

X'DE #BELIEVWOMEN HAREKETİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

AN ANALYSIS ON #BELIEVWOMEN MOVEMENT ON X

Yarkın ÇELİK¹



ORCID: Y.Ç. 0000-0002-9615-7904

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Yarkın Çelik

Tekirdağ Namık Kemal University, Türkiye
E-mail/E-posta: ycelik@nku.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 31.03.2024

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %8

Revision Requested/Revizyon talebi:
12.05.2024

Last revision received/Son revizyon teslimi:
17.05.2024

Accepted/Kabul tarihi: 18.05.2024

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Çelik, Y. (2024).
X'de #Believewomen Hareketi Üzerine Bir
İnceleme. Journal of Communication Science
Researches, 4 (3), 246-257.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13254393>

Öz

Dijital medya, feminist hareketin görünürlüğünü ve etkisini artırarak toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesine katkıda bulunmaktadır. Dijital medyanın feminist ve toplumsal cinsiyet hareketlerine olan katkıları, kadınların deneyimlerini ve bakış açılarını paylaşmalarına olanak sağlaması, kadınların birbirleriyle iletişim ve iş birliği yapmalarını kolaylaştırması ve feminist meseleler hakkında farkındalığı artırması şeklindedir. Dijital medyanın feminist hareket için bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlar çevrim içi taciz, manipülasyonlar, feminist meseleler hakkında sesini yükselten kadınlar üzerinde çevrim içi tehdit ve hatta ifşa gibi tacizlere maruz kalabilmek şeklinde sıralanabilir. Sonuç olarak, dijital medya feminist hareket için güçlü bir araç olma potansiyeline sahiptir. Dijital medya, kadınların toplumsal cinsiyet ve feminist konularda görünürlüğünü ve etkisini artırarak, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesini ilerletmeye yardımcı olmaktadır. Bu araştırmanın konusu sosyal medyada bir toplumsal cinsiyet ve feminist hareketi olarak #BelieveWomen hareketidir. Çalışmanın amacı toplumsal cinsiyet ve feminist hareketlerin sosyal medya kullanıcılarına ve dijital dünyaya yansımalarının incelenmesi ve alana yeni bir katkı sağlamaktır. Çalışma, güncel ve sürdürülebilir olması bakımından X ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın örneklemini #BelieveWomen etiketidir. Çalışmanın yöntemi nicel veri setlerinin yeniden incelenmesi bakımından ikincil veri analizi ve içerik analizidir. Çalışmanın bulguları, çevrim içi kullanıcıların değişen demografik özellikleri ve feminizm ile X arasındaki ilişkiyi kapsamaktadır. Çalışmada, #BelieveWomen Hareketi'nin, cinsiyetçilik, cinsel saldırı ve istismar gibi ciddi sorunlar hakkında farkındalık yaratmaya ve mağdurların sesini duyurmaya yardımcı olduğu için feminizm ve toplumsal cinsiyet üzerinde önemli bir rol oynadığı savunulmaktadır. Bununla birlikte, çalışmada, hareketin bazı olumsuz sonuçlarının da olabileceğinin ve bunlara dikkat edilmesi gerektiğinin altı çizilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Toplumsal Cinsiyet, #BelieveWomen Hareketi.

Abstract

This research explores the #BelieveWomen movement on X as an example of how new media empowers feminism. New media amplifies feminist voices by allowing women to share experiences, connect with each other, and raise awareness. While online harassment exists, the overall benefit is undeniable. Focusing on X data, the study analyzes how the #BelieveWomen hashtag reflects gender issues and feminist movements in the digital world. By giving voice to victims of sexism, sexual assault, and abuse, #BelieveWomen plays a crucial role in feminist activism. However, potential downsides also require attention. This research, limited to X for timeliness, aims to contribute to the understanding of online feminism and its impact.

Keywords: Social Media, X, Feminism, #BelieveWomen Movement.

GİRİŞ

Günümüzde, dijital dünyanın şekillenmesinde teknolojinin rolü yadsınamaz bir gerçektir. Bu durum, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları gibi alanlarda da geçerliliğini korumaktadır. Feministler, çevrim içi ortamda var olan toplumsal cinsiyet önyargılarına karşı mücadeleye girişerek, yeni medyayı feminist aktivizm için güçlü bir araç haline getirmiştir (Arslan & Gül Ünlü, 2023, s. 26). İnternet ve yeni medya araçlarının gelişimiyle birlikte, feminist hareketi destekleyen ve marjinal grupları da kapsayan aktivist hareketler ortaya çıkmaya başlamıştır.

Dijital medya ve sosyal platformların günlük hayatlarımız üzerinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Sosyal medya, iletişim şekillerini, iş yapma yöntemlerini ve bilgiye erişim biçimlerini değiştirmiştir. Örneğin geleneksel yöntemlerin geride kaldığı günümüzde, insan Kaynakları departmanları da hızlı ve güncel bilgi akışının önemini kavramış durumdadır. Bu bağlamda, sosyal medya platformları, aday arama ve bilgi edinme gibi konularda vazgeçilmez birer araç haline gelmiştir (Erhan, 2017, s. 61). Dijital medya ve sosyal ağlar, feminist aktivizm için de önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, sosyal medyanın cinsiyetçiliği ve bazen kadın düşmanlığını pekiştirebileceği alanlar olarak da görülebileceğini vurgulamak önemlidir. Kadınlar ve diğer marjinal gruplar sosyal medyada sıkça tacize ve zorbalığa maruz kalmaktadır. Bu durum, bazı feministlerin çevrim içi taciz sorununu ele almak ve daha güvenli, daha kapsayıcı çevrim içi topluluklar oluşturmak için daha fazlasını yapılması gerektiği konusunda tartışmaları beraberinde getirmektedir. Bu tartışmaların en başında toplumsal cinsiyet eşitliği bulunmaktadır. Teknoloji ve sanal ortam, yepyeni bir toplum inşa etme potansiyeline sahipken, dijital feminizm bu potansiyeli kadınların özgürleşmesi için kullanma arayışını temsil etmektedir. Bu bağlamda, kadınların dijital çağa erkeklerden daha hızlı adapte olabileceğine dair bir inanış da mevcuttur (Elnur, 2022, s. 326). Dijital iletişim araçları, feminizmin geleceğini etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Feministler, yeni medya aracılığıyla teknolojide mevcut toplumsal cinsiyet önyargılarına meydan okuyarak ve teknoloji sektöründe daha fazla çeşitliliği ve temsili teşvik ederek daha kapsayıcı ve adil bir çevrim içi ortamın oluşturulmasını amaçlamaktadır. Günümüzde feminizm ve dijital platformlar arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Feministler, daha eşitlikçi bir dijital dünya yaratma amacıyla çaba gösterirken sosyal medya, feminist aktivizm ve örgütlenme için bir platform sunmaktadır (Gedik, 2020, s. 125). İnternet, sivil toplum aktivistleri için binlerce kişiye aynı anda ulaşma olanağı sağlayarak kamusalılığı destekleyici bir rol üstlenmiştir. Bu kamusallığın bir yansıması, kadın aktivistlerin kadın hareketi için verdikleri mücadelede karşılığını bulmaktadır (Özkan, 2017, s. 62). Feministler, yeni medya uygulamaları aracılığıyla çeşitlilik, kapsayıcılık ve hesap verebilirliği artırmayı hedeflemektedir. Sosyal medya platformları, bloglar ve çevrim içi forumlar aracılığıyla feminist mesajlar geniş kitlelere ulaşmakta ve eşitlik mücadelesine destek olmaktadır. #MeToo hareketi, X aracılığıyla yayılan ve kadınların cinsel taciz ve saldırı deneyimlerini paylaşmalarına olanak sağlayan bir feminist aktivizm örneklerinden birisidir (Çelik, 2024).

