

HASHTAG AKTİVİZMİ ARAŞTIRMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Burak İLİ
İğdır Üniversitesi, Türkiye
burak.ili@igdir.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0003-2816-101X>

Güven Necati BÜYÜKBAYKAL
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
guvenb@istanbul.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-1494-2176>

<i>Atıf</i>	İli, B. & Büyükbaykal, G. N. (2023). Hashtag Aktivizmi Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 13 (4), 900-915.
-------------	---

ÖZ

Tarihsel olarak marjinalize edilen topluluklar ve seslerini duyuramayan bireyler için sosyal medya, önemli bir etkileşim ve farkındalık imkânı sunmaktadır. Sosyal medyanın yaygın kullanımı, hemen her alanda olduğu gibi toplumsal hareketlerin ve aktivizm faaliyetlerinin yeniden şekillenmesinde de önemli rol oynamaktadır. Bu kapsamda ortaya çıkan hashtag aktivizmi, sosyal medya ağlarında hashtaglerin kullanımıyla gerçekleşen bir dijital aktivizm hareketi olarak dikkat çekmektedir. Bu araştırma, uluslararası bir veri tabanı olarak dünya çapında kullanılan Scopus'ta yayınlanmış hashtag aktivizmine yönelik çalışmaların bibliyometrik analiz ile incelenerek, günümüzdeki ve gelecekteki eğilimleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, 5 Haziran 2023 tarihinde “hashtag activism” terimi kullanılarak Scopus'ta bir inceleme gerçekleştirilmiş ve araştırma başlıklarında bulunması şeklinde sınırlandırılarak toplamda 72 akademik çalışmaya ulaşılmıştır. Hashtag aktivizmine yönelik araştırmalar, VOSviewer yazılımı kullanılarak yazarlar, yayın yılları, anahtar kelimeler, atıflar, ülkeler ve ortak yazarlık gibi farklı çerçevelerde incelenerek tablollaştırılmış ve görselleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, henüz yeni sayılabilecek bir kavram olan hashtag aktivizmine yönelik araştırmaların Scopus veri tabanında 2015 yılı itibarıyla yayınlandıkları, toplamda 72 araştırmanın genellikle ülke bazında gerçekleştirildiği, en çok yayın yapan ve atıf alan ülkenin Amerika Birleşik Devletleri olduğu ve hashtag aktivizminin en çok sosyal medya, feminizm ve Twitter anahtar kelimeleri ile birlikte kullanıldığı gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hashtag Aktivizmi, Sosyal Medya, Toplumsal Hareketler, Bibliyometrik Analiz, Scopus, VOSviewer.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF HASHTAG ACTIVISM RESEARCHES

ABSTRACT

Social media provides an important platform for historically marginalized communities and individuals who have struggled to have their voices heard. The widespread use of social media has played a significant role in reshaping social movements and activism, much like in other areas. In this context, hashtag activism has emerged as a form of digital activism that utilizes the use of hashtags on social media networks. This research aims to examine studies on hashtag activism published in Scopus, an internationally recognized database, using bibliometric analysis to identify current and

future trends. On June 5, 2023, a review was conducted on Scopus using the term "hashtag activism," and a total of 72 academic studies were obtained, limited to those that had the term in their research titles. Studies on hashtag activism were analyzed and visualized using VOSviewer software, focusing on authors, publication years, keywords, citations, countries, and co-authorship. The findings indicate that research on hashtag activism, still considered a relatively new concept, has been published in the Scopus database since 2015. The analysis revealed a total of 72 studies, primarily conducted on a country basis. The United States emerged as the leading country in terms of publications and citations. The study also found that the most common keywords associated with hashtag activism were social media, feminism and Twitter.

Keywords: *Hashtag Activism, Social Media, Social Movements, Bibliometric Analysis, Scopus, VOSviewer.*

