı ve yahut yeni bir eylemlilik biçimi olarak ele alınan dijital aktivizm kavramı 2000'lerden bu yana alan yazında yer bulmaktadır (Schuster, 2013: 8). Yeni medya platformlarının toplumun geleneksel iletişim ve etkileşim kalıplarında bir değişime neden olması toplumsal hareketler bağlamında da bir değişimin önünü açmaktadır (Ziya, 2013: 860). Bu anlamda kadın hareketi yeni bir

boyut kazanmıştır: Yeni medya platformlarının aktivizme yeni bir alan açmış olması feminist aktivistler için yeni bir eylemlilik biçimi sağlamaktadır. Alan yazında dijital feminist aktivizm şeklinde kavramsallaştırılarak araştırma nesnesi haline gelen bu eylemlilik biçimi, kadınların ve feministlerin dijital araçlar ile geliştirdikleri aktivist çabaları konu edinir. Dijital feminizm alanyazında sıklıkla nesiller arası iletişim, sosyal medya ve Blog'ların ifade alanı olarak işlevi, örgütsel katılım ve dayanışma ağı konuları ekseninde tartışılmaktadır (Baer, 2016; Barker-Plummer&Barker-Plummer, 2017; Fotopoulou, 2016; Jeong&Lee, 2018; Rentschler, 2014; Schuster, 2013; Taylor, 2011). Bu tartışmalar feminizmin dijital olanaklarına dair kuramsal bir zemin oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın esas meselesi gelişen yeni bilgi teknolojileri ile kitlelerin bilginin hem üreticisi hem de tüketicisi olduğu dijital çağda çevrimiçi platformların fikir yayma, kanaat oluşturma, politik ya da toplumsal katılım sağlama noktasında yerini açıklamaya çalışmaktır. Bu amaçla feminist oluşumların, DFA bağlamında yeni medya kullanım davranışları analiz edilmektedir.

Bu çalışmanın alan yazın örüntüsü; aktivizm ve yeni medya ilişkisinden hareketle feminist dijital aktivizmin tartışılması şeklinde geliştirilmiştir. Bu bakımdan öncelikle yeni medya ve dijital aktivizm ele alınacak; ardından feminizm ve DFA konu edinilecektir.

1. Yeni Medya ve Dijital Aktivizm

Toplumsal hareketlerin ve aktivist örgütlenmelerin çağlarına özgü iletişim kanallarından faydalanması yaygın bir durumdur. Fakat 80'lerden sonra ivme kazanan internet ve 2000'li yıllara gelindiğinde gündelik yaşamda yer bulan blog ve sosyal medya araçları başka bir durumu meydana getirmiş; yeni medya ile karakterize olan bir eylemlilik hali yaratmıştır. Burada yeni medya, geleneksel iletişim araçlarından farklılaşan medyayı imleyen bir kavram olarak karşımıza çıkar. Yeni medya ile alıcı, gönderici ve iletinin kendisi her an bir değişim ve dönüşüm halindedir; mesajı üreten ile tüketen arasındaki çizgi muğlaktır (Lievrouw, 2006: 247); yeni medyanın farklı işlevleri olan gazete, televizyon, telefon gibi iletişim araçlarının işlevini bulanıklaştırdığı ve tüm bu araçları kendisine dâhil ederek dönüştürdüğü ifade edilebilir. Yeni medyanın aktivist katılım aracı olarak işlevine ilişkin tartışmalar, Seattle olayları, Zapatistalar ve Occupy Wall Street ile 2011 Arap

Baharı olarak adlandırılan sosyo-politik olaylar zinciri ile bağlantılı şekilde irdelenmektedir. Bu olayların aktivist örgütlenmeler ve yapılar açısından bir değişimi ifade ettiği tartışılırken; dijital teknolojilerin aktivizmde bir sıçramaya neden olduğu düşünülmektedir (Gerbaudo, 2014:31; Lievrouw, 2016:209; Uçkan, 2011:53). Yeni iletişim teknolojileri ve web 2.0'ın gelişimi ile alan yazında yer bulan dijital aktivizm kavramının temel anlamda aktivizm ve bilgi iletişim teknolojilerinin birleşiminden meydana geldiği söylenebilmektedir. Küreselleşme, ağ toplumu ve toplumsal hareketler odağında tartışılan kavram araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Kavram; web destekli aktivizm (Neumayer & Svensson, 2016: 131), siber aktivizm (Carty & Onyett, 2006: 229), çevrimiçi aktivizm (Cammaerts, 2007: 217; Postmes & Brunsting, 2002: 290), web tabanlı aktivizm (Breindl, 2012: 24; Kahn & Kellner, 2004: 87), sosyal medya aktivizmi (Gerbaudo & Treré, 2015: 865), slaktivizm (Morozov, 2012: 189) gibi ifadeler ile bilgi iletişim teknolojileri ile aktivizm arasındaki bağı farklı düzeylerdeki etkileşimine atıfta bulunmaktadır. Aktivizme ilişkin tezlerini dijitalleşme ekseninde açımlayan araştırmacılar, ağlar ve kablolar ile gerçekleştirilen bu yeni tür aktivizmi siber, online, e- aktivizm gibi kavramlar ile adlandırmakta; üst bir tanım olarak dijital aktivizm alanyazında kabul görmektedir (Joyce, 2010: 10; Karatzogianni, 2015: 3; Sert, 2016: 238). Cep telefonları ve internet en çok kullanılan dijital aktivizm araçları olarak öne çıkarken; cep telefonları ve internet aracılığı ile gerçekleştirilen kampanya ve gösteriler, günümüzdeki aktivist hareketlerin karakteristiğini yansıtmaktadır (Joyce, 2010: 137; Karatzogianni, 2015: 53; Sert, 2016: 12; Uçkan, 2011: 53).

Lievrouw (2016: 11); dijital aktivizmi anlamak için toplumsal hareket teorisi ve yeni toplumsal hareketleri incelemek gerektiğini ifade etmektedir. Yeni toplumsal hareketler teorisine göre, bireyler sınıf temelli bir mücadele içerisinde sürekli bir katılım sağlamak yerine, sembolik ve kültürel değerleri bağlamında bir dönüşümü istemekte ve harekete geçmektedirler (Lievrouw, 2016: 50). İletişim teknolojilerindeki yapısal dönüşümlerin yeni toplumsal hareketlerin eylem biçimlerinde bir değişime neden olduğu alanyazında sıkça tartışılmaktadır (Binark & Löker, 2011: 10; Gerbaudo, 2014: 30; Lievrouw, 2016: 151; Castells, 2006: 531; Postmes & Brunsting, 2002: 300; Sert, 2016: 238). Dijitalleşme ve yeni toplumsal

hareketler arasındaki bağıntı, Occupy Wall Street, 2011 Arap baharı, Wikileaks krizi gibi aktivist pratikler ile irdelenmektedir. Bu olayların meydana gelişinde yeni medya önemli bir rol üstlenmektedir. Yeni medya, toplumsal hareket aktivistlerine, bilgi sağlar, üyeleri harekete geçirmelerine yardımcı olur, üyeler arası iletişim ve etkileşime zemin yaratır, farklı grup ve bireyleri birbirine bağlar, yaratıcı ifade olanağı sağlar, fon toplama ve kaynak gücü elde etmelerine olanak verir (Binark&Löker, 2011:15-17). Bu olanaklar bağlamında kadın hareketi yeni bir eylemlilik biçimine evrilmiştir. Dijital ortamlar, feminist aktivistlere ataerkil kültürden bağımsız yeni bir söylem alanı yaratmış; cinsiyetçilik ve ataerkil kültür eleştirilebilir bir hal almıştır.

2. Feminizm ve Dijital Aktivism (DFA)

2.1. Feminizm Üzerine

Cinsler arasındaki eşitliğe ilişkin bir iddiayı barındıran feminizm, düşünsel serüvenini toplumsal yaşamda kadın ve erkeğin farklı konum ve rollerine yönelik eleştiriler ekseninde sürdürmekte; kadının toplum içerisindeki dezavantajlı konumunu gözler önüne seren bir yaklaşım üzerinden hareket etmektedir (Çakır, 2007: 435-437). Merkeze kadını alan bir ideolojik yaklaşım olarak toplumsal dönüşümü hedefleyen feminizmin tarihsel serüveni alan yazında dalgalar/evreler şeklinde kategorize edilmektedir (Birinci dalga/ikinci dalga/üçüncü dalga). Birinci dalga feminizm, anayasal haklar için bir mücadeleyi kapsar; aktivizmin temelinde seçme ve seçilme hakkı, mülkiyet edinme hakkı, aile hukuku gibi yasal düzenlemeler vardır (Çakır, 2007: 418-424; Donovan, 2014: 88-93; Michel, 1993: 62). İkinci dalga feminizm, kamusal alanın yanı sıra özel alan olarak kategorize edilen ev içi alana ilişkin analiz ve eleştirileri ile mevcut toplumsal düzene karşı bir başkaldırıyı dile getirmektedir (Özsöz, 2008: 51). İkinci dalga feminizm dönemin mevcut siyasi atmosferi ile etkileşimli olarak; ırkçılık, eşcinsel hakları ve işçi sınıfı hakları noktasında da aktivist çabaların içerisinde yer almıştır (Donovan, 2014: 302-320). Üçüncü dalga feminizm, feminist hareketi tüm kadınları içerisine alacak şekilde genişletmiştir. Sadece beyaz orta sınıftan kadınların cinsiyet temelli yaklaşımından ziyade kadın hareketini, ırk, çeşitli cinsel kimlikler, çeşitli ekonomik-sosyal sınıftan kadınlar olarak geniş bir perspektife yaymaktadır.