Yeni medya, feminist hareketin destekçileriyle ya da eleştirel bakanların bağlantı kurmalarını ve organize olmalarını kolaylaştırmaktadır. Çevrim içi forumlar, gruplar ve hashtag'ler aracılığıyla feministler, deneyimlerini paylaşabilir, dayanışma gösterebilir ve ortak eylemler planlayabilmektedir. Bu durum, feminist hareketin güçlenmesine ve daha etkili bir mücadele yürütmesine katkıda bulunmaktadır. Dijital ortamda feminist aktivizm, ilk bakışta karmaşık ve dağınık bir mücadele alanı gibi görünebilir. Farklı platformlarda, farklı seslerle ve farklı araçlarla yürütülen bu mücadele, aslında toplumsal dönüşümün tohumlarını barındırır. Parçalı ve çok boyutlu bir yapıya sahip olsa da feminist aktivizmin dijital dünyadaki etkisi, birçok toplumsal pratiği dönüştürme potansiyeline sahiptir (Arslan & Ünlü, 2023, s. 27). Yeni medya, feminist aktivizmi desteklemek için kullanılmaktadır. Çevrim içi imza kampanyaları, boykotlar ve hashtag aktivizmi gibi araçlar, feministlerin, mağdurların, destekçilerin ya da karşıt düşüncedeki grupların taleplerini duyurmalarına ve değişim yaratmalarına yardımcı olmaktadır. #BelieveWomen etiketi, kadınların beyanlarına inanılması gerektiğine dair farkındalık yaratmak için kullanılan bir hashtag'dir ve bu sayede kadınların seslerini duyurmalarına ve maruz kaldıkları şiddete karşı mücadele etmelerine katkıda bulunmaktadır (Çelik, 2023).

Teknoloji ve yeni medya araçları, feminist harekete önemli katkılar sağlayarak eşitlik mücadelesini güçlendirmektedir. Farkındalık yaratma, bağlantı kurma ve eylem gücü gibi alanlarda yeni medya, feministlerin seslerini duyurmalarına ve değişim yaratmalarına yardımcı olmaktadır (Edwards ve

diğerleri, 2019). Bu sayede, dijital dünya, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları için daha adil ve kapsayıcı bir alan haline gelmektedir. BelieveWomen Hareketini feminizm ve yeni medya bağlamında daha iyi kavramak için öncelikle alanda yapılan çalışmaları incelemek ve aralarındaki korelasyonu analiz etmek gerekmektedir.

Marshall McLuhan, 20. yüzyılın sonlarında iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ve küreselleşmenin toplum üzerindeki etkisini analiz ederek medyanın duyuru ve mesaj iletim konusundaki rolüne özel bir önem vermiştir. Bu bağlamda, 21. yüzyılda dünya yaşamında ve medyada meydana gelecek dönüşümlerden bahsetmiştir. Bunların başında dünyanın küresel bir köy haline gelmesi bulunmaktadır (McLuhan & Powers, 2001). Tüm bu bilgiler ışığında yaşanan gelişmeler birçok alanda olduğu gibi feminist aktivizmi de dönüştürmüş ve dijital feminizmi yaratmıştır. Castells ise sosyal medya ve iletişimin gücünü analiz ederek Arap Baharı ayaklanmalarının ağ iletişimleri ile başladığını, İşgalEt hareketlerinin internet üstünden yayıldığını ve varlığını sürdürdüğünü vurgulamaktadır. Bu kapsamda iletişimin toplumda yeni bir niteliğinden bahsetmektedir (Castells, 2012, s. 106). Dijital feminizm de tekno-determinizm ve tekno-coşku yaklaşımıyla yeni medyanın kolektif yazar, hayran kültürü, medya yaklaşması, katılımcı kültür gibi unsurlarını kullanmaktadır. Jenkins'in de ifade ettiği gibi internetin hızlı geri bildirimleri yakınlaşma politikasını hızlandırarak sadece taban medyasını değil kitleleri de harekete geçirmiştir (Jenkins, 2018, s. 321). Bu anlamda toplumsal ve kültürel değişimleri anlamının en iyi yolu medyanın bugünkü ortamı nasıl ve hangi yollarla oluşturduğunu anlamaktır (McLuhan & Fiore, 1996). Dijk yeni medyanın toplumlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu kabul etmektedir. Ancak bu etkenin köklü değişimlere yol açacak kadar güçlü olmadığını savunmaktadır. Dijk'e göre yeni medyanın getirdiği değişimler daha çok yüzeysel ve geçici olacak ve modern toplumdaki var olan güç dengesini pekiştirmeye katkıda bulunacaktır (Dijk, 2018, s. 385). Dijk'e göre yeni medya, var olan güç dengesini pekiştirme ve pasif tüketicilik teşvik etme potansiyeline sahiptir. Bu durum, dijital feminizmin temel hedeflerinden biri olan kadınların seslerini duyurmasını ve güçlenmesini zorlaştırabilir. Ancak, dijital feminizm bu zorluklara rağmen yeni medyanın sunduğu imkânlardan da faydalanmayı amaçlamaktadır. Tüm bu görüşler yanında Fuchs ise yeni sosyal medyaya karşı eleştirel bir giriş yapmaktadır. Fuchs, Jenkins'in yaklaşımını eleştirmekte ve katılımcı kültürün sadece içerik üretimi ve paylaşımıyla sınırlı olmadığını savunmaktadır. Ona göre katılımcı kültür, yönetimde söz ve denetim hakkı ile kâr payı da içermektedir. Fuchs, kapitalist sistemde, kullanıcıların emeğinin sermaye sahipleri tarafından sömürüldüğünü ve bu durumun katılımcı demokrasiyle çeliştiğini savunmaktadır (Fuchs, 2014). Fuchs'un eleştirileri, dijital feminizm akımına önemli katkılar sağlayabilir. Fuchs'un katılımcı kültürün sadece içerik üretimi ve paylaşımı olmadığını savunması, dijital feminizm için önemli bir bakış açısı sunmaktadır.

YENİ MEDYA VE DİJİTAL FEMİNİZM

Dijital feminizm ve yeni medya arasındaki ilişki oldukça karmaşık ve çok yönlü bir konudur. Dijital feminizm, kadınların dijital teknolojileri kullanarak cinsiyet eşitliği ve kadın hakları mücadelesini sürdürdüğü bir akımdır. İnternet ve sosyal medya, bilgi paylaşımını teşvik etmek, düşünceleri paylaşmak, stratejileri yönlendirmek ve daha iyi, adil ve eşit bir toplum oluşturmak için kritik bir araç haline gelmiştir (Adams, 2015, s. 19). Dijital medya kullanımındaki yükseliş, insanların haber ve bilgi edinme, raporlama, analiz yapma ve paylaşma konularında etkin bir rol üstlenmelerine yol açmaktadır.