GİRİŞ

Toplumsal hareketler, insanlık tarihi boyunca önemli bir rol üstlenerek toplumların dönüşümüne katkıda bulunmuştur. Bireylerin ve toplulukların adalet, eşitlik, özgürlük, insan hakları, çevre ve iklimin korunması, cinsiyet eşitliği, ırkçılık karşıtlığı gibi konular çerçevesinde seslerini duyurmak, farkındalık yaratmak ve taleplerini iletmek amacıyla bir araya gelmesi, toplumsal değişimi tetikleyen güçlü bir mekanizma olmuştur. Toplumsal hareketler, genellikle belirli bir sorun veya haksızlıkla ilgili duyarlılığın artmasıyla ortaya çıkar. İnsanlar, adaletsizlik veya baskı hissettikleri durumlarda bir araya gelerek, sorunlarına dikkat çekmek ve değişim taleplerini dile getirmek için çeşitli yöntemler kullanırlar. Bu yöntemler arasında kitlesel protestolar, mitingler, gösteriler, sivil itaatsizlik eylemleri, kampanyalar, lobi faaliyetleri, medya ve diğer iletişim araçlarını kullanma yer alır. Toplumsal hareketlerin temel amacı, mevcut düzeni sorgulamak, değiştirmek veya geliştirmektir. Bu hareketler hükümetlere, şirketlere veya diğer güç sahiplerine karşı tepki gösterebilmekte ve politik, ekonomik veya sosyal değişim taleplerini dile getirebilmektedir. Aynı zamanda, bu hareketler toplumun dikkatini belirli bir konuya çekerek farkındalık oluşturmakta ve toplumun genel görüşünü şekillendirmektedir.

Teknolojinin hızla gelişmesi ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, toplumsal hareketlerin ve aktivizmin yepyeni bir boyut kazandığı görülmektedir. Yeni aktivizm hareketleri, kullanıcıların duygu ve düşüncelerini ifade ettikleri, tartışmalar başlattıkları bir yapıya sahiptir. Ancak parti kurmak ya da kurumsallaşmak gibi faaliyetler içermemektedirler (Castells, 2013: 197). Geleneksel aktivizm yöntemlerinin yanında, dijital dünyanın sunduğu olanaklarla ortaya çıkan hashtag aktivizmi, toplumda dikkat çekmeyi, değişim taleplerini duyurmayı ve hareketlerin sesini yükseltmeyi hedeflemektedir. Hashtag aktivizmi, sosyal medya platformlarında popüler olan belirli bir konu veya kampanya etrafında bir araya gelen bireylerin, konuya ilişkin paylaşımlarını belirli bir etiketle birleştirerek görsel ve metin tabanlı içeriklerle desteklemesini içeren bir dijital aktivizm hareketidir. Bu araştırmaya konu olan ve son yıllarda ilgi çeken bir alan haline gelen hashtag aktivizminin etkileri, kullanımı, stratejileri ve değişim potansiyellerine yönelik birçok araştırma gerçekleştirilmiştir (Clark, 2016; Jackson, 2016; Rentschler, 2017; Stache, 2016; Wonneberger vd., 2021; Reynolds & Mayweather, 2021; Xie vd., 2023; Leimbach & Palmer, 2022).

Sosyal medya, başta genç bireyler olmak üzere dünyanın çeşitli bölgelerinde benzer konulara ilgi duyan diğer kullanıcılara, protestolara katılmak ve aktif katılım sağlamak için erişilebilir bir alan sunmaktadır (Stornaiuolo & Thomas, 2017). Twitter, hashtagleri en çok kullanan platformlardan biridir. Twitter'da hashtagler, bilgi ve içeriklerin sosyal medyada geniş çapta yayılmasını sağlamaktadır (Ofori-Parku & Moscato, 2018). Hashtag aktivizmi, bir içeriği paylaşma, beğenme, yorum yapma veya retweetleme aracılığıyla kullanıcılar için başka herhangi bir eylem gerektirmeyen aktivizmdir. Kavram, genellikle Twitter üzerinde bir konuyu duyurmak için sıklıkla kullanılan hashtagler (#) aracılığıyla birlikte nitelendirilmektedir (Mishra, 2018: 51).

Bu araştırma, hashtag aktivizmi fenomenini derinlemesine anlamayı ve bu alandaki önemli gelişmeleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda literatür incelemesinin yanı sıra Scopus veri tabanından

elde edilen hashtag aktivizmine yönelik 72 araştırma incelenmiştir. Ayrıca, sosyal medyanın rolü, hashtaglerin kullanımı, katılımın teşvik edilmesi ve etki yaratma stratejileri gibi konular ele alınarak, hashtag aktivizminin etkili bir şekilde kullanılması için öneriler sunulmaktadır.