Ülkemizde kadın hareketinin 1970'ler itibariyle canlandığı söylenebilir. Bu durum, 1960'lı yıllarda Avrupa ve Amerika merkezli feminist örgütlenmenin çeşitli coğrafyaları içerisine alacak biçimde genişlemesi ve küresel düzeyde görünürlük elde etmesi ile açıklanabilir (Budak, 2018: 47). Cumhuriyet döneminden 1970'li yıllara kadar bir bakıma sekteye uğrayan kadın hareketi 1980'li yıllar ile yeniden canlanmış ve bilinç arttırmaya yönelik faaliyetler ile 80 dönemi atmosferinde varlığını geliştirmiş ve eğitim, çalışma yaşamı, kadına yasal ve medeni hakların genişletilmesi noktasındaki mücadeleler ile genişleyen bir siyaset anlayışı edinmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde ise feministlerin gündemini kadınların yaşam hakkı oluşturmaktadır (Sancar, 2011: 62). 2000'ler sonrasında yeni medyanın tüm aktivizm pratiklerine getirdiği dinamizm feminist hareketler için de geçelidir. Ayrıca feminizm odaklı akademik çalışma konuları merkezinde yeni medya yer almaya başlamıştır

2.2. Dijital Feminist Aktivistizm (DFA)²

Dijital feminist aktivizm; siber feminizm (Daniels, 2009: 101; Paasonen, 2011: 36; Smitley, 2004: 2), ağ feminizmi (Fotopoulou, 2016: 989), çevrimiçi feminizm (Drüeke & Zobl, 2016: 35; Guha, 2015: 155; Jeong & Lee, 2018: 705; Knappe & Lang, 2014: 361; Puente vd., 2017: 299; Schuster, 2013: 8; Sutton & Pollock, 2000: 699), hashtag feminizm (Baer, 2016: 18; Clark, 2016: 788; Dixon, 2014: 34) gibi farklı kavramlar ile ifade edilmekte; tüm bu kavramlar dijitalleşme ve feminizm arasındaki ilişkiyi bir yönü ile ele alırken, dijital feminizm, dijital teknolojiler ve ağ bağlantısını içeren bir kavram olarak kapsayıcı bir tanım içermektedir. Son yıllarda dijital feminist aktivizm, pek çok farklı ulustan araştırmacının sıklıkla kullanmayı tercih ettiği bir kavram olarak karşımıza çıkmakta (Baer vd., 2016: 1; Ferris & Allard, 2016: 189; Jackson, 2018: 32; Jester, 2018: 606; Keller vd., 2018: 22; Sadowski, 2016: 55; Scharff vd., 2016: 1; Williams, 2016: 922); bu durumu kavramın kapsayıcı bir tanım olması ile ilişkilendirmek mümkün görünmektedir. Dijital feminist aktivizm, toplumsal hareketler, aktivizm ve

² Kavrama ilişkin Çeşitli Açıklamaların Varlığı, Dijital Feminist Aktivistizmin, İnternetin Gelişimi ve Web 2.0'dan Sosyal Medyaya Uzanan Bir Süreci İçermesi ile İlgili Görünmektedir. Bu Nedenle Dijital Araçlar Aracılığı ile Gelişen Feminist Aktivistizmi İrdeleyen Bu Çalışmada, Dijital Ön Eki Kullanılacak; Metin Bütünlüğü Sağlamak Adına Diğer Araştırmacıların Yaptıkları Tanımlamalar Dijital Feminist Aktivistizm Olarak İfade Edilecektir.

dijitalleşme ekseninde tartışılmakta (Henry, 2015 147-220); feminizm açısından bilgi iletişim teknolojilerinin olanakları bağlamında irdelenmekte (Keller, 2013: 6-8; Colocino, 2014: 1113-115); bu noktada pasif bir direniş mi yoksa değişim için yeni bir anahtar mı olduğu, örgütler ve bireyler açısından ne anlam ifade ettiği, kimlik ve kolektif bilinç açısından değeri üzerine sorgulamaları içermektedir (Rentschler&Thrift, 2015).

Dijital feminist aktivizmi (DFA) iki yönüyle ele almak mümkündür; (1) Tarihselliği içinde sokak eylemlerinin devamı olarak DFA (Jackson, 2018:33-47; Knappe&Lang, 2014: 361-381), (2) Herhangi bir örgütsel hareketin iletişim ve örgütlenme alanı olarak yeni medyanın kullanımını biçiminde DFA (Keller, 2013; Drüeke&Zobl, 2016: 36-40; Puente vd., 2017:300-317; Han, 2018:735-744): Çıkış noktası çevrimiçi ağlar olan ve örgütsel ve bireysel anlamda feminist aktivizmi besleyen, feminizme bir taban yaratan çevrimiçi uygulamalar söz konusu olmaktadır. Günümüzde, eylemlilik biçimlerinin iç içe geçtiği ve çevrimiçi platformlarda meydana gelen bir hareketin çevrimdışı aktivizme alan hazırladığı görülmektedir (Barker-Plummer&BarkerPlummer, 2017: 91; Crossley, 2015: 253). Dijital feminist aktivistler yeni medyayı, fikir yayma, kanaat oluşturma ve diğerleri ile ucuz ve kolay etkileşim kurma olanağı gibi özelliklere sahip olması bakımından iyi bir araç olarak görmektedirler (Keller, 2012: 431). DFA üzerine yapılan araştırmalar: Feminist aktivistlerin dijital medyayı kullanım biçimi (Keller, 2013: 1-25; Rentschler, 2014: 65-82; Thrift, 2014: 1090-1092), çevrimiçi aktivizmde nesiller arasındaki ilişki (Schuster, 2013: 8-24), politik amaçlı kullanım (Sutton&Pollock, 2014: 699); çevrimiçi ve çevrimdışı arasındaki sınıra odaklanan çalışmalar (Knappe&Lang, 2014: 361-381; Sadowski, 2016: 55-69; Jackson, 2018: 32-49) çalışmalar ile öte yandan bu sınırın bulanıklaştığına atıfta bulunan; sokak protestoları, lobicilik ve örgütsel faaliyetler ile dijital çabaları birbirine eklemlenmiş bir bütün olarak değerlendiren çalışmalar (Baer, 2016: 17-34; Smitley, 2004: 2-9; Puente vd., 2017: 299-321; Ziya, 2013: 860) alan yazında hemen ilk bakışta göze çarpan araştırmalar olmaktadır.

DFA üzerine Türkiye'deki çalışmalar ise yeni toplumsal hareketler bağlamında çevrimiçi ortamları kullanım davranışı üzerine şekillenmektedir (Aksu,

2017: 146-159; Kaya, 2018: 536-576; Kiraz&Kestel, 2017: 139-163; Şen&Kök, 2017: 73-86; Ziya, 2013: 860). Alan yazındaki çalışmaların kadınların ve kadın derneklerinin yeni medya kullanım pratiklerine yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır (Terkan, 2010: 34-55; Dumanlı Kürkçü, 2018: 53-65; Şen&Kök, 2017: 73-86; Depeli, 2015: 271-294; Cantek, 2011: 9-36; Göker, 2007: 267-291; Aksu, 2017: 146-159; Yıldırım&Çobaner, 2018: 393-417; Gültekin, 2017: 25). Yeni medya ve kadın odaklı çalışmalarda öne çıkan konu ve başlıklar şiddeti/tacizi belgelemek (Gültekin, 2017: 16-25; Özkan, 2018: 57-69); ifade alanı yaratma (Altınay, 2014: 1102; Depeli, 2015: 271; Acıyan, 2018: 108); mobilize etme ve demokratik katılım (Dumanlı kürkçü, 2018: 53; Aktaş&Akçay, 2019: 305; Yılmaz, 2015: 325) gibi imkânlar olarak görünmektedir. Öte yandan tüm bu başlıkları kapsayacak düzlemde yeni medyanın alternatif medya olarak işlevi üzerine tartışmalar da mevcuttur (İlhan, 2014: 2; Terkan, 2010: 34; Tekvar, 2017: 538).