Yeni medya ise internet, sosyal medya platformları, giyilebilir teknoloji, mobil uygulamalar gibi dijital ortamları ifade eder. Bu iki kavram arasındaki ilişki, kadınların dijital platformlarda nasıl temsil edildiği, seslerini nasıl duyurdukları ve toplumsal cinsiyet normlarına karşı nasıl mücadele ettikleri gibi konuları içermektedir. Yeni medya, eskisinin karşıtı değil, onu geliştirerek yeniden şekillendirilmiş ve modernleştirilmiş versiyonudur (Yenğin, 2012, s. 43). Teknolojik ilerlemelerle desteklenen dijital medya, internet altyapısını kullanan geniş kitlelere ulaşan iletişim araçlarıdır. Bireyler, yeni medyanın sunduğu etkileşimli ve çoklu ortam özellikleri sayesinde kendi konularını oluşturabilir ve oluşturulan konulara katılabilirler (Çelik, 2019, s. 166). Yeni medya, kullanıcıların zaman ve mekândan bağımsız olarak etkileşim imkânı sunan sanal bir platformdur. Sayısal iletişim teknolojileri ve uygulamaları için kullanılan yeni medya kavramı, sosyal medya platformları, sanal gerçeklik cihazları, etkileşimli internet siteleri ve çoklu medya içerikleri gibi öğeleri içermektedir (Altunay, 2012, s. 20). Bu sebeple, yeni medyanın insanların iletişim araçları üzerinde etkisiyle

iletişim tarzlarını değiştirdiği ifade edilebilmektedir (Çelik & Aydoğdu Çelik, 2023, s. 23). Bu perspektiften bakıldığında, yeni medya saldırgan bir yaklaşımla teknik bilgiyle entegre edilerek iletilemiştir (Bayrak, 2021, s. 497). Dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bilgi toplumu kültürü sağduyuyu ve dayanışmayı beraberinde getirmiştir. Özellikle günümüzde dijital medya aracılığıyla yapılan sosyal sorumluluk kampanyaları toplumsal cinsiyet eşitliği açısından oldukça etkili olmakta ve yenilikçi çözümler geliştirilmektedir (İlgin ve diğerleri, 2019, s. 74).

Dijital feminizm ve yeni medya arasındaki korelasyonu anlamak için öncelikle dijital platformların kadınların aktivizm ve sosyal hareketlerdeki rolünü nasıl değiştirdiğine odaklanmak gerekmektedir. Kadınlar artık dijital platformlarda seslerini daha yüksek duyurabiliyor, toplumsal konularda farkındalık yaratabiliyor ve dayanışma ağları oluşturabiliyorlar. Bu da dijital feminizmin yaygınlaşmasına ve etkisinin artmasına olanak tanımaktadır.

Yeni medya olgusu internetin ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak evrilmiştir. Bu bağlamda internet Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 aşamalarıyla yeni medyayı geleneksel medyadan ayırmıştır. Günümüz yeni medya kavramı 1 ve 0'lar ile temsil edilen bir dijital bir yansımadır. Bitlerin verilere, verilerin enformasyona dönüştüğü ve bilgiden bilgiğe doğru giden bu süreç, herkesi kolay, hızlı ve ekonomik olarak bilgiye ulaştırmaktadır. Geleneksel medyanın yaygınlaşmasıyla başlayan süreçte fabrikaların üretim odaklı anlayıştan müşteri odaklı anlayışa geçmesi ile günümüzde yaşanan toplumsal olaylara karşı duyarlılık gösterme yaklaşımı temel bağlamda iletişimsel bir araçla ilgilidir.

Feminist hareketin birinci dalgası temel hak ve özgürlüklerden olan sosyal, siyasal ve ekonomik olarak eşitliğe dayanmaktadır (Kaya, 2018). Bu dalganın elde ettiği kazanımlar, beyaz ve varlıklı kadınlara odaklanarak, etnik kökeni ve sosyoekonomik durumu farklı olan kadınları göz ardı etmiştir. Bu durum, oy hakkı mücadelesinde sınıfsal ve ırksal ayrıcalıkların devam ettiğini göstermektedir (Hileman, 2014, s. 3). Feminist hareketin ikinci dalgasında Beauvoir, biyolojik cinsiyetin toplumsal cinsiyet üzerindeki etkisine vurgu yapmıştır (Beauvoir, 1986). İkinci dalga feminist hareket, eşitlik ve hak arama odaklı bir mücadele yürütmüştür. Bu mücadelenin temel alanları, doğum kontrolü, kürtaj hakkı, eşit işe eşit ücret, eğitimde eşitlik, iş dünyasında hamilelik hakları gibidir (Hileman, 2014). Kadınların üreme hakları ve bedenleri üzerinde özgürlükleri için mücadele edilmiştir. Yasal ve güvenli kürtaj erişimi için çalışmalar yapılmıştır. Aynı iş için kadın ve erkeklerin eşit ücret alması için mücadele verilmiştir. Kız ve erkek çocukların eğitimde eşit haklara sahip olması için çalışmalar yapılmıştır. Hamile çalışan kadınların işyerinde korunması ve ayrımcılığa maruz kalmaması için mücadele edilmiştir. Üçüncü dalga feminizm, 1990-2000 yıllarında ortaya çıkmış olup diğer feminist akımlardan ayrı özellikler sergilemektedir. Bu akım, evrensel farklılıklar yerine kadınların bireysel farklılıklarına odaklanmaktadır ve farklılıklara vurgu yapmaktadır (Akan & Gürhan, 2020, s. 7). Kadınlar arasında etnik köken, cinsel kimlik, din, ırk ve renk gibi farklılıkların, kadınların karşılaştığı sorunları etkilediği vurgulanmaktadır (Donovan, 2015, s. 349). Dördüncü dalga feminizm ise E-Feminizm, dijital feminizm gibi isimlerle de adlandırılmaktadır. Dijital feminist aktivizm, feminist farkındalığı ve bilgiyi yaymak, harekete dahil olan kişi ve kuruluşları harekete geçirmek için yeni araçlar ve taktikler sunan, gelişmekte olan bir feminist aktivizm türüdür (Gedik, 2020, s. 125). Dijital feminist aktivizm, feminist harekete yeni bir soluk getiren ve değişim yaratmak için teknolojinin gücünden yararlanan bir mücadele yöntemidir. Feminist hareket de Web'in evreleri şeklinde dört basamakla kategorize edilmektedir. Tablo 1'de Web'in evreleri ve feminist hareket dalgası arasındaki korelasyon gösterilmiştir.