TOPLUMSAL HAREKETLER VE DİJİTAL AKTİVİZM

Toplumsal hareketlerin en temel özelliği, bireyleri ve toplulukları ortak bir fikir veya hedef etrafında bir araya getirerek kolektif bir kimlik duygusu sağlamalarıdır (Polletta & Jasper, 2001). Toplumsal hareketler genellikle, toplumsal değişim için sürdürülen kampanyalarda kurumsal olmayan stratejiler ve taktikler kullanan dışlanmış kolektivitelerin eylemleri olarak tanımlanmaktadır (Tarrow, 2011). Feminist hareket gibi büyük çaplı hareketlerden daha küçük aktivizm çabalarına kadar kolektif kimlik, katılımcıların bir araya gelmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Taylor & Whittier, 1992). Toplumsal hareketler, sosyal adaletsizliğe yönelik farkındalık yaratmak ve ilgili yetkilileri değişime zorlamaya itmektedir (Smith vd., 2001). Toplumsal hareketler, paylaşılan inançlara ve dayanışmaya sahip birçok grup ve birey arasındaki gayri resmi ilişkiler ağlarıyla oluşmaktadır. Bir toplumsal hareket sırasında sosyal ağlar, çekişmeli konular etrafında mobilize olur ve farklı sosyal değişim biçimlerini mümkün kılmak amacıyla çeşitli protesto şekillerinin sıkça kullanımına dayanmaktadır (Della Porta & Mattoni, 2015).

Literatürde, ana akım medya ile toplumsal hareketler arasındaki ilişki 1960'ların sonlarından beri araştırmalara konu olduğu görülmektedir (McCurdy, 2012: 244). Günümüzde ise, Arap Baharı ve Occupy Wall Street gibi geniş çaplı toplumsal hareketlerden yerel aktivist faaliyetlere kadar sosyal medya platformlarının kullanımında gittikçe artış yaşanmaktadır. Sosyal medya ağlarına siyasi katılımı artırabileceği, önceden pasif olan vatandaşları harekete geçirebileceği, mevcut siyasi politikaları sorgulayabileceği ve hükümetleri eylemlerinden sorumlu tutabileceği konularında rol biçilmektedir. Bunun nedeni, sosyal medyanın uygun fiyatlı, yaygın, yüksek hızlı, kullanımı kolay ve etkileşimli olmasıdır. Bu durum geleneksel toplumsal hareketlerde normalde gereken birçok kaynağa (zaman, maliyet, organizasyon becerileri ve üyelik vb.) ihtiyacı ortadan kaldırarak protesto etmeyi daha kolay ve daha ucuz hale getirmektedir. Bilim insanları artık sosyal medya platformlarının yalnızca iyi veya kötü olmadığını geniş çapta kabul etmektedir. Sosyal ağlar bazen hükümetler ve güç sahipleri tarafından baskı araçları olarak işlev görürken, bazen de kurtuluş ve direniş teknolojileri olarak hizmet etmektedir (Sinpeng, 2021: 194-195). Buna rağmen sosyal medya, kaygılı vatandaşların protesto taleplerinin kolektif bir anlam ve nitelik oluşturabilecekleri, baskıya maruz kaldıkları ortak deneyimlerini ifade edebilecekleri ve çevrimdışı katılım için kaynakları harekete geçirebilecekleri bir kamusal alan sağlamaktadır (Goh & Pang, 2016; Ichau vd., 2019). Sokaklarda yapılan protestolar, geçmiş toplumsal hareketler için olduğu gibi bugün de en az onlar kadar önemlidir ve sosyal medya çağında insanları sokaklara çekmek daha da zor hale gelmiştir. Öte yandan, toplumsal hareketlerin hedefleri olan hükümetler, askeri güçler ve polis güçleri de sosyal medyada yer almakta ve bunu gözetim aracı olarak etkili bir biçimde kullanmaktadırlar (Kidd & McIntosh, 2016: 793).

Herhangi bir konuda bireylerin fikirlerini değiştirmek, onları etkilemek ve farkındalık yaratmak gibi amaçlar doğrultusunda çevrimiçi platformlarda gerçekleştirilen toplumsal, sosyal, politik ve dini alanlardaki çabalar, dijital aktivizm olarak tanımlanabilmektedir (Çoban & İnceoğlu, 2015: 3). Dijital aktivizmin çeşitli araştırmalarda net aktivizmi, bilgisayar aracılı aktivizm, cyborg aktivizmi, web aktivizmi, sosyal medya aktivizmi gibi çeşitli kavramlarla eş anlamlı olarak kullanıldığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, araştırmacıların dijital aktivizmi tanımlarken aktivistlerin kullandıkları ortamı dikkate alarak tanımlama yaptıkları söylenebilir (Subaşı, 2022: 172). Geleneksel aktivist hareketlerden farklı olarak dijital aktivizm, küresel dünyadaki siber mekânın ağlarında bir eylem, fikir veya görüşe uygun olarak bireylerin kolektif olarak hareket etmeleri şeklinde ifade edilebilmektedir (Özşenler, 2021: 36). Bu yeni toplumsal hareketler, ekonomik meselelerle daha az ilgilenmeleri ve bunun yerine kolektif kimlik, değerler ve yaşam tarzlarını vurgulamaları nedeniyle geleneksel toplumsal hareketlerden farklılıklar göstermektedir (Hara & Huang, 2011: 4). Sıradan insanlar, dijital aktivizm aracılığıyla demokratik olarak içeriklerini paylaşabilmekte ve benzer düşünen insanlarla

etkileşimde bulunabilme fırsatına sahip olarak, güçlü ve ayrıcalıklı olanların iletilerini beklemek zorunluluğundan sıyrılmış durumdadırlar.