Feminist aktivizmdeki dijitalleşme; ağ oluşumunu kolaylaştırma, örgütlenmeyi sağlama, politik katılım için bir araç olma, kadınların toplumsal cinsiyet rolleri ve normlarına karşı mücadele etmelerini kolaylaştırma, çevrim dışı eylemleri organize etme, geleneksel medya gündemini etkileme gibi pek çok açıdan “olanaklar” bağlamında değerlendirilebilir (Harris, 2008: 481-495). Yanı sıra dijital uzam feminizm perspektifinden “riskleri” barındırmaktadır. Kadınların çevrimiçi olarak baskı, taciz ve düşmanlığa maruz kalmaları, dijital eşitsizliklere bağlı olarak kadınların dezavantajlı görünümü, sosyal medya paylaşımlarının baskı, gözetim, denetim unsuruna dönüşmesi bu risklerden bazılarıdır (Clark, 2015: 14-21).

Dijital feminizme ilişkin alan yazının, kadınlar ve feministlerin teknolojinin olanaklarından faydalanma biçimine odaklandığını söylemek mümkündür.

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma ile feminizme yönelik içerik üretimi ve feminist bir dayanışma/ haber ağı olarak Twitter kullanımı analiz edilerek dijital feminist aktivizme yönelik betimleyici bir görü elde etmek amaçlanmıştır. Yeni medyanın bir ortam olarak feminizm açısından önemi hali hazırda alan yazında tartışılmaktadır; fakat bu

durumun Türkiye’de görece az ilgi uyandırdığını söylemek mümkündür. Dijital feminizm ve yeni medya ilişkisine ışık tutmayı amaçlayan bu araştırma dijital feminizmin kapsam ve içeriği hakkında bir izlenim ortaya koyması bakımından önemli görünmektedir. Araştırma amacından hareketle aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

AS1: KÖvFO, Twitter iletişimlerinde hangi konulara yer vermektedirler?

AS2: KÖvFO Twitter’ın hangi iletişim tipini (@reply, @mention, retweet, yorum ile retweet) kullanmayı tercih etmektedirler?

A.S.2.a: Diğer kullanıcı içeriklerine yönelik retweet ve yorum ile yapılan retweetin yönü nasıldır (Eleştirel, destekleyici, tarafsız)?

AS3: KÖvFO’nun tweet biçimleri altında diğer kullanıcı, aktör ve kuruluşlar ile iletişimi nasıldır?

A.S.4: Kadın örgütleri Twitter’da hangi aktör ve oluşumlar ile temas kurmaktadırlar?

A.S.5: KÖvFO’nun Twitter iletişimleri hangi halkla ilişkiler modelleri ile ilişkilendirilebilir?

A.S.6: Kadın örgütlerinin başlık (hashtag) kullanım durumları nasıldır?

A.S.7: KÖvFO’nun paylaştıkları içeriklere link ekleme durumları nasıldır?

3.2. Yöntem

Twitter’da feminist sorunlar ve konular üzerine tartışan, çevrimiçi inisiyatif ya da çevrimdışı bir organizasyon, STK, dernek ve platform olarak sosyal ağda varlık gösteren Twitter hesaplarından elde edilen 1385 tweet’in incelendiği araştırmada, içerik analizi yöntemi temel alınmıştır. İçerik analizi belirlenen materyallere ilişkin bir dizi sistematik incelemeyi ifade eder (Neuman, 2013: 43). 1-15 Mart tarihleri arasında seçilen 19 hesaptan elde edilen veri seti anlam kategorilerine göre niteliksel, kullanım davranışı açısından ise niceliksel olarak kodlanmıştır. Kodlamada, Twitter özelinde yapılan ve kullanım davranışlarını temel alan önceki çalışmalar temel alınmıştır.

3.3. Örneklem

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Dijital feminist aktivizm odağında gelişen bu araştırma, örneklem bakımından sınırlıdır. Bu bakımdan amaçlı örnekleme yöntemi ile alan yazında sınırları tartışılan özellikler temelinde bir dizi ölçüte uygunluk aranmaktadır. Twitter'ın etkileşimi ve diyalogu mümkün kılan iletişimsel ortamı, aktivistler için önemli bir mecra görünmektedir. Bu anlamda KövFO'nun varlık gösterebileceği bir alan olarak Twitter öne çıkmaktadır. Bu sebeple Twitter'da varlık gösteren KövFO'lar incelenmiştir. Aşağıdaki ölçütler belirlenmiş, örnekleme ifade eden 19 hesap yargısal olarak seçilmiştir: Analiz edilecek hesaplar belirlenmeden önce hesapların Twitter'daki aktiflik durumları gözlemlenmiştir. Paylaşım sıklığı ve takipçi durumu üzerinden bir değerlendirme yapılarak örnekleme dahil etme ölçütleri araştırmacılar tarafından: * Gündemi kadın ve feminizm olma *2 Bin ve üzeri takipçisi olma *Hesabında en az 2 bin tweet paylaşmış olma, biçiminde belirlenmiştir. Sosyal medyada düşük takipçi sayısı düşük etkileşim ile bağdaştırılmaktadır; benzer biçimde içerik paylaşımının yoğunluğu da aktif bir hesap olduğunun işareti olabilmektedir. Bu durumdan hareketle KövFO'ların takipçi sayısı ve paylaşım sıklığı dikkate alınarak 2 bin ve üzeri takipçiye sahip KövFO'ların Twitter'da görece yüksek görünürlük elde ettiği gözlemlenmiş; paylaşım durumları da incelenerek aktif biçimde paylaşımda bulunan hesaplar örnekleme dahil edilmiştir. 8 Mart haftası KövFO'ların paylaşımlarının arttığı bulgulanmış, bu sebeple 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nü içeren iki haftalık zaman diliminde veri toplanmıştır. [Dernek ve oluşumlar: 5 Harfliler (@5harfliler), Cinsel Şiddet ile Mücadele Derneği (@cs_mucadele), Çatlak Zemin (@catlak_zemin), Ekmek ve Gül (@ekmekvegul), Erktolia (@erktolia), Eşitlik İzleme Kadın Grubu (@esitiz), Eşitlik, Adalet, Kadın Platformu (@esitlikveadelet), Feminist Gündem (@feministgundem), Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu (@KadınCinayeti), Kadın Koalisyonu (@kadinkoalisyonu), Kadın Savunması (@kadinsavunmasi), Kadınlar Birlikte Güçlü (@KBGuclu), KİH-Yeni Çözümler (@kadinih), Mor Çatı (@morcativakfi), Mor Dayanışma (@DayanismaMor), Nar Kadın Dayanışması (@narkadindayanis), Şule

Çet Dayanışma Platformu (@suleicinadelet), Üniversiteli Kadın Kolektifi (@kadinkolektifi), Yalnız Yürümeyeceksin (@yalniz_yurume)].

3.4. Veri Toplama Aracı

AS.1'e yanıt bulmak amacıyla: Örgütlerinin Twitter paylaşımlarında yer verdikleri konular tematik içerik analizi yöntemi temel alınarak incelenmiştir. Öncelikle paylaşılan 1385 ileti feminizme ilişkin alan yazındaki kavramlar göz önüne alınarak kodlanmış, sonrasında ortak kodlara dayalı temalar oluşturulmuştur.

Araştırma sorularına yanıt üretmek amacıyla aşağıda belirtilen çalışmalara dayalı olarak kodlama cetveli oluşturulmuştur.