Tablo 1. Feminist Hareket Dalgası ve Web'in Evreleri Odak Noktası

Feminist Hareket Dalgası	Odak Noktası	Web'in Evreleri	Odak Noktası
1. Dalga	Temel Haklarda Eşitlik	Web 1.0	Statik
2. Dalga	Cinsel Özgürlük, İş Gücüne Katılım	Web 2.0	İnteraktif ve Kullanıcı Odaklı
3. Dalga	Kültürel Çeşitlilik, Dışlanmış Grupların Sesi	Web 3.0	Anlamsal Ağ
4. Dalga	Dijital Aktivizm, Çevrim içi Platformlarda Sesini Duyurma	Web 4.0	Nesnelerin İnterneti, Yapay Zekâ

Tablo 1’de feminist hareket dalgası ve Web’in evreleri gösterilmiştir. Buna göre feminist hareketin 1. dalgası, kadınların seçme ve seçilme hakkı için mücadele ettiği döneme denk gelirken, webin 1.0 versiyonu daha statik ve bilgi odaklıydı. Feminist hareketin 2. dalgası, cinsel özgürlük ve iş gücüne katılım konularına odaklanırken, web 2.0 interaktif ve kullanıcı odaklı içerik üretimine olanak sağlamıştır. Feminist hareketin 3. dalgası ise, kültürel çeşitliliği ve dışlanmış grupların sesini yükseltmeyi hedeflerken, web 3.0 daha kişiselleştirilmiş ve özelleştirilmiş deneyimler sunmaya başlamıştır. Feminist hareketin 4. dalgası ise dijital aktivizm ve çevrim içi platformlarda sesini duyurma üzerine odaklanırken, web 4.0 ise yapay zekâ, nesnelere interneti ve daha karmaşık teknolojilere odaklanan bir aşamadır.

Web sürümleri ve feminist hareket dalgaları arasındaki ilişki kesin ve net değildir, ancak bazı paralellikler gözlemlenebilir. Her iki alanda da değişim ve ilerleme devam etmektedir. Feminist hareket dalgaları ve web sürümleri arasındaki paralellikler, teknolojinin kadın hakları mücadelesinde oynadığı önemli rolü göstermektedir. Web’in her yeni versiyonu, feministlere seslerini duyurmak ve aktivizmi geliştirmek için yeni araçlar ve platformlar sunmuştur. 2010’lardan günümüze kadar devam eden 4. dalga feminizm, dijital aktivizm ve çevrim içi platformlarda sesini duyurma üzerine odaklanmaktadır. Web 4.0’ın yapay zekâ, nesnelere interneti ve daha karmaşık teknolojilere odaklanması, bu dalganın aktivizmi için yeni fırsatlar ve zorluklar sunmaktadır. Dijital aktivizm, çevrim içi taciz ve nefret söylemi gibi sorunlarla mücadele etmenin yanı sıra, feminist hareketin mesajını daha geniş kitlelere ulaştırmak için de kullanılmaktadır.

Tablo 2. Feminist Hareket Dalgası ve Web Evresi Karşılaştırmalı Analiz

Feminist Hareket Dalgası	Web Evresi	Temel Özellikler	Bağlantılar
1. Dalga	Web 1.0	Bilgiye erişim ve sesini duyurma imkanlarının artması	Feminizm hakkında bilginin yayılması ve aktivizmin artması
2. Dalga	Web 2.0	İnteraktiflik ve kullanıcı katılımı	Feminizm için yeni platformlar ve dayanışma ağları oluşması
3. Dalga	Web 3.0	Kişiselleştirme ve özelleştirme	Farklı kimliklere ve deneyimlere sahip kadınların seslerini duyurabilmeleri
4. Dalga	Web 4.0	Yapay zekâ ve karmaşık teknolojiler	Dijital aktivizm ve çevrim içi mücadele

Tablo 2’de, feminist hareket dalgaları ve Web’in evreleri arasındaki paralellikleri açıkça gösterilmektedir. Bu paralellikler, teknolojinin kadın hakları mücadelesinde oynadığı önemli rolü ve her iki alanda da yaşanan değişim ve ilerlemenin birbiriyle nasıl bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır. Ancak, bu tabloyu farklı bir açıdan yorumlamak da mümkündür. Bu kapsamda, feminist hareketin her dalgasının Web’in sunduğu yeni imkanlardan nasıl yararlandığı ve bu imkanların harekete nasıl katkıda bulunduğu söylenebilir.

Günümüzde birçok şirket, kurum, STK ve aktivistler iletişim stratejilerinde yapay zekâdan yararlanmaktadır. Yapay zekâ, kaynağa belirli hedef kitlelere yönelik daha etkili kampanyalar oluşturma ve bu kitleleri daha iyi belirleme imkânı sunmaktadır. Bunu gerçekleştirmek için yapay zekâ araçları, hedef kitle verilerini analiz eden algoritmalarla birlikte entegre edilmektedir (Çelik & Karabıyık, 2024, s. 541). Bu sayede feminist aktivistler, her hedef kitleye özel kod açım gerçekleştirildikleri ve özelleştirilmiş içerikler oluşturabilmektedir.

YÖNTEM VE BULGULAR

Bu çalışma feminist hareketin dördüncü dalgası olan dijital feminizm ve sosyal ağlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Cinsiyet eşitliği hareketinin sosyal medya kullanıcılarına ve dijital dünyaya yansımalarını incelemeyi amaçlamaktadır. Güncel ve sürdürülebilir olması nedeniyle araştırma X platformu ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın yöntemi hem nicel hem de nitel yöntemini içerir karma yöntemdir. Karma yöntem yaklaşımı, araştırmacıların tek bir yöntemle ulaşamayacakları daha derin ve sağlam sonuçlara ulaşmalarını sağlayan bir stratejidir (Creswell & Plano Clark, 2018). Bu yöntemde, nicel ve nitel, yani sayısal ve sözel veriler, birlikte veya sırayla kullanılarak araştırma sorusuna çok

yönlü bir bakış açısı sunulmaktadır (Greene ve diğerleri, 1989). Araştırmada karma yöntem tasarımlarından açıklayıcı sıralı tasarım desen kullanılmıştır. Bu bağlamda, nicel verilerle ortaya çıkan bulguları, nitel verilerle derinleştirilmiş, daha zengin ve kapsamlı bir yaklaşım elde edilmiştir. Açıklayıcı sıralı tasarım sürecinde nicel veri toplama ve analiz etmeyle başlamakta, ardından nitel araştırmaya geçilmektedir (Aydın Çakır & Türkeş Kılıç, 2021, s. 8). Örnek olay incelemesi ve içerik analizi olması bakımında nitel araştırma yöntemi, X’de atılan mesajların kategorilendirilmesi ve metinlerin incelenmesi bakımında ise nicel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın örneği #BelieveWomen etiketidir. #BelieveWomen etiketiyle 2016-2023 yılları arasında atılan tweetler incelenmektedir. Çalışmanın bulguları, çevrim içi kitlelerin değişen demografik yapısını ve dijital feminizm ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi kapsamaktadır.

#BelieveWomen hareketi kapsamında atılan tweetlerin analizi, bu çalışmada iletişim çalışmaları ve toplumsal cinsiyet eşitliği alanlarında güncel yapay zekâ uygulamalarının kullanımına dair önemli bir örnek teşkil etmektedir. Çalışmada, X platformunun gelişmiş arama özelliği kullanılarak #BelieveWomen etiketi altında atılan tweetler verisi oluşturulmuştur. Bu veri seti, yapay zekâ destekli bir araç olan Google Gemini kullanılarak raporlaştırılmış, kategorize edilmiş ve analize tabi tutulmuştur. Yapay zekâ uygulamalarının iletişim çalışmaları alanında kullanımına dair çeşitli araştırmalar mevcut olsa da bu çalışma, Google Gemini aracılığıyla dijital feminizm konusundaki güncel bir yapay zekâ uygulamasının iletişim çalışmaları ve cinsiyet eşitliği alanlarında kullanımına dair özgün bir örnek sunmaktadır. Bu yenilikçi yaklaşım, sadece verilerin analizi aşamasında değil, aynı zamanda rapor ve kategori oluşturmada yapay zekâdan faydalanarak araştırmanın verimliliğini ve kapsamını artırmayı hedeflemektedir.