BİR DİJİTAL AKTİVİZM TÜRÜ OLARAK HASHTAG AKTİVİZMİ

Dijital aktivizm türlerinden ve en popülerlerinden biri olan hashtag aktivizmi, genellikle hashtaglerin toplumsal hareketleri yönlendiren bir mekanizma olarak teknolojik rolü ve gerçek hayatta sağladığı ya da sağlayamadığı pratikleri gibi konular üzerinde yoğunlaşmaktadır (Dobrin, 2020: 2). Bir amaç için sosyal medya aracılığıyla halk desteği oluşturma veya mücadele etme eylemi, ya da daha genel bir ifadeyle bireylerin sosyal medyada seslerini duyurabilmeleri için hashtag aktivizmi, son yıllarda popüler bir yaklaşım olarak dikkat çekmektedir. Benzer konulara ilgi duyan sosyal medya kullanıcılarının, Twitter'da hashtag ile oluşturulmuş anahtar kelimeleri aradıklarında kolayca bulabilmeleri amacıyla 2007 yılında Chris Messina tarafından ilk kez kullanılan hashtag, 2011 yılındaki Arap Baharı protestoları ile birlikte genellikle gündem ve farkındalık oluşturmak, destek olmak, kampanya düzenlemek ve protesto etmek gibi amaçlar doğrultusunda sıkça kullanılmaya başlanmıştır.

Hashtag aktivizmi, Jenkins'in (2006) katılımcı kültür tanımının bir yansımasıdır ve çevrimiçi etkileşimi, bireyler arasında sosyal destek ve bağlantı yaratmanın bir mekanizması olarak kabul etmektedir (Ciszek, 2013). Katılımcı kültürün yeni bir biçimi olarak hashtag aktivizmi, bireysel kullanıcıların belirli konular ve etkinlikler etrafında topluluklar oluşturmasını sağlamaktadır. Hashtag, etiket oluşturmak için başına kare (#) karakteri eklenmiş bir kelime veya aralıksız bir ifade olarak tanımlanabilmektedir. Bir fikri, talebi, kampanyayı veya protestoyu popüler hale getirmek isteyen kişi veya işletmelerin sosyal ağlarda kullandıkları bir araç olan hashtagler, mümkün olduğunca az kelimeyle ve dikkat çekici bir şekilde oluşturulmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, belirli bir sosyal medya platformunda bir hashtag araması yaptığında, aynı hashtagi içeren diğer içeriklere erişebilmektedirler. Twitter, Instagram, Facebook ve YouTube, hashtag kullanımını destekleyen başlıca sosyal medya ağlarıdır (Emma, 2015: 3). Sosyal medyanın kullanımı, coğrafi sınırları aşarak diğer sosyal medya ağlarıyla etkileşimde bulunmayı mümkün hale getirmektedir (Bonilla & Rosa, 2015). Sosyal ağlar kullanıcılara retweet, favori, hashtag, yanıtlar ve bahsetmeler gibi çeşitli yollarla katılma ve kendini ifade etme yeteneği sunmaktadır. Bu farklı unsurlar, #OccupyWallStreet, #IdleNoMore, #BlackLivesMatter ve #Ferguson gibi birçok hashtag aktivizmi kampanyasının başarısında önemli bir rol oynamıştır (Callison & Hermida, 2015; Conover vd., 2013; Cowart vd., 2016).

Yang (2016: 13), hashtag aktivizminin dijital aktivizmde önemli bir ilerleme olarak nitelendirmekte ve bu yenilikçi aktivizm biçimini bir hashtag ile etiketlenmiş kelime, ifade veya cümleyle sosyal medyada söylemsel bir protesto olarak tanımlamaktadır. Tüfekçi ise (2017: 26), hashtag aktivizminin aktivistlere kendi medyalarını oluşturma, sansürü aşma ve tanıtım kampanyaları düzenleme gibi fırsatlar sunduğunu ifade etmektedir. Hashtag, bir yandan bir toplumsal sorunu temsil ederken diğer yandan sosyal ağlar, kullanıcıların ilgili protesto hashtagini kullanarak, bağlamı siyasi olarak çerçevelemesine olanak tanımaktadır (Theochari & van Deth, 2018: 144).