Tablo 1. Araştırma Alt Yapısı için Başvurulan Alan Yazın Bilgisi

Araştırma Soruları	Kod cetveli	İlgili Literatür
A.S.1: Kadın örgütleri hangi konuları konuşuyorlar?		Drüeke, R., & Zobl, E. (2016). Online feminist protest against sexism: The German-language hashtag #aufschrei. <i>Feminist Media Studies</i> , 16(1), 35-54.
A.S.2: Kadın örgütleri Twitter kullanımlarında hangi tweet biçimlerini (@reply, @mention, retweet, yorum ile retweet) kullanmaktadırlar?	*Tweet *Retweet *@Reply *@Mention *Alıntılama	Brems, C. & Martina T.& Todd G. & Marcel B.(2017). "Personal Branding On Twitter", <i>Digital Journalism</i> , 5 (4), 443-459,
A.S.3: Kadın örgütleri Twitter'da hangi aktörler ve oluşumlar ile temas kurmaktadırlar?	*Sıradan Kullanıcılar *Kendi Temsilci ve Üyeleri *Önemli Aktör ve Oluşumlar *Ana Akım Medya *Diğer Medya *Siyasi Aktör ve Kurumlar	Brems, C. & Martina T.& Todd G. & Marcel B.(2017). "Personal Branding On Twitter", <i>Digital Journalism</i> , 5 (4), 443-459,
A.S.4: Kadın örgütlerinin tweet biçimleri altında diğer kullanıcı, aktör ve kuruluşlar ile iletişimi nasıldır?	*Kullanıcılara Verilen Yanıt *Kullanıcılardan Gelen Yanıt	
A.S.5: Kadın örgütlerinin hashtag kullanım durumları nasıldır?	*Hashtag Kullanım Durumu	Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., Islamoglu, G., & Aydemir, A. T. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı. <i>Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 68, 59.
A.S.6: Kadın örgütlerinin paylaştıkları içeriklere link ekleme durumları nasıldır?	*Kendi Medya *Diğer Medya	Noguera-Vivo, Jose-Manuel. 2013. "How Open Are Journalists On Twitter? Trends Towards The End-User journalism. "Communication&Society/Comunicación Y Sociedad 26 (1): 93-114.
A.S.7: Kadın örgütlerinin Twitter iletişimleri	* Basın Ajansı *Kamuoyu	Waters, D.R&Jamal, Y.J (2011) Tweet, tweet, tweet: A content analysis of nonprofit organizations Twitter

hangihalkla ilişkiler modelleri ile ilişkilendirilebilir?	Bilgilendirme *Çift Yönlü Simetrik *Çift Yönlü Asimetrik	updates” Public Relations Review.(37) 321-324.
---	--	--

3.5. Verilerin Analizi

Nitel içerik analizi için özel bir yazılım kullanılmamış; nicel içerik analizi için ise frekans, yüzde hesaplamaları (MS Excel) yapılmıştır.

3.6. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırmalar için önerilen stratejiler dikkate alınmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:277). Kodlama süreci araştırmacılar tarafından önce ayrı, kod uyumu sağlandıktan sonra ise birlikte yürütülmüştür. Kod cetveli hazırlanırken alan yazındaki benzer çalışmalar temel alınmış; analiz edilecek ortam önceden gözlemlenmiş ve araştırmanın amacına uygun düşecek Twitter hesaplarının belirlenmesi için amaçlı örnekleme başvurulmuş; seçilen ortam ve incelenen materyal ile uzun süreli etkileşim kriterini karşılayacak biçimde yoğun zaman harcanmıştır.

4. Bulgular

-A.S.1’e (KÖvFO hangi konuları konuşuyorlar?) yanıt bulmak amacıyla, veri seti tematik içerik analizine tabi tutulmuş ve sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Twitter’da Konuşulan Konular, Tema Dağılımı

	Frekans (F)	Yüzde (%)
Dikkat Çekilen Konular	509	37
8 Mart	406	29
Etkinlikler&Duyurular	222	16
Haber&Bilgi Paylaşma	111	8
Pandemi	51	4
Geri Bildirim	44	3
Dayanışma&Destek	38	3
Kodlanamayan	4	0,3
Toplam	1385	100

Tema 1: Dikkat Çekilen Konular * Aile İçi Şiddet *Bakım Emeği *Bireysel Silahlanma *Cinsel Şiddet ile Mücadele *Cinsiyetçi Söylem ve İfadeler *Cinsiyetçi ve Ayrımcı Davranışlar *Çocuk İstismarı *Müslüman Kadınların Yaşadığı Sorunlar *Eğitim *Engelli Bireylere Şiddet *Erkek Egemen Toplumsal Yapı *Güvenli Alan *Kadın Cinayetleri *Kadın Davaları *Kadın Emek ve Hak

Mücadelesi *Kadın Sağlığı *Kadına Şiddet *Kamusal/Özel Alan Ayrımı *Lgbti+ Konuları. Mevcut Dış Politika *Mülteci Sorunu *Nafaka Hakkı *Öğrenci Eylemleri *Öz Savunma Hakkı *Siber Zorbalık *Siyasi Kurum Ve Aktörlere Eleştiri *Taciz Ve Cinsel Saldırı *Toplumsal Cinsiyet Eşitliği *Yargı Kararlarına Tepki *Yasal Düzenlemelerin Yetersizliği *Yasal Düzenlemelere Tepki *Kadın Başarıları *Kadın İş Gücü *Kadın Yapımları *Kadın Yazını *Seks İşçileri *Nefret Söylemi *Siyasi Kararlara Yönelik Tepki *Yerel Yönetimlerin Çalışmaları *Yargıda Cinsiyetçilik Ve Ayrımcılık *Erişilebilir Kürtaj Hizmetleri *Çocuk Hakları *Çalışan Hakları *Ekonomik Sorunlar *Flört Şiddeti.

Tema 2: 8 Mart *8 Mart'a Dair Güncel Yazın *Demeçler&Basın Açıklaması&Bildiri Ve Bültenler *Dünya'dan 8 Mart Eylemleri *Duygu İfadeleri (Heyecan&Coşku, Öfke) *Etkinlikler Hakkında Bilgilendirme *Eylem Anındaki Sorunlar *Eylemlere Hazırlık *Eylem Çağrısı *Geniş Katılıma Dikkat Çekme *Kadın Dayanışması *Kadın Örgütlerine Eleştiri *Kadınlar Günü Kutlama *Polis Müdahalesine Tepki *Kadına karşı şiddetin önlenmesine dair kanunlara yönelik alınan Siyasi Kararlara Tepki *Siyasi Kurum Ve Aktörlere Tepki *Ünlü Kişilerin Katılımına Yer Verme *Kadına şiddet ve kadın cinayetleri davalarına ilişkin yargı Kararlarına Yönelik Tepki *Mağdurları korumaya yönelik Yasal Düzenlemelerin Yetersizliği *Yerel Yönetimlerin Çalışmaları *Basında 8 Mart.

Tema 3: Etkinlikler Duyurular *Atölye *Basın Açıklaması&Bülten *Diğer Örgütlerin Faaliyetleri *Dijital Eylem *Etkinlik Programları *Etkinlik İptalleri *Katılım Çağruları *Lobicilik Faaliyetleri *Seminer *Sergi *Söyleşi *Turnuva&Spor *Yardım Faaliyetleri *Araştırma Raporları *Diğer Kurumlar 8 Mart Çalışmaları *Diğer Örgütlerin Faaliyetleri *Örgütsel Başarılar *Röportaj *Örgütsel Faaliyetler.

-A.S. 2'ye (KÖvFO Twitter'da hangi tweet biçimlerini [@reply, @mention, retweet, yorum ile retweet] kullanmaktadırlar?) yanıt bulmak amacıyla, nicel içerik analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Tweet Biçimleri

	Frekans (F)	Yüzde %
Tweet	922	67
Retweet	360	26
@Reply	8	0,6
@Mention	122	9
Alıntılama	102	7
Toplam		
Tweet	1385	100

Tablo 3’de verildiği üzere kadın örgütlerinin toplam içerik içerisinde kullanıcılar verdikleri yanıt oranı % 0,6’lık (n=8) bir dilimi ifade eder. Kadın örgütlerinin etkileşime girdiği diğer kanalları ifade eden mention özelliği ise toplam içerik içerisinde % 9’luk (n=122) bir dilimi yansıtmaktadır. Bu oranlar kadın örgütlerinin Twitter atmosferindeki diğer kullanıcılar ile iletişime geçmek noktasında düşük düzeyde bir etkinlik gösterdiklerini ifade etmektedir Kadın örgütlerinin Twitter iletişimlerinde diğer kullanıcılar ile etkileşime geçme noktasında sınırlı bir etkinlik gösterdikleri çıkarımını yapmak mümkündür. @ ile yapılan konuşmalara düşük düzeyde seyreden katılımları v ya yanıt vermektan kaçınmaları ile yorum ile retweet özelliğinden ise doğrudan RT özelliğini tercih etmeleri, düşük düzeydeki etkileşimlerini açıklamaktadır.