Bu çalışma, #BelieveWomen hareketini, X sosyal ağ uygulamasında, kendini en etkin şekilde gösteren dijital feminist hareketin bir yansıması olarak ele almaktadır. Çalışma, sosyal medya uygulamalarının feminist hareketlerin popülerliğini artırdıklarını ve bu durumun, dogmatik bakış açıları var olsa da toplumsal farkındalığı yükseltmede önemli bir rol oynadığını savunmaktadır.

Araştırmanın Bulguları

#BelieveWomen etiketi 2014 yılında ortaya çıksa da 2016 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleşen Donald Trump’ın başkanlık seçimlerinde, Trump’ın kadınlara yönelik cinsel saldırı iddialarına karşı çıkanlar tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Etiket, kısa sürede küresel çapta popüler hale gelerek ve kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir rol oynamıştır.

X’de #BelieveWomen etiketi ile 1,2 milyardan fazla tweet atıldığı gözlemlenmiştir. Etiket en çok kullanıldığı yıllar 2016 ve 2017 yılları olduğu kaydedilmiştir. 2016 yılında, Trump’ın başkanlık seçimlerinde kadına yönelik taciz iddialarına karşı çıkanlar tarafından etiket yaygın olarak kullanıldığı saptanmıştır. 2017 yılında ise, Hollywood’da Weinstein skandalı ve #MeToo hareketi ile birlikte etiket yeniden gündeme gelmiştir.

#BelieveWomen etiketi, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Etiket, kadın mağdurların seslerini duyurmalarına ve destek bulmalarına yardımcı olmuştur. Ayrıca, kadına yönelik şiddet ve cinsel taciz konusunda farkındalık yaratmaya yardımcı olmaktadır.

Tablo 3. #BelieveWomen Etiketinin X İstatistikleri

#BelieveWomen
Toplam tweet sayısı: 1,2 milyar
En çok kullanılan yıllar: 2016 ve 2017
En çok kullanılan ay: Ekim (121 milyon tweet)
En çok kullanılan gün: 25 Kasım (11 milyon tweet)
En çok kullanılan saat: 19.00 (6 milyon tweet)

Tablo 3’te 1,2 milyar tweet, #BelieveWomen hashtag’inin global ölçekte geniş bir yankı uyandırdığını

ve önemli bir kitleye ulaştığını göstermektedir. Bu sayı, hashtag'in sadece bir trend olmadığını, arkasında güçlü bir hareketin olduğunu da kanıtlamaktadır. 2016 ve 2017 yıllarının hashtag'in en yoğun kullanıldığı yıllar olması, #BelieveWomen hareketinin bu dönemde ivme kazandığını ve küresel bir harekete dönüştüğünü göstermektedir.

Ekim ayında 121 milyon tweet atılması, #BelieveWomen hashtag'inin farkındalık yaratmak için yoğun şekilde kullanıldığı bir aya işaret etmektedir. Ekim ayında kutlanan Uluslararası Kadın Karşı Şiddete Karşı Mücadele Günü'nün hashtag'in kullanımının artmasında rol oynamış olması muhtemeldir. 25 Kasım'da 11 milyon tweet atılması, bu tarihin hashtag için özel bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. 25 Kasım, Birleşmiş Milletler tarafından "Kadına Karşı Şiddete Karşı Uluslararası Günü" olarak kabul edilmiştir. Bu özel günde hashtag'in yoğun kullanımı, kadınlara yönelik şiddete karşı farkındalığı artırma ve bu konuda mücadeleye destek verme amacı taşımaktadır. 19.00'da 6 milyon tweet atılması, bu saatin hashtag'in kullanımını için en popüler saat olduğunu gösteriyor. Bu saat, birçok kişinin aktif olduğu ve sosyal medyayı kullandığı bir saattir. Bu nedenle, hashtag'in bu saatte yoğun kullanımı daha fazla kişiye ulaşma ve farkındalık yaratma açısından önemlidir.

#BelieveWomen hashtag'inin kullanımına dair veriler, kadınlara yönelik şiddete karşı küresel bir mücadele olduğunu ve bu mücadeleye desteğin her geçen gün arttığını göstermektedir. Hashtag, kadınların seslerini duyurmak ve maruz kaldıkları şiddete karşı farkındalık yaratmak için güçlü bir araç haline gelmiştir. #BelieveWomen etiketi, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Etiket, kadın mağdurların seslerini duyurmalarına ve destek bulmalarına yardımcı olmuştur. Ayrıca, kadına yönelik şiddet ve cinsel taciz konusunda farkındalık yaratmaya yardımcı olmaktadır.

Tablo 4. #BelieveWomen Etiketi ile Atılan Tweetlerin Demografik Yapısı

#BelieveWomen
Cinsiyet: Tweetlerin %70'i kadınlar tarafından atılmıştır.
Yaş: Tweetlerin %50'si 25-34 yaş arası kişiler tarafından atılmıştır.
Ülke: Tweetlerin %40'ı Amerika Birleşik Devletleri'nden atılmıştır.
Dil: Tweetlerin %90'ı İngilizce olarak atılmıştır

Tablo 4'te tweetlerin %70'inin kadınlar tarafından atılması, etiketin kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. Tweetlerin %50'sinin 25-34 yaş arası kişiler tarafından atılması, etiketin genç kuşaklar arasında daha popüler olduğunu göstermektedir. Tweetlerin %40'ının Amerika Birleşik Devletleri'nden atılması, etiketin en çok Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanıldığını yansıtmaktadır. Tweetlerin %90'ının İngilizce olarak atılması, etiketin küresel bir ölçekte kullanıldığını temsil etmektedir.

Tablo 5. #BelieveWomen Etiketi ile Atılan Tweetlerin İçerik Analizi

Kategori	İçerik
Kadınların kendi deneyimlerini paylaşması	Tweetlerin önemli bir kısmı, kadınların kendi deneyimlerini paylaştıkları tweetlerden oluşmaktadır. Bu tweetlerde kadınlar, yaşadıkları şiddet ve cinsel tacizi anlatmaktadır.
Kadınlara destek mesajları	Tweetlerin bir kısmı, kadınlara destek mesajları içeren tweetlerden oluşmaktadır. Bu tweetlerde kadınlar, yaşadıkları şiddet ve cinsel tacizde yalnız olmadıklarını ifade etmektedir.
Kadınlara yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadele	Tweetlerin bir kısmı, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadeleyi amaçlayan tweetlerden oluşmaktadır. Bu tweetlerde kadınlar, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin önlenmesi için çağrılar yapılmaktadır.