Hashtag'ler, geniş bir kitlenin dikkatini çekmekte ve onları harekete geçirmekte önemli bir rol oynamaktadır. Ancak bir hareket veya hashtagin dikkat çekmesini sağlayan şey, hashtag'in yüksek sayıda bahsedilmesidir. Bu durum, onun ulusal veya dünya çapında etkili olmasını sağlamaktadır. Twitter ve diğer sosyal medya platformları, hashtagleri takip etmek ve izlemek için bir analitik sisteme sahiptirler. Takipçilerine dünya genelinde veya takipçilerin seçtiği bölgede en popüler olan hashtag'leri sunarlar. En önemli örneklerden biri sayılabilecek Twitter, ana sayfasında herkesin görebileceği ve tıklayabileceği "trendler"i göstermektedir (Khan-Ibarra, 2014).

Hashtag aktivizminin toplumsal hareketlere etkileri konusunda farklı görüşler söz konusudur. İyimser yaklaşımlara göre hashtag aktivizmi, farkındalığı artırmaya yardımcı olmaktadır (Vie, 2014). Ayrıca, çevrimiçi gerçekleştirilen aktivizmin aslında slactivism olduğu, yaygın bir eleştirel bakıştır.

Slacktivism, katılımcılar için minimal bir çaba ve uygun bir maliyet gerektiren, ancak gerçek hayatta etkisi olmayan siyasi eylemleri ifade etmektedir (Morozov, 2009). Kavram, çevrimiçi katılımı bir konuyu desteklemek için küçümsemek amacıyla olumsuz bir anlamda kullanılmaktadır (Christensen, 2011). Slacktivism, düşük profilli olarak görülmekte ve insanların kendilerini iyi hissetmelerini sağlamak amacını taşımaktadır. Hatta bireyler, sosyal ağlarda eylem yaptıkları için gerçek hayatta toplumsal hareketlere katılmamayı tercih etme eğilimi göstermektedirler (Chilwa & Ifukor, 2015). Dijital aktivizmin ve hashtaglerin, bireyleri sadece oturdukları yerden tweet atmaları sebebiyle tembel aktivist faaliyetlere yönlendirdiklerine dair eleştirel görüşler de bir hayli fazladır (Wasik, 2009; Loken, 2014).

Sosyal medya verilerinin kullanımıyla hashtag aktivizmi, azınlık toplumsal grupların (etnik azınlıklar, feministler, gençler, kadınlar vb.) siyasi söylemlerini şekillendirmek ve toplumsal hareketleri ilerletmek için etkili bir araç olduğu söylenebilmektedir (Carney, 2016; Li vd., 2021; Xiong vd., 2019). Bu konuda #blacklivesmatter, belirli sosyal konuların farkındalığını oluşturmanın ötesinde, Amerika Birleşik Devletleri'nde ırkçılık ve polis şiddetine karşı protestoların örgütlenmesini ve planlanmasını kolaylaştırmak için kullanılarak dünyanın farklı yerlerinde dayanışmalar oluşturan önemli bir örnektir (Cumberbatch & Trujillo-Pagán, 2016: 79). Türkiye'de gerçekleşen #EmeklilikteYaşaTakılanlar örneği ise, uzun süre boyunca gündemde tutularak çeşitli kazanımlar elde etmiş bir hashtag aktivizmi örneği olarak gösterilebilmektedir. Hashtag aktivizmi, kavramın ve uygulamaların yeni olmasına rağmen insan hakları ihlalleri, adalet arayışları, çevre, iklim ve doğal afetlerle ilgili farkındalık, bağış toplama, suçları engelleme veya toplum yararına kurallar ve düzenlemeler getirmek için baskı yapma gibi konularda geniş çaplı medya ilgisini çekmekte ve birçok kullanıcının katılımını artırmaktadır. Son yıllarda sosyal medyanın yaygın kullanımıyla birlikte hashtag aktivizmi, aktivistlerin toplumsal hareketleri radikal olarak yeniden şekillendirmede ve sosyal değişimi etkilemede önemli bir strateji haline gelmiştir (Jackson vd., 2020). Sosyal medya platformları, kurumlar ve halk arasındaki etkileşimleri büyük ölçüde kolaylaştırarak politik tartışma ve katılım ortamlarının oluşmasını sağlamakta ve mekânsal sınırları aşan hızlı bilgi yayılımı değerleri, özellikleri ve ilgi alanlarını paylaşan toplulukların oluşumunu kolaylaştırmaktadır (Fuchs & Sandoval, 2014).