Araştırma kapsamında RT ve alıntılama yönü (destekleyici/eleştirel/tarafsız) ayrıca merak edilmiş, bu tweet biçimlerine yönelik ayrı bir içerik analizi daha gerçekleştirilmiş ve sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 4. RT ve Alıntılama Yönü

	Frekans (F)	Yüzde (%)
RT ve Alıntılama Yönü		
Destekleyici	302	65
Eleştirel	12	3
Tarafsız	150	32
Toplam	464	100

Destekleyici” şeklinde kodlanan içerikler pozitif değerleri içeren ve açıkça feminizme ilişkin bir tartışmada örgütün değerleri ile uygun düşecek görüşleri içeren

tweetleri yansıtmaktadır. “Tarafsız” olarak verilen içerikler ise doğrudan destekleyici ve eleştirel ifadelerle yer vermeyen, değer yargısı içermeyen ifadelerin kodlanmasını ifade eder. “Eleştirel” olarak kodlanan yargısal ifadeler ise durum ve olaylara ilişkin negatif yorumları kapsamaktadır. Bunlar başka bir kullanıcının cinsiyetçi bir ifadesini eleştirmek olduğu gibi, aktör ve kurumlara yönelik olumsuz özellikleri vurgulayan ifadeleri içermektedir. Retweet ve alıntılamlarda göze çarpan düşük düzeyde seyreden eleştirel olma (%3) durumu ve destekleyici içeriklerin yoğunluğu, kadın örgütlerinin yaygın olarak onayladıkları içerikleri paylaştıklarına işaret etmektedir.

- A.S. 3’e (KÖvFO Twitter’da hangi aktörler ve oluşumlar ile temas kurmaktadır?) yanıt bulmak amacıyla yapılan analize sonuçları şu şekildedir.

Tablo 5. Etkileşime Girilen Diğer Hesaplar

	Frekans (F)	Yüzde %
Sıradan kullanıcılar	262	19
Kendi temsilci ve üyeleri	42	3
Diğer oluşum ve aktörler	373	27
Ana akım medya	16	1
Diğer medya	72	5
Siyasi aktör ve kurumlar	19	1
Toplam	1385	100

Kadın örgütleri daha çok %27 (n=373) diğer oluşum ve önemli aktörler ile etkileşime girerken bu oranı % 19 (n=262) sıradan kullanıcılar ile olan etkileşimi takip etmekte; en az etkileşim gerçekleştirdiği grup ise %1 (n=16) oran ile ana akım medya kanalları görünmektedir. Düşük düzeyde diğer etkileşim gerçekleştirdiği grup ise siyasi aktör ve kurumlar olmuştur. Kadın örgütlerinin alternatif medya kanalları % 5 (n=72) ile ana akım medya kanallarına göre daha yüksek düzeyde bir etkileşimi ortaya çıkmış olsa da esasında diğer medya kanallarına yer vermekten ziyade paylaşım içeriklerinde kendi seslerine yaygın olarak yer verdikleri sonucuna ulaşılabilir.

- A.S. 4'e (KÖvFO tweet biçimleri altında diğer kullanıcı, aktör ve kuruluşlar ile iletişimi nasıldır?) yanıt bulmak için, nicel içerik analizi uygulanmış ve sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 6. Tweet altı İletişim

	Frekans (F)	Yüzde %
Reply	8	0,8
Reply (Kullanıcılardan gelen yanıtlar)	227	22
Yanıtlanmayan	790	77
Toplam	1025	100

Tweetlerin altında kullanıcıları yanıtlamada çekimser bir yaklaşım izlendiği görülmektedir (*Bu bölümde retweetler analize dâhil edilmemiştir. Doğrudan retweet yapılan içerikler başka bir kullanıcının paylaştığı içeriği hiçbir ekleme yapmadan hesabın kendi sayfasında paylaşmasını ifade eder. Bu sebeple retweetlerin altına gelen etkileşimler, incelenen hesabın kendi kitlesine yönelik bir izlenim vermeyeceği ve yanıtların hangi hesabı muhatap aldığı ayırt edilmesi güç olduğundan analize dâhil edilmemiştir.*) 1025 tweet içerisinde @reply oranı % 0,8 (n=8)'dir; kullanıcılardan gelen yanıtlar ise % 22,1 (n=227) olarak saptanmıştır.

-A.S. 5'e (KÖvFO hashtag kullanım durumları nasıldır?) yanıt bulmak amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre:

Tablo 7. Hashtag Kullanımı

	Frekans (F)	Yüzde (%)
Hashtag	587	57
Toplam	1025	

KÖvFO hashtag kullanımına ilişkin veriye tweetler ve alıntılamalardan ulaşılmıştır. Örnekleme retweetler dâhil edilmemiştir Hashtaglerin yoğun olarak 8 Mart haftasında yer aldığı ve kadın ve çocuklara yönelik işlenen suçlara dikkat çekmek için kullanıldığı (%57) görülmüştür.

- A.S. 6'ya (KÖvFO paylaştıkları içeriklere link ekleme durumları nasıldır?) yanıt aramak için gerçekleştirilen içerik analizi sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Bağlantı Ekleme

	Frekans (F)	Yüzde (%)
Kendi medyası	197	19
Diğer medya	135	13
Bağlantı verilmeyen	693	68
Toplam	1025	100,0

Kullanıcıların yaygın olarak link kullanımını tercih etmedikleri, yalnızca kendi içeriklerine yer vermek amacı ile Twitter'ı kullandıkları görülmektedir. Verilen linklerde ise yine kendi medyalarına verilen bağlantılar (% 19/ n=197) öne çıkmakta; başka medyalara yer verme oranları ise %13 (n=135)'lik bir dilim oluşturmaktadır. Verilen diğer bağlantıların ise kendi yayın organları içerisinde yer almayan fakat diğer feminist örgütlenmelere ait bağlantılar olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum kadın örgütlerinin ana akım medya yerine çizgisini kadın gündemi ve feminizm ile ilgili içerikler üzerine kuran kanallar ile bağlantı kurduğunu yansıtmaktadır.

-A.S. 7'ye (KÖvFO Twitter iletişimleri hangi halkla ilişkiler modelleri ile ilişkilendirilebilir?)yanıt aramak amacıyla gerçekleştirilen içerik analizi sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Halkla İlişkiler Modelleri

	Frekans (F)	Yüzde (%)
Basın Ajansı	554	40
Kamu Bilgilendirme	706	52
Çift Yönlü Asimetrik	75	5
Çift Yönlü Simetrik	50	4
Toplam	1385	100

Bu veriler ışığında KÖvFO'nun Twitter'daki paylaşımlarının yoğunluk ile kendi etkinlik ve faaliyetlerini duyurmaya yönelik (Kamu Bilgilendirme :%52) bir içeriği yansıttığı ifade edilebilir. Öte yandan duygularını ifade etmeye yönelik paylaşımların yoğunluğu da (%40) dikkati çekmektedir. Araştırma için seçilmiş olan

dönemin 1-15 Mart tarihleri arasında olması 8 Mart Dünya Kadınlar Gününe yönelik etkinlik ve duyuruların aralığına denk düşmektedir. Bu bakımdan kadın örgütlerinin 8 Mart haftasında organize oldukları eylemleri an itibari ile paylaşımları sokak protestolarına eşlik eden sloganlarının Twitter paylaşımlarına da yansıdığını göstermektedir. Kadın örgütleri eylemlerinde yer verdikleri pankart ve sloganları fotoğraf ve video içerikleri ile besleyerek hesaplarında paylaşmaktadırlar. Çift yönlü asimetrik modelin kullanımına (%5) ilişkin bulgular kadın örgütlerinin organizasyona katılım çağrılarında, etkinlik ve gösteri katılım yoğun olduğu bir zaman formlarını doldurmaya yönelik taleplerinde ve diğer medya kanallarına verdikleri bağlantı linklerine takipçilerini yönlendirmelerinde ortaya çıkmıştır. Çift yönlü simetrik modele dair düşük düzeydeki bulgular (%4) ise kadın örgütlerinin pasif bir iletişim stratejisi ortaya koymasına rağmen diğer kullanıcılar ile zaman zaman diyalog geliştirdiğini göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, feminist oluşumların Twitter hesaplarında yer verdikleri konuları, en çok kullandıkları tweet türünü (@reply, @mentioni retweet, alıntılama tweet), etkileşime girdikleri grupları, hangi halkla ilişkiler modelini kullandıklarını belirlemeyi amaçlamıştır.