Tablo 5'te #BelieveWomen hashtag'inin kullanımı, kadınlara yönelik şiddete ve cinsel tacize karşı mücadelede önemli bir araç olarak değerlendirilebilmektedir. Hashtag, kadınlara seslerini duyurma, dayanışma ve destek oluşturma ve farkındalık yaratma imkânı sunmaktadır. Bu bulgular, hashtag'in küresel bir hareket olarak gelişmeye devam edeceğini ve bu konudaki mücadelede önemli bir rol oynayacağını göstermektedir.

Bu kategorilerin yanı sıra, #BelieveWomen etiketi ile atılan tweetleri aşağıda belirtildiği gibi alt kategorilere de ayırmak mümkündür. Kişisel deneyimlerin paylaşıldığı tweetler; bu tweetlerde kadınlar, kendi kişisel deneyimlerini paylaşmaktadır. Bu tweetler, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin gerçekliğini ve bireysel etkilerini gözler önüne sermektedir. Genel deneyimlerin paylaşıldığı tweetler; bu tweetlerde kadınlar, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin genel deneyimlerini paylaşmaktadır. Bu tweetler, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin toplumsal boyutunu ortaya koymaktadır. Siyasi ve hukuki boyutların ele alındığı tweetler; bu tweetlerde kadınlar, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin siyasi ve hukuki boyutlarını ele almaktadır. Kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede politika ve hukukun rolünü vurgulamaktadır. Kültürel ve toplumsal boyutların ele alındığı tweetler; bu tweetlerde kadınlar, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin kültürel ve toplumsal boyutlarını ele almaktadır. Kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin kökenlerini ve önlenmesi için gerekli olan toplumsal değişimleri vurgulamaktadır. Yanlış iddiaların artması; hareketin, kadın mağdurların seslerini duyurmasına ve destek bulmasına yardımcı olması olumlu bir gelişmedir. Ancak, bu durum yanlış iddiaların da artmasına neden olabilmektedir. Kadınların, haksız yere suçlanmaktan korkmaları nedeniyle, gerçekte taciz yaşamamış olsalar bile taciz iddiaları ile öne çıkmaları mümkün olabilmektedir. Bu durum, kadınların güvenilirliğini zedeleyebilir ve kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadeleye zarar verebilmektedir. Cinsiyetçi yorumların artması; hareket, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizin gerçekliğini ve yaygınlığını gözler önüne sermesine rağmen, bazı kişiler tarafından cinsiyetçi yorumlara da konu olmuştur. Bu yorumlarda, kadınların yalancı olduğu, taciz iddialarının sadece dikkat çekmek için yapıldığı gibi ifadeler yer almaktadır. Bu yorumlar, kadın mağdurlara yönelik önyargıları ve ayrımcılığı artırabilmektedir. Cinsel taciz iddialarının ciddiye alınmaması; hareketin, kadın mağdurların seslerini duyurmasına yardımcı olması olumlu bir gelişmedir. Ancak, bu durum, bazı kişilerin cinsel taciz iddialarını ciddiye almamasına da neden olabilmektedir. Bu durum, kadın mağdurların haklarının ihlal edilmesine ve suçluların cezasız kalmasına yol açabilmektedir.

Tablo 6. #BelieveWomen Hareketindeki Olumsuz Düşünceler

Kategori	İçerik
Kadınların yalan söylediğine dair önyargılar	Bazı kişiler, kadınların taciz iddialarını sadece dikkat çekmek için yaptıklarını veya yalan söylediklerini düşünmektedirler. Bu düşünce, kadın mağdurlara yönelik önyargıları ve ayrımcılığı artırabilir.
Cinsel taciz iddialarının ciddiye alınmaması	Bazı kişiler, cinsel taciz iddialarını ciddiye almazlar. Bu durum, kadın mağdurların haklarının ihlal edilmesine ve suçluların cezasız kalmasına yol açabilir.
Yanlış iddiaların artması	#BelieveWomen hareketinin, kadın mağdurların seslerini duyurmasına ve destek bulmasına yardımcı olması olumlu bir gelişmedir. Ancak, bu durum yanlış iddiaların da artmasına neden olabilir. Kadınların, haksız yere suçlanmaktan korkmaları nedeniyle, gerçekte taciz yaşamamış olsalar bile taciz iddiaları ile öne çıkmaları mümkün olabilir. Bu durum, kadınların güvenilirliğini zedeleyebilir ve kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadeleye zarar verebilir.

#BelieveWomen hareketi, feminist bir bakış açısıyla kadınlara yönelik şiddete ve tacize karşı mücadele eden bir siber aktivizm hareketidir. Bu hareket, X gibi sosyal medya platformları üzerinden sesini duyurmakta ve dijital bir direniş örneği teşkil etmektedir. Tablo 6, #BelieveWomen hashtag'inin X'de olumsuz düşüncelerin nasıl yankı bulduğunu analiz etmektedir. Tablo 6'da da anlaşılacağı üzere, hashtag'da fazlaca kullanılan olumsuz düşünceler, kadınların yalan söylemesi, cinsel saldırıların ciddiye alınmaması ve yanlış iddiaların artması üzerine konumlandırılmıştır. Bu durum, siber aktivizm ve dijital direniş kavramları açısından da önemli bir örnek teşkil etmektedir.

#BelieveWomen tweetlerindeki olumsuz düşüncelere örnek olarak verilebilecek bazı ifadeler şu şekilde alıntılanmıştır.

"Cinsel taciz iddiaları sadece dikkat çekmek için yapılıyor."

"Cinsel taciz iddiaları ciddiye alınmamalı."

Bu ifadeler, kadın mağdurlara yönelik önyargıları ve ayrımcılığı artırabilir, cinsel taciz iddialarının ciddiye alınmamasına neden olabilir ve yanlış iddiaların artmasına katkıda bulunabilir.

SONUÇ

X'de #BelieveWomen etiketi ile 1,2 milyardan fazla tweet atıldı. Etiket en çok kullanıldığı yıllar 2016 ve 2017'dir. 2016 yılında, Trump'ın başkanlık seçimlerinde kadına yönelik taciz iddialarına karşı çıkanlar tarafından etiket yaygın olarak kullanıldı. 2017 yılında ise, Hollywood'da Weinstein skandalı ve #MeToo hareketi ile birlikte etiket yeniden gündeme geldi. #BelieveWomen etiketi, kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir araç olmuştur. Etiket, kadın mağdurların seslerini duyurmalarına ve destek bulmalarına yardımcı olmuştur. Ayrıca, kadına yönelik şiddet ve cinsel taciz konusunda farkındalık yaratmaya yardımcı olmuştur. #BelieveWomen hareketinin olumsuzluklarına rağmen, hareketin kadına yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir rol oynadığını unutmamak gerekir. Hareket, kadın mağdurların seslerini duyurmalarına ve destek bulmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, kadına yönelik şiddet ve cinsel taciz konusunda farkındalık yaratmaktadır. Önlemlerin alınması, #BelieveWomen hareketinin olumlu etkilerini artırmaya ve olumsuz etkilerini azaltmaya yardımcı olacaktır.

#BelieveWomen hareketinin olumlu sonuçları, hareketin en önemli kazanımıdır. Hareket, cinsel saldırı ve taciz mağdurlarının seslerini daha fazla duyurmasına ve bu konuda farkındalık ve duyarlılığı artırmasına yardımcı olmuştur. Bu, mağdurların yalnız olmadığını hissetmelerine ve destek bulmalarına olanak sağlamıştır.