Lim (2013), Tunus'ta 2010'da gerçekleşen protestoların başarı elde etmesinde, çevrimiçi ve çevrimdışı aktivizmin birlikte yürütülmesinin önemli olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla, toplumsal hareketlerin istenilen değişimleri gerçekleştirmek adına çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda birlikte yürütülmesinin, sonuç almada daha etkin rol oynayacağını göstermektedir (Valenzuela, 2013). Arap Baharı döneminde Tunus ve Mısır'daki protestocuların tweetleri ve hashtag kullanımları, geleneksel medyanın haber içeriklerini oluşturmuştur. Günümüzde ise özellikle geleneksel medyada görev yapan gazeteciler, sıkça sosyal medyadan yararlanarak sosyal ve siyasal olaylar esnasında Twitter'ı bir haber raporlama aracı olarak kullanmaktadırlar. Dijital teknolojiler tamamen devrimci olmaktan ziyade, geleneksel aktivizm yöntemlerinin bir tamamlayıcısı olarak değerlendirilebilmektedir (Zulli, 2020: 199).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bibliyometrik analiz, belirli bir araştırma konusundaki niteliksel ve niceliksel değişiklikleri belirleyen, araştırma konusuyla ilgili yayınların profillerini ortaya koyan ve bir disiplin içindeki eğilimleri tespit eden istatistiksel yöntemlerin uygulanmasıdır (De Bakker vd., 2005). Bibliyometrik araştırmalardan elde edilen bulgular, konu ile ilgili eğilimlerin belirlenmesi ve gelecekte yapılacak araştırmalara yön vermesi açısından önemli bir rol oynamaktadır (Bulut & Demirel İli, 2022: 81). Scopus ve Web of Science gibi dünya genelindeki araştırmacılar tarafından kabul gören bilimsel veri tabanları, büyük ölçekli bibliyometrik verilerin elde edilmesini nispeten kolaylaştırmaktadır. Bu doğrultuda hizmet veren Gephi, Leximancer ve VOSviewer gibi bibliyometrik yazılımlar, bu tür verilerin analiz edilmesine ve görselleştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bibliyometrik analize yönelik çalışmaların son yıllarda tarım (Kulak vd., 2019), biyoenerji (Soegoto vd., 2022), sosyal medya (Noor vd., 2020), dijital göçebe (İli & Büyükbaykal, 2022), blok zincir teknolojisi (Guo vd., 2021), sürdürülebilirlik

(Niñerola vd., 2019), bulaşıcı hastalıklar (Yang vd., 2020), kitlesel fonlama (Gil-Gomez vd., 2023) ve afet ve iklim değişikliği (Rana, 2020) gibi farklı disiplin ve konularda ele alındığı görülmektedir.

Bu araştırma, son yıllarda dijital teknolojilerin yaygınlaşması ile ortaya çıkan hashtag aktivizmine yönelik eğilimleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Scopus veri tabanı üzerinde 5 Haziran 2023 tarihli yapılan analizler kapsamında, başlığında ‘‘hashtag activism’’ bulunan 72 bilimsel araştırmaya erişilmiştir. Araştırmanın sınırlılıklarını yalnızca Scopus veri tabanının kullanılması ve 5 Haziran 2023 sonrası yayınlanacak olan çalışmaların dahil edilememesi oluşturmaktadır. Farklı veri tabanlarından ve farklı tarihlerde yapılacak araştırmalar farklı sonuçlara yol açabilir. Mevcut araştırma çerçevesinde, hashtag aktivizmine yönelik 72 araştırma yayın yılları, yayın türleri, ülkeler, anahtar kelimeler ve atıflar çerçevesinde incelenmiş olup elde edilen veriler tablolaştırılarak veya görselleştirilerek sunulmuştur. Ayrıca çalışmanın kapsamı dahilinde, bibliyometrik analizlere erişim sağlamak ve sonuçları görselleştirmek amacıyla, herkesin kullanımına açık ve ücretsiz bir hizmet olan VOSviewer yazılımından yararlanılmıştır. VOSviewer, bibliyometrik ağların oluşturulması ve görselleştirilmesi için kullanılan bir yazılımdır (Van Eck & Waltman, 2017: 1054).