KÖvFO Twitter iletişimlerinde yer verdikleri konular (veri toplama sürecinin 8 Mart'ı içermesi ile bağlantılı olarak) kadınlar günü özelinde etkinlik ve programlarını duyurmaya yönelik faaliyetleri içermek ile birlikte; hem 8 Mart çerçevesinde hem de ayrı bir tema altında ortaya çıkan kadın cinayetleri ve bu cinayetler ile ilişkili olarak kadın davaları, kadınların emek ve hak mücadelesi ile kadını korumaya yönelik yasal tedbirlerin yetersizliği yoğun olarak tartıştıkları konuların başında gelmektedir. Bu konular ile bağlantılı olarak kadına şiddet ve kadın cinayetleri davalarına ilişkin yargı kararları gündemlerini meşgul etmektedir. Kadın örgütlerinin dikkat çektikleri konuların başında kadınların fiziksel bütünlüğüne zarar veren eylemlere yönelik tepkiler, eleştiriler ve talepler öncelikli konuları oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında -bugün üçüncü ve dördüncü dalga feminizm tartışmalarına rağmen -Twitter'daki kadın örgütlerinin gündemini ikinci dalganın talep ve sorunları ile ilişkilendirmek mümkündür. Kadın örgütlerinin yeni

medya aracılığıyla kadınların bireysel hikâyelerine dikkat çekerek kadın cinayetlerine yönelik kamu vicdanı uyandırma çabaları, -kişisel deneyimlerin ardındaki yapıları ortaya çıkarmak bakımından- feminist politikanın sürdürülmesinde yeni bir imkân sahası sunabilir. Kişisel deneyimleri paylaşma, 1970'lerde benzer biçimde "bilinç yükseltme" toplantıları ile kişisel deneyimleri kolektif bir anlatıya bağlayan düzlemi yakalamada kadınların yaygın olarak kullandıkları bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktaydı (Donovan, 2014: 166). Farklı fakat bir ölçüde benzer biçimde kadın örgütlerinin Twitter iletişimlerinde kadına şiddet, taciz, cinsel saldırı ve cinayet vakalarında doğrudan kurbanı yer vermesi de bu açıdan okunabilir.

Bu araştırma sonucu ile benzer olarak kadın örgütleri, teknoloji, yeni medya odaklı çalışmalarda Knappe ve Lang (2014:361) kitleleri harekete geçirme ve onları bilgilendirme; Buskens ve Webb (2009:9), kadın örgütlenmelerinin mobilizasyonunu sağlama; Babacan (2014:135) alternatif seslerin hareket ve koordinasyonunu sağlama fonksiyonlarına değinmektedir.

Bu araştırma bir diğer yönüyle Twitter'ı etkileşim bağlamıyla anlamaya çalışmaktadır. Kadın örgütlerinin Twitter iletişimlerinde öne çıkan pratiklerden biri doğrudan tweet atarak (% 66,6) bir içerik oluşturmayı işaret etmektedir. Bunu retweet etme (%26) takip etmektedir. Bruns ve Stieglitz (2014:70), doğrudan tweetleme davranışını bildirimsel, retweet etmeyi ise yayımcı bir yaklaşımın ürünü olarak değerlendirmektedir. Kadın örgütlerinin Twitter'daki iletişim fonksiyonlarını kullanımı, onları belirli bir noktada kamusal bir konuşmanın içerisine dâhil eder. Bu kamusal alana dâhil olmanın önemli pratikleri arasında hashtag kullanımına yer vermek yatmaktadır. Twitter'ı kamusal alan potansiyeli bakımından değerlendirmenin iyi bir yolu olarak gösterilen hashtaglerin kullanımı, kadın örgütleri açısından da anlamlı görünmektedir. Elde edilen verilerden ulaşılan sonuçlara göre kadın örgütleri 1025 içerik paylaşımının %57'sinde hashtag kullanımına yer vermektedirler. Bu, gündemlerine aldıkları meseleler hususunda takipçilerinin sınırlarını aşan bir noktada görünürlük elde etme isteklerine dair bir çaba olarak yorumlanabilir. Kadın örgütleri ilgiyi belirli konular üzerine toplama isteklerinin yanı sıra konuya ilişkin (kadın ve çocuklara yönelik işlenen suçlar) bir kamuoyu yaratma çabasındadırlar.

KÖvFO'nun Twitter'da etkileşime girdikleri kişi ve gruplara yönelik eğilimlerine yönelik bulgular; yoğun olarak diğer STK, örgüt ve Twitter atmosferinde yer alan fenomenler, ünlü kişiler, uzmanlar ve gazetecilerden oluşan bir grup (%27) ile temas kurduğunu göstermektedir. Öte yandan kadın örgütleri yoğun olarak sıradan kullanıcılar (%19) ile de temas kurmaktadır. Fakat burada her iki grup ile de gerçekleştirilen temasın etkileşim noktasında değerlendirilebilecek bir karşılıklılık içermediği çok çabuk anlaşılabilir. Bu durum kullanıcılara verilen yanıtlar (%0,8) ile kullanıcıların verdikleri yanıtlara (%22,2) yönelik yüzdeler dağılımdan anlaşılabilir gibi diğer tweet türlerinin etkileşimsel yapısının sınırlılığı ile de açıklanabilir. Örneğin retweet yapılan bir içeriğin gerçek sahibi @reply gibi özellikleri kullanarak bu karşılığa bir yanıt veremez. Bu oranlar içerisinde diyalog geliştirmeye ilişkin bir bulguya rastlamak güçtür. Fakat Twitter'daki iletişimsel etkileşim, geleneksel biçimi ile örgütlerin kamuları ile ilişkileri bağlamında değerlendirilemeyecek kadar karmaşık bir yapı sergilemektedir. Bu noktada kastedilen bir iletişim aracı olarak kullanılan sosyal medyanın örgütsel iletişimdeki olanaklarına yönelik çok katmanlı yapısıdır. Bu bakımdan Schmidt (2016) geleneksel izler kitleden ziyade Twitter'da yer alan "takipçi" ve "takip edilen" algoritmasının kendine özgü dinamiklerinin altını çizer. Burada kadın örgütlerinin paylaşım içerikleri bir kitleye yönelik olarak yayıncılık işlevini üstlendiği gibi öte yandan "gönderici" ve "alıcı" arasındaki ayrımın bulanıklaştığı bir "sohbet" ortamına olanak sağlamaktadır (Schmidt, 2014: 10). Kısaca kadın örgütlerinin tweet türleri ile gerçekleştirdikleri iletişim pratikleri bir sohbete zemin hazırlamak ile salt bilgi verme işlevi bakımından basım ve yayın faaliyetleri içerisinde de okunabilir. KÖvFO'nun en az etkileşimde bulunduğu grup ana akım medya (%1,2) ve siyasi aktör ve kurumlar (% 1,4) olmuştur. Bu durum kadın örgütlerinin alternatif bir ses olarak var olduğunu ve mevcut erkek egemen toplumsal düzenin hâkim olduğu yapılar ile mesafeli ilişkisine işaret etmektedir. Her ne kadar feminist hareket STK olarak devlet kurumları ve medya ağı ile ilişki içerisinde olsa da – ve bunun için birtakım eleştiriler olsa da- (Sancar, 2011:61) yine de siyasi kurum ve ana akım medyaya yönelik eleştirel söylemine devam etmektedir.

KÖvFO'ın Twitter'daki iletişim pratiklerine halkla ilişkiler bağlamında bir zemin kazandırmayı amaçlayan diğer bir araştırma sorusu ise Waters ve Jamal'ın (2011:321) Twitter iletişimlerinde diyalog geliştirme açısından bir incelemeyi içeren çalışması temel alınarak oluşturulmuştur. Çalışma, dört iletişimsel evreyi imlemektedir: basın ajansı, kamu bilgilendirme, çift yönlü asimetric ve çift yönlü simetric. Bu doğrultuda kadın örgütlerinin en sık kullandığı halkla ilişkiler modeli kamu bilgilendirme (%52) olarak bulgulanmıştır. Kadın örgütlerinin kamu bilgilendirme modeline olan eğilimi, iletişimden ziyade bir yayıncı gibi hareket ettiklerine işaret etmektedir. Benzer bir sonuç Eimhjellen'in (2013:890) kadın örgütlerinin sosyal ağ kullanımını temel aldığı çalışmasında da izlenmiştir. Kadın örgütleri kamuları ile simetric bir iletişimden ziyade bilgilendirme ve haberdar etme işlevini tercih etmektedir.

Kadın örgütlerinin kamuları ile iletişimi noktasında bir perspektif sunmayı olanaklı hale getiren bu çalışma Twitter'daki iletişim pratiklerini kadın örgütlerinin özgüllüğünde tartışmıştır. Kadın örgütlerinin Twitter iletişimsel etkinliğinden çıkartılabilecek sonuçlar arasında hiç şüphesiz Feminizmin daime karşıt kamusal alan noktasından tartışmalara dâhil olduğudur. Nitekim bu durum çokça ifade edilmiştir (Mendes vd., 2019:1-24; Donovan, 2014:349). Gerboudo (2014: 6) Twitter gibi sosyal ağların toplumsal değişimi tetikleyici yönüne dikkat çekerek, geçmişteki alternatif medya araçlarının günümüzdeki temsilinin sosyal medya olduğuna işaret eder. Sosyal medyanın alternatif medya kanalı olarak kullanılmasından da öte harekete geçirici dinamikleri de içerisinde barındırdığını vurgulamaktadır. Sonuç olarak, kadın örgütlerinin gerek Twitter iletişimlerinde yer verdikleri konular bağlamında gerek ise ortaya koydukları iletişim pratikleri ile dışlanmışların sesi olarak bu platformda yer aldığı; bilgi paylaşımına yönelik bir temelde etkinliğini sürdürdüğünü bu çalışma sonuçlarına dayalı olarak ifade etmek mümkündür.