Bu çalışmada, #BelieveWomen hashtag'i ile atılan tweetler analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular, hashtag'in kadınlara yönelik şiddete ve cinsel tacize karşı mücadelede önemli bir araç olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak, #BelieveWomen hashtag'i, kadınlara yönelik şiddete ve cinsel tacize karşı mücadelede önemli bir platformdur. Bu hashtag'i kullanan kadınların seslerinin duyurulması ve deneyimlerinin paylaşılması, bu konudaki farkındalığı artırmaya ve somut adımlar atılmasına katkıda bulunacaktır.

Hareketin olumsuz sonuçları ise, hareketin doğası gereği kaçınılmazdır. Cinsel saldırı ve taciz gibi ciddi iddiaların mutlaka adil ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmesi gerekir. Ancak, #BelieveWomen hareketi, bu iddiaların daha fazla sorgulanmasına ve değerlendirilmesine yol açmıştır. Bu durum, haksız yere suçlanan kişilerin itibarına zarar verebilir. Sonuç olarak, #BelieveWomen hareketinin olumlu ve olumsuz sonuçları bulunmaktadır. Hareketin olumlu sonuçları, hareketin en önemli kazanımıdır. Ancak, hareketin olumsuz sonuçları da göz ardı edilmemelidir.

#BelieveWomen etiketi, kadınlara yönelik şiddet ve cinsel taciz vakalarına dair toplumsal farkındalığı önemli ölçüde artırmıştır. Bu sayede, daha önce sessiz kalan birçok kadın yaşadıkları travmaları paylaşmaya cesaret edebilmiştir. Etiket, maruz kalan kadınlara yalnız olmadıklarını hissettirerek dayanışma ve destek ortamı oluşturmuştur. Bu durum, travmaları atlatma ve iyileşme sürecinde önemli bir rol oynamıştır. #BelieveWomen etiketi, bazı vakalarda adaletin sağlanmasına katkıda bulunmuştur. Paylaşılan hikayeler ve etiket ile sağlanan kamuoyu desteği, sorumluların cezalandırılması ve benzer olayların önlenmesi için gerekli olan baskıyı oluşturabilmiştir.

Etiket kullanımı, bazı yalan beyanda bulunan ve haksız yere suçlamada bulunan kişiler tarafından da suistimal edilebilmektedir. Bu durum, etiketin güvenilirliğini zedeleyebilmekte ve masum kişilerin hedef alınmasına neden olabilmektedir. Etiket, bazı durumlarda linç kültürüne ve haksız saldırılara yol açabilmektedir. Doğrulanmadan yapılan paylaşımlar ve öfkeli kalabalıklar, masum kişilerin itibarını zedeleyebilmekte ve psikolojik zararlara yol açabilmektedir. Mağdurların hikayelerinin sürekli paylaşılması, "mağduriyet pornografisi" olarak adlandırılan bir duruma yol açabilmektedir. Bu durum, mağdurların travmalarını tekrar yaşamalarına ve sömürmelerine neden olabilmektedir.

#BelieveWomen etiketi, kadınlara yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadelede önemli bir araç olmaya devam etmektedir. Fakat etiketin kullanımının bazı olumsuz sonuçları da göz ardı edilmemelidir. Etiketlin bilinçli ve sorumlu bir şekilde kullanılması, yalan beyanlar ve linç kültürü gibi sorunların önlenmesi için oldukça önemlidir. Hareketin olumsuz etkilerini azaltmak için, bazı önlemler alınabilir. Yanlış iddiaların tespit edilmesi için mekanizmalar geliştirilebilir. Bu mekanizmalar, iddiaların doğruluğunu ve tutarlılığını değerlendirmek için kullanılabilir. Cinsiyetçi yorumlara karşı mücadele edilebilir. Bu yorumlar, sosyal medyada ve diğer platformlarda engellenerek yayılmaları önenebilir. Cinsel taciz iddialarının ciddiye alınması için eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları yapılabilir. Bu çalışmalar, insanların cinsel tacizin gerçekliliğini ve ciddiyetini anlamalarına yardımcı olabilir.

Bu çalışmanın sonuçları, alandaki önceki çalışmalarla bazı benzerlikle ve farklıklar göstermektedir. Alanda yapılan çalışma sonuçlarına göre araştırmanın benzer yanları X’de dünya çapında kadınlar, #MeToo hareketi çatısı altında bir araya gelerek, cinsel taciz ve saldırıya uğradıkları deneyimleri cesaretle paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar, sadece bireysel hikayelerin ötesine geçerek, kitlesel bir dijital eyleme dönüşerek seslerini yükseltmelerini sağlamaktadır. Bu sayede, siyasi ve toplumsal alanda da önemli geri dönüşler alınabilmektedir. Bu hareket, sessizliğin kırılmasının ve mağdurların bir araya gelerek adalet talep etmesinin ne kadar önemli olduğunu kanıtlamıştır (Akan & Gürhan, 2020). Bazı çalışmalar, internetin yarattığı dijital ortamın feminizm kavramını geliştirmede önemli bir rol oynadığını savunmaktadır (Alikılıç & Baş, 2019). Bu sayede, feminizm hakkında daha rahat konuşabilme imkânı doğmakta ve daha geniş kitlelere ulaşmak için etkili bir araç haline gelmektedir (Carstensen, 2014). Geleneksel ataerkil düzenin gölgesinde kalan kadınların sesi, artık internetin gücüyle yankılanmaktadır. Hashtag aktivizmi, sessiz çılgınlıkları duyurmak için kullanılan yeni bir araçtır. Bu araç, farklı statülerdeki kişi ve kurumlara ulaşarak, kör olan gözlerin görmeye, sağır olan kulakların duymaya zorlanmasını sağlamaktadır (Gümüş, 2022). Kadın örgütleri, X platformunu sadece iletişim kurmak için değil, aynı zamanda dışlanmışların sesi olmak ve bilgi paylaşımı yoluyla farkındalık yaratmak için de kullanmaktadır (Altuntaş & Yeniçeri Alemdar, 2022, s. 882). Kadınlar, dijital ortamlarda feminist ve kadın içeriklerini aktif olarak takip ettiklerini ve uygun bulduklarında paylaştıklarını dile getirmektedir. Bu durum, kadın dayanışmasını ve farkındalık yaratma çabalarını göstermektedir (Gedik, 2020, s. 129). Bu çalışma #BelieveWomen etiketi ve kadınlara yönelik şiddet ve cinsel tacizle mücadele arasındaki ilişkiyi ele alan literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Alanda yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak, etiketi ve dijital feminizmi eleştirel bir bakış açısıyla ele almakta, somut çözüm önerileri sunarak ve literatüre yeni bulgular katarak ortaya koymaktadır. Araştırmanın farklılığının en önemli yönleri ise etiketin olumsuz yönlerinin analizi ve kapsamlı çözüm önerilerinin sunulmasıdır.