BULGULAR VE YORUM

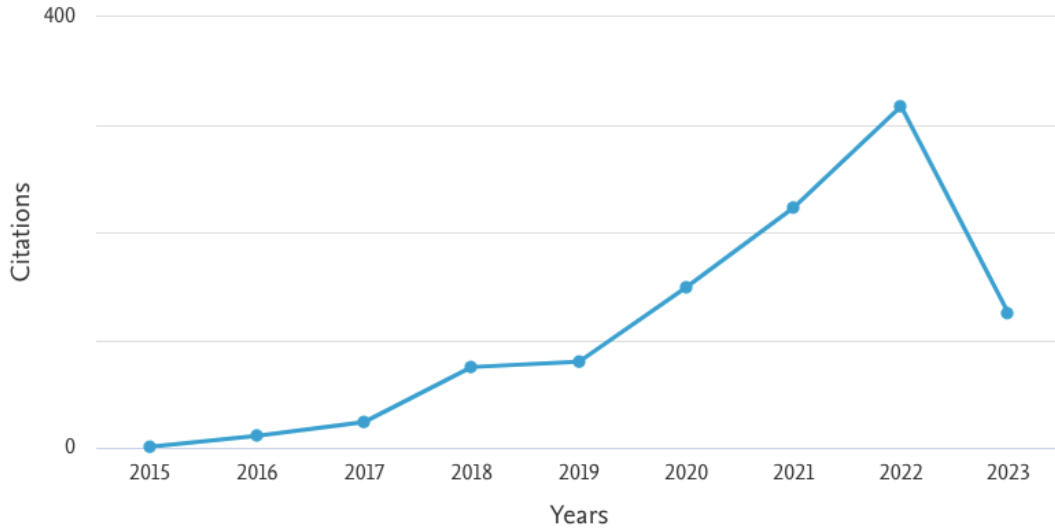
Scopus’tan elde edilen veriler doğrultusunda, hashtag aktivizmine yönelik 72 akademik araştırma tespit edilmiştir. Bu araştırmaların 7’si *Feminist Media Studies*, 3’ü *Media and Communication* ve yine 3’ü *New Media and Society* dergilerinde yayınlanmıştır.

Tablo 1. Hashtag Aktivizmine Yönelik Yapılan Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Yayın Sayıları
2015	3
2016	6
2017	6
2018	8
2019	12
2020	8
2021	15
2022	8
2023	6

Kaynak: Yazarlar tarafından Scopus veri tabanından oluşturulmuştur.

Hashtag aktivizmine yönelik araştırmaların, Scopus veri tabanında 2015 yılından itibaren yayınlandığı tespit edilmiştir. Tablo 1’e göre, konuya ilişkin en fazla araştırmanın 2021 (15) ve 2019 (12) yıllarında yapıldığı görülmektedir. En az araştırma ise, 2015 yılında 3 yayınlı gerçekleştirilmiştir. Araştırma 2023 yılında gerçekleştirildiği ve henüz 2023 yılı tamamlanmadığı için bu yıla ait yayın sayısında değişiklik yaşanması muhtemeldir.



Şekil 1. Hashtag Aktivizmine Yönelik Araştırmaların Yıllara Göre Atıf Dağılımları
Kaynak: Scopus

Veriler doğrultusunda, 2018 ve 2019 yılları arasındaki atıf sayılarının hemen hemen aynı olması dışında hashtag aktivizmi araştırmalarına yönelik atıfların neredeyse her geçen yıl artış gösterdiği görülmektedir. 2023 yılı verilerindeki keskin bir düşüş görülmesi ise, araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla henüz 2023 yılının tamamlanmamış olmasıyla açıklanabilir.

Tablo 2. Hashtag Aktivizmine Yönelik Yapılan Araştırmaların Yayın Türlerine Göre Dağılımı

Yayın Türleri	Yayın Sayıları
Makale	48
Kitap Bölümü	11
Konferans Bildirisi	5
Kitap	1
İnceleme	1
Editoryal	1
Not	5

Kaynak: Yazarlar tarafından Scopus veri tabanından oluşturulmuştur.

Hashtag aktivizmine yönelik araştırmaların çoğunluğunu makaleler (48 yayın) oluşturmaktadır. Ayrıca 11 araştırmanın kitap bölümü ve 5'er araştırmanın da konferans bildirisi ve not yayın türü olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Hashtag Aktivizmine Yönelik Araştırmaların Ülkelere Göre Dağılımı

Ülkeler	Yayın Sayıları	Ülkeler	Yayın Sayıları
Amerika Birleşik Devletleri	34	Almanya	1
Avustralya	6	Endonezya	1
Birleşik Krallık	4	İsrail	1
Brezilya	3	İtalya	1
Nijerya	3	Japonya	1
Güney Afrika	3	Hollanda	1
Kanada	2	Polonya	1
Çin	2	Rusya	1
Hong Kong	2	Güney Kore	1
Yeni Zelanda	2	İsveç	1
Filipinler	2	Uganda	1
İspanya	2	Birleşik Arap Emirlikleri	1

Kaynak: Yazarlar tarafından Scopus veri tabanından oluşturulmuştur.