KAYNAKÇA

ACIYAN, Elif, Pınar (2018). Kamusal Alanın Dönüşümü Bağlamında Dijital Platformlarda Kadın Hareketleri: Dijital Topuklar ve 5 Harfliler Web Sitelerinin Ve Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

AKSU, Okan (2017). “Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Analizi: Kadın Dernekleri”, Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 3(3), s.146-159.

AKTAŞ, Melike & AKÇAY, Ebru (2019). “Dijital Savunuculuk Örneği Olarak “Özgecan Yasası” Change. Org İmza Kampanyası”, Moment Dergi, 6(2), s.305-336.

ALTINAY, Rüstem, Ertuğ (2014). “There is a massacre of women”: violence against women, feminist activism, and hashtags in Turkey”, Feminist Media Studies, 14(6), p.1102-1113.

BABACAN, Mehmet, Emin (2014). “Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler”, Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), s.135-160.

BAER, Hester (2016). “Redoing Feminism: Digital Activism, Body Politics, And Neoliberalism”, Feminist Media Studies, 16(1), p.17-34.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>

BAER, Hester, SMİTH-PREİ, Carrie, & STEHLE, Maria (2016). Digital Feminisms and the Impasse: Time, Disappearance, and Delay in Neoliberalism. Studies in 20th & 21st Century Literature, 40(2). <https://doi.org/10.4148/2334-4415.1881>

BARKER-PLUMMER, Bernadette, & BARKER-PLUMMER, David (2017). Twitter as a Feminist Resource: #YesAllWomen, Digital Platforms, and Discursive Social Change. İçinde J. Earl & D. A. Rohlinger (Ed.), Studies in Media and Communications (C. 14, ss. 91-118). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S2050-206020170000014010>

BİNARK, Mutlu, & LÖKER, Koray (2011). Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.

EAGLE, Ryan Bowles (2015). “Loitering, lingering, hashtagging: Women reclaiming public space via# BoardtheBus,# StopStreetHarassment, and the# EverydaySexism Project”, Feminist Media Studies, 15(2), p.350-353.

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

BOYD, Danah (2014). It's complicated: The social lives of networked teens. New Haven: Yale University Press.

BREINDL, Yana (2012). The Dynamics of Participation and Organisation in European Digital Rights Campaigning. JeDEM - EJournal of EDemocracy and Open Government, 4(1), 24-44. <https://doi.org/10.29379/jedem.v4i1.96>

BRUNS, Axel & MOE, Hallvard (2014). Structural Layers of Communication on Twitter, (Editors), Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, & Cornelius Puschmann. Twitter and Society, New York: Peter Lang Publishing, s.15-28.

BRUNS, Axel & STIEGLITZ, Stefan (2014). Metrics for Understanding Communication on Twitter. (Editors), Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, & Cornelius Puschmann. Twitter and Society, New York: Peter Lang Publishing, s.69-82.

BUDAK, Canan. (2018). "Türkiye'de Feminist Hareketin Dünü ve Yarını", Journal of Business in the Digital Age, 1(1).

BUSKENS, Ineke & WEBB, Anne (2009). Introduction, (Editors), Ineke Buskens and anne Webb, African Women and ICTS: Investigating Technology, Gender And Empowerment. London: Zed Books.

CAMMAERTS, Bart (2007), Activism and Media, (Editors) Cammaerts, B. & Carpentier, N. Reclaiming the Media: Communication rights and democratic media roles. Bristol: Intellect Books.

CANTEK, Funda (2011). "Mutfakta Pişer, İnternete De Düşer: Yemek Blogları Kadınlara Neler Vaad Ediyor?", Kültür ve İletişim, 14(1), s.9-36.

CARTY, Victoria & ONYETT, Jake (2006). Protest, Cyberactivism and New Social Movements: The Reemergence of the Peace Movement Post 9/11. Social Movement Studies, 5(3), 229-249. <https://doi.org/10.1080/14742830600991586>

CASTELLS, Manuel (2006). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 2.Cilt—Kimliğin Gücü. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

CHRISTENSEN, Henrik, Serup (2011). Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by other means. 16(2).

CLARK, Rosemary (2016). “Hope in a hashtag”: The discursive activism of #WhyIStayed. Feminist Media Studies, 16(5), 788-804.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>

CROSSLEY, Alison, Dahl (2015). “Facebook feminism: Social media, blogs, and new technologies of contemporary US feminism”, Mobilization: An International Quarterly, 20(2), p.253-268.

ÇAKIR, Serpil (2007). Feminizm: Ataerkil İktidarın Eleştirisi. Birsen Örs (Der), 19, 290-310.

DANIELS, Jessie (2009). Rethinking Cyberfeminism(s): Race, Gender, and Embodiment. Women’s Studies Quarterly, 37(1/2,), 101-124.

DEPELİ, Gülsüm (2015). “Kadın Bloggerlar: Yeni Dil, Yeni Kadınlık, Yeni Tartışmalar”, Folklor/Edebiyat Dergisi, 21(83), s.271-294.

DIXON, Kitsy (2014). “Feminist Online Identity: Analyzing the Presence of Hashtag Feminism”, Journal of Arts and Humanities, 3(7), 34-40.
<https://doi.org/10.18533/journal.v3i7.509>

DONOVAN, Josephine (2014). Feminist Teori (Çev. A. Bora, M. Ağduk Gevrek, & Fevziye.). İstanbul: İletişim Yayınları.

DRUEKE, Ricarda & Zobl, ELKE (2016). “Online feminist protest against sexism: The German-language hashtag #aufschrei”, Feminist Media Studies, 16(1), 35-54. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093071>

DUMANLI KÜRKÇÜ, Duygu (2018). “Twitter Kullanıcılarının Cinsel İstismar Olaylarına Verdikleri Tepkiler: Kullanıcıların Profili ve İçerik Analizi”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (30). s.53-65.

EIMHJELLEN, Ivar Sognaes (2014). Internet communication: Does it strengthen local voluntary organizations?. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 43(5), 890-909.

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

FERRIS, Shawna & ALLARD, Danielle (2016). “Tagging for activist ends and strategic ephemerality: Creating the Sex Work Database as an activist digital archive”, *Feminist Media Studies*, 16(2), 189-204. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1118396>

FOTOPOULOU, Aristeia (2016). “Digital and networked by default? Women’s organisations and the social imaginary of networked feminism”, *New Media & Society*, 18(6), 989-1005. <https://doi.org/10.1177/1461444814552264>

GERBAUDO, Paolo (2014). *Twitler ve Sokaklar: Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği* (Çev. Osman Akınhay), İstanbul: Agora Yayınları.

GERBAUDO, Paolo, & TRERÉ, Emiliano (2015). “In search of the ‘we’ of social media activism: Introduction to the special issue on social media and protest identities”, *Information, Communication & Society*, 18(8), 865-871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043319>

GÖKER, Gamze (2007). “İnternet’in Türkiye Kadın Hareketi Üzerindeki Etkisi: Kadın Kurultayı E-Grubu Örneği”, *Yeni Medya Çalışmaları*, 41. s.267-291.

GUHA, Pallavi (2015). Hash Tagging But Not Trending: The Success and Failure of The News Media to Engage with Online Feminist Activism in India. *Feminist Media Studies*, 15(1), 155-157. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.987424>

GÜLTEKİN, Esra (2018). *Sosyal Medyada Kadınların Şiddete Karşı Mücadelesi: Teşhir Vakalarının İncelenmesi*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

HARRIS, Anita (2008). “Young women, late modern politics, and the participatory possibilities of online cultures”, *Journal of Youth Studies*, 11(5), 481-495. <https://doi.org/10.1080/13676260802282950>

İLHAN, Vahit (2014). “Feminist Alternatif Medya’nın İşleyişi Üzerine” *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3). s.2-10.