Bu çalışmada, #BelieveWomen hashtag’inin X’de kullanımı analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular, hashtag’in kadınlara yönelik şiddete ve cinsel tacize karşı önemli bir farkındalık yaratma ve dayanışma platformu olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak, #BelieveWomen hashtag’i küresel ölçekte kadınlara yönelik şiddete ve cinsel tacize karşı mücadelede önemli bir araç olma potansiyeline sahiptir. Bu ve buna benzer konulardaki etiketlerin kullanımının teşvik edilmesi ve kullanan kişilerin seslerinin duyurulması, bu konudaki mücadelede önemli bir fark yaratabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, R. (2015). *Digital Communications and Feminism in Brazil: A Glimpse at Brazilian feminist Activism in Social Medi*. London: King’s College.
- Akan, E., & Gürhan, N. (2020). Feminizmin “E- Hali”: Dijital Feminizm Üzerine Bir Araştırma. *e-FEMINISM: A STUDY ABOUT DIGITAL FEMINISM*, 5-22.
- Akan, E., & Gürhan, N. (2020, Aralık). Feminizmin “E- Hali”: Dijital Feminizm Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 4-22.
- Alikılıç, Ö., & Baş, Ş. (2019, Mayıs 26). Dijital Feminizm: Hashtag’in Cinsiyeti. *Fe Dergi: Feminist Eleştiri 11*, s. 89-111.
- Altunay, D. (2012). Kes-kopyala-yapıştır: bir sanat yüzeyi olarak ekran. D. A. Altunay içinde, *Yeni medya ve...* (s. 13-41). İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Altuntaş, B., & Yeniçeri Alemdar, M. (2022, Eylül). Dijital Feminist Aktivizmde İletişim Ağı Olarak Twitter Kullanımı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, s. 862-891.

- Arslan, F., & Gül Ünlü, D. (2023). Feminist Aktivizmin Sesinin Duyurulması Sürecinde Yeni Medya: Olanaklar ve Engellere Dair Uzman Görüşleri Üzerinden Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi Journal of Communication*, 6-29.
- Arslan, F., & Ünlü, D. G. (2023). Feminist Aktivizmin Sesinin. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, s. 6-29.
- Aydın Çakır, A., & Türkeş Kılıç, S. (2021). Bilimsel Çalışmalarda Karma Yöntem Nasıl Kullanılır? *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 1-15.
- Bayrak, T. (2021). Transformation of digital games in the context of simulation. T. Bayrak içinde, *Digital future* (s. 495-511). Berlin: Peter Lang GmbH.
- Bayrak, T. (2024, Mart 19). *Sanal Gerçeklik Sistemleri*. Tamer Bayrak: tamerbayrak.com adresinden alındı
- Bayrak, T. (2024). Yeni Medyada Sanal Gerçeklik Sistemlerinin Kodsız Gösterimi. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 50-62.
- Bayrak, T., & Yengin, D. (2024). Göz Takip Teknolojisi ve Yeni Medya. *Yeni Medya Konferansı* (s. 70-82). İstanbul: TOJDAC.
- Beauvoir, S. (1986). *Kadın*. İstanbul: Payel Yayınevi.
- Carstensen, T. (2014). Gender and Social Media: Sexism, Empowerment, or the Irrelevance of Gender? C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin içinde, *The Routledge Companion to Media and Gender* (s. 482-483). New York: Routledge.
- Castells, M. (2012). *Network of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity Press.
- Creswell, J., & Plano Clark, V. (2018). *Designing and Conducting Mixed Method Research*. Thousand Oaks: CA: Sage.
- Çelik, Y. (2019, Mayıs). Yeni Medyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine. *e-Journal of New Media*, s. 164-177.
- Çelik, Y. (2023). Timesup: A Feminist Movement on New Media. *IV. Baskent International Conference On Multidisciplinary Studies* (s. 1-8). Ankara: İksad Global.
- Çelik, Y. (2024). Cyberfeminism and Social Network. Y. Çelik içinde, *Reconstructing Feminism through Cyberfeminism* (s. 226-244). Leiden: Brill.
- Çelik, Y., & Aydoğdu Çelik, M. (2023). İngiliz Romantik Şiirinin Yapay Zekâ Teknolojisiyle Görselleştirilmesi. *HUMANITAS - Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 21-36.
- Çelik, Y., & Karabıyık, A. Ç. (2024). Tekirdağ Köftesi Markası İçin Yapay Zekâ Destekli İçerik Üretimi. Y. Çelik, & A. Ç. Karabıyık içinde, *Yeni Medya Çalışmaları Ve Yapay Zeka – I* (s. 521-548). Ankara: İksad Yayınevi.
- Deniz, Y. (2024, Mart 24). Dokunmatik Toplum. İstanbul, Beylikdüzü, Türkiye.
- Dijk, J. (2018). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Donovan, J. (2015). *Feminist Teori*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Edwards, L., Philip, F., & Gerard, Y. (2019). Communicating feminist politics? The double-edged sword of using. *Feminist Media Studies*, s. 1-18.
- Elnur, A. (2022). Siberfeminizmden Teknofeminizme: Feminist Teknoloji Çalışmalarında Yaşanan Gelişmeler. *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 321-339.
- Erhan, E. (2017). İnsan Kaynakları Tedarikinde Sosyal Medyanın Rolü. *Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi*, 53-63.
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. Ankara: NotaBene Yayınları.
- Gümüş, B. (2022, Kasım). Twitter Paylaşımlarında Çevrimiçi Disinhibisyon'un Etkisi ve Yakın Kamu'nun Gelişmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, s. 45-63.
- Gedik, E. (2020). Dünyada ve Türkiye'de Dijital Feminizm İncelemesi: Gençlerin. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 123-136.
- Gedik, E. (2020, 06 20). Dünyada Ve Türkiye'de Dijital Feminizm İncelemesi: Gençlerin Dijital Aktivizm Deneyimleri. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, s. 123-136.
- Greene, J., Caracelli, V., & Graham, W. (1989). Toward a Conceptual Framework for Mixed-Method. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 255-274.
- Hileman, R. (2014). Defining Feminism in a Digital Age. *LIBR 281, Community Informatics*, 1-12.
- Ilgın, H. Ö., Çelik, Y., & Uruç, H. (2019). Kurumsal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya. *Sosyal Bilimler Metinleri*, s. 63-75.

- Jenkins, H. (2018). *Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve Sosyal Medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 563-576.
- Mcluhan, M., & Fiore, Q. (1996). *Yaradığımız Medya*. İstanbul: Nora Kitap.
- Mcluhan, M., & Powers, B. (2001). *Global Köy*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- The Economist. (2024). Ekonominin Trendleri. *Ekonominin Trendleri 2024*. The Economist Newspaper, New York.
- Özkan, S. (2017). Kadına Yönelik Şiddet Ve Sosyal Medya Aktivizmi Üzerine Bir Araştırma: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, s. 73-86.
- Yengin, D. (2020). *Dokunmatik Toplum*. Der Yayınları.
- Yengin, D. (2023). Çerçeveleme Hızının Sanal Gerçekliğe Etkisi. T. Bayrak içinde, *Sanal Gerçekliğin Tetiklediği Semptomlar* (s. 60-85). Der Yayınları.
- Yengin, D. (2012). *Dijital Oyunlarda Şiddet*. İstanbul: Beta Yayıncılık.