JACKSON, Sue (2018). Young feminists, feminism and digital media. *Feminism & Psychology*, 28(1), 32-49. <https://doi.org/10.1177/0959353517716952>

- JEONG, Eiusol & LEE, Jieun (2018). We take the red pill, we confront the DickTrix: Online feminist activism and the augmentation of gendered realities in South Korea. *Feminist Media Studies*, 18(4), 705-717.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447354>
- JESTER, Natalie (2018). Representation within higher education curricula: Contextualising and advocating for feminist digital activism. *Teaching in Higher Education*, 23(5), 606-618.
<https://doi.org/10.1080/13562517.2018.1465036>
- JOYCE, Mary (2010). Introduction: How to Think About Digital Activism, (Editors), Mary Joyce, *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. New York, Amsterdam: International Debate Education Association.
- KAHN, Richard & KELLNER, Douglas (2004). "New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to Blogging", *New Media & Society*, 6(1), 87-95.
<https://doi.org/10.1177/1461444804039908>
- KARATZOGIANNI, Athina (2015). *Firebrand waves of digital activism 1994-2014: The rise and spread of hacktivism and cyberconflict*. New York: Palgrave Macmillan
- KAYA, Şehriban (2018). "Kadın ve Sosyal Medya" Gaziantep University Journal of Social Sciences, 17(2), s.563-576.
- KELLER, Jessaliyn, Marrie (2012). Virtual Feminisms: Girls' blogging communities, feminist activism, and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 15(3), 429-447.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.642890>
- KELLER, Jessaliyn, Marrie (2013). "Still Alive and Kicking": Girl Bloggers and Feminist Politics in a "Postfeminist" Age. Austin: The University of Texas.
- KELLER, Jessaliyn, MENDES, Kaitlyn & RINGROSE, Jessica. (2018). Speaking 'unspeakable things': Documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27(1), p. 22-36.
<https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1211511>

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

KİRAZ, Selin ve KESTEL, Seyra (2017). “Kadınların Madun Sorunsalı ve Bir Alternatif Olarak Yeni Medyada Dijital Aktivism: Change. Org”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (53), s.139-163.

KNAPPE, Henrike ve LANG, Sabine (2014). Between whisper and voice: Online women’s movement outreach in the UK and Germany. *European Journal of Women’s Studies*, 21(4), 361-381.
<https://doi.org/10.1177/1350506814541643>

LIEVROUW, A. Leah (2016). Alternatif ve Aktivist Yeni Medya (İ. S. Temizalp, Çev.). İstanbul: Kafka Yayınları.

LIEVROUW, A. Leah (2006). “New media design and development: Diffusion of innovations v. social shaping of technology”, *The handbook of new media*, p.246-265.

MENDES, Kaitlyn RINGROSE, Jessica, & KELLER, Jessaliyn (2019). *Digital feminist activism: Girls and women fight back against rape culture*. Oxford: Oxford University Press.

MICHEL, Andree (1993). *Feminizm* (çev: Şirin Tekeli,). İstanbul: İletişim Yayınları.

MOROZOV, Evgeny (2012). *The Net Delusion: How Not to Liberate The World*. London: Penguin Books.

NEUMAYER, Christina and SVENSSON, Jacob (2016). Activism and radical politics in the digital age: Towards a typology. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(2), p.131-146. <https://doi.org/10.1177/1354856514553395>

PUENTE, Núñez Sonia, ROMERO, Fernández, Diane, & CUPEIRO, Susana, Vázquez (2017). Online feminist practice, participatory activism and public policies against gender-based violence in Spain. *Feminist Theory*, 18(3), 299-321. <https://doi.org/10.1177/1464700117721881>

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

ÖZKAN, Selfiye (2018). “Kadına Yönelik Şiddet ve Sosyal Medya Aktivizmi: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu Örneğinde İçerik Analizi”, Yeni Düşünceler, 9, s.57-69.

ÖZSÖZ, Cihat (2008). Kültürel Feminist Teori ve Feminist Teorilere Giriş. Sosyoloji Notları, 6, 51-55.

PAASONEN, Susanna (2011). Revisiting cyberfeminism. Communications, 36(3).
<https://doi.org/10.1515/comm.2011.017>

POSTMES, Tom, & BRUNSTING, Suzanne (2002). Collective Action in the Age of the Internet: Mass Communication and Online Mobilization. Social Science Computer Review, 20(3), 290-301.
<https://doi.org/10.1177/089443930202000306>

RENTSCHLER, Carrie (2014). “Rape culture and the feminist politics of social media”, Girlhood Studies, 7(1), s.65-82.

RENTSCHLER, Carrie & THRIFT, Samantha (2015). Doing feminism in the network: Networked laughter and the ‘Binders Full of Women’ meme. Feminist Theory, 16(3), 329-359.

SADOWSKI, Helga (2016). “From #aufschrei to hatr.org: Digital-material entanglements in the context of German digital feminist activism”, Feminist Media Studies, 16(1), 55-69. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093090>

SANCAR, Serpil (2011). Türkiyede Kadın Hareketinin Politigi: Tarihsel Bağlam, Politik Gündem ve Özgünlükler, (Derleyen), Serpil Sancar. Birkaç Arpa Boyu: 21. Yüzyıla Girerken Türkiye’de Feminist Çalışmalar. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, s. 61-121.

SCHARFF, Christina, SMITH-PREI, Carrie, & STEHLE, Marria (2016). “Digital feminisms: Transnational activism in German protest cultures”, Feminist Media Studies, 16(1), p.1-16.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093069>

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

SCHMIDT, Jan Henrik (2014). Twitter and the Rise of Personal Publics (Editors), Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, & Cornelius Puschmann. Twitter and Society, New York: Peter Lang Publishing, s.3-14.

SCHUSTER, Julia (2013). "Invisible feminists? Social media and young women's political participation", Political Science, 65(1), p.8-24.
<https://doi.org/10.1177/0032318713486474>

SERT, Nuray (2016). Aktivizmin Kavramsal, Gelişimsel ve Araçsal Açından İncelenmesi, (Editör) Nuray Yılmaz Sert. Aktivizm: Toplumsal Değişimin Yeni Yüzü (s. 238). İstanbul: Değişim Yayınları.

SMITLEY, Megan (2004). Women and the Internet: Reflections on Cyberfeminism and a Virtual Public Sphere. England: University of London, s. 2-9.

SUTTON, Jo & POLLOCK, Scarlet (2000). Online Activism for Women's Rights. CyberPsychology & Behavior, 3(5), 699-706.
<https://doi.org/10.1089/10949310050191700>

ŞEN, A. Fulya, & KÖK, Halime (2017). "Sosyal Medya ve Feminist Aktivizm: Türkiye'deki Feminist Grupların Aktivizm Biçimleri", Atatürk İletişim Dergisi, (13), s.73-86.

TAYLOR, Anthea (2011). "Blogging solo: New media, 'old' politics", Feminist Review, 99(1), p.79-97.

TEKVAR, Sırma Oya (2017). "Türkiye'de Feminist Alternatif Medyanın İşlevselliği: Bir Alternatif Medya Örneği" Kadınların Postası" Projesinin İncelenmesi", Journal of the Human & Social Science Researches, 6(1), s.538-552.

TERKAN, Banu (2010). "Kadın Örgütlerinin İnterneti Alternatif Medya Olarak Kullanımı Üzerine Bir İnceleme", Selçuk İletişim, 6(3), s.34-55.

THRIFT, Samantha C. (2014). #YesAllWomen as Feminist Meme Event. Feminist Media Studies, 14(6), 1090-1092.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975421>

UÇKAN, Özgür (2011). Bilgi Edinme Hakkı, Yeni Medya Düzeni ve Wikileaks, (Editörler), M. Binark & I. B. Fidaner (Ed.), Cesur Yeni Medya: Wikileaks ve

ALTUNTAŞ, Bilgehan ve YENİÇERİ ALEMDAR, Mine (2022). Dijital Feminist Aktivismde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 862-891.

2011 Arap isyanları üzerine tartışmalar (s. 160). Ankara: Alternatif Bilişim Yayınları.

VAN ZOONEN, Liesbet (2002). "Gendering the Internet: Claims, controversies and cultures", *European Journal of Communication*, 17(1), p.5-23.

WATERS, Richard, D., and JAMAL, Jia Y. (2011). "Tweet, tweet, tweet: A content analysis of nonprofit organizations' Twitter updates", *Public relations review*, 37(3), p.321-324.

WILLIAMS, Sherri (2016). "#SayHerName: Using digital activism to document violence against black women", *Feminist Media Studies*, 16(5), p.922-925. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1213574>

YILDIRIM, Ali ve SİMSEK, Hasan (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayınları.

YILDIRIM, Pelin, Öğüt ve ARDIÇ ÇOBANER, Aslıhan (2018). "Türkiye'de Siyasal Parti Kadın Kollarının Sosyal Medya Kullanım Pratiklerinin Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımı Bağlamında Analizi", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29, s.393-417.

YILMAZ, Berkant (2015). *Yeni Medya Ortamlarında Örgütlenme ve Toplumsal Etkileri: # Sendeanlat Örnek Olay İncelemesi*. 1. Ulusal Toplumsal Ve Kurumsal Çatışmalar/Çözümler Kongresi, 8-10 Ekim 2015, Düzce.

ZİYA, Hande, Eslen (2013). "Social Media and Turkish Feminism: New resources for social activism", *Feminist Media Studies*, 13(5), p.860-870. <https://doi.org/10.1080/14680777.2013.838369>

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.