Araştırmalar, toplamda 25 ayrı ülke tarafından gerçekleştirilmiş ancak bir araştırmanın hangi ülkede yayınlandığı belirtilmediği için Tablo 3'e dahil edilmemiştir. Hashtag aktivizmine yönelik en fazla yayın yapan ülke 34 yayımla Amerika Birleşik Devletleri olarak görülmektedir. İkinci sırada ise, 6 yayımla Avustralya yer almaktadır. Ayrıca araştırmaların, genellikle yayımlandıkları ülkelerdeki ulusal ulusal çaptaki hashtag aktivizmi faaliyetlerini ele aldıkları tespit edilmiştir.

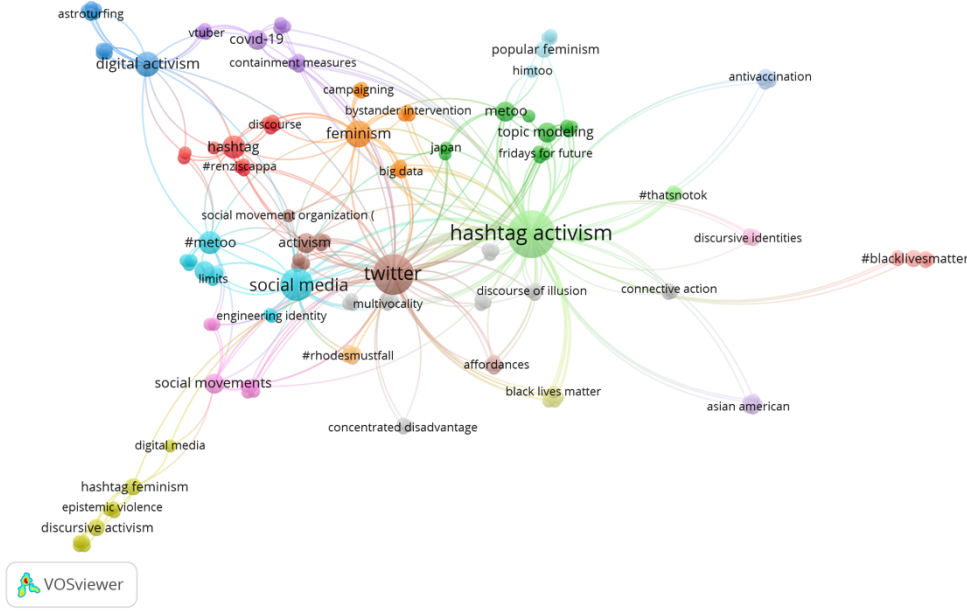
Tablo 4. Hashtag Aktivizmine Yönelik Araştırmaların Anahtar Kelime Dağılımı

Anahtar Kelimeler	Frekans Sayısı
hashtag activism	25
Twitter	17
social media	16
social networking	9
feminism	6
hashtags	5
digital activism	5
topic modelling	4
#metoo	4
social movements	3

online activism	3
activism	3

Kaynak: Yazarlar tarafından Scopus veri tabanından oluşturulmuştur.

Hashtag aktivizmine yönelik yapılan araştırmalardaki en çok kullanılan anahtar kelime “hashtag activism” olarak tespit edilmiştir. Onu sırasıyla “Twitter”, “social media”, “feminism” ve “digital activism” kelime ve kelime grupları izlemektedir. Buradan hareketle, hashtag aktivizmi ile ilgili araştırmaların Twitter ve sosyal medya ile ilişkilendirildiği ve bir dijital aktivizm türü olarak nitelendirilebileceği varsayımına ulaşılabilir. Özellikle Twitter, hashtag aktivizminin en sık gerçekleştiği sosyal ağ olarak ortaya çıkmaktadır.



Şekil 2. Hashtag Aktivizmine Yönelik Anahtar Kelimelerin Yoğunluk Haritası

Kaynak: VOSviewer

Şekilde yer alan daire büyüklükleri anahtar kelimelerin sık kullanımını, daire renkleri birlikte kullanılan anahtar kelimeleri ve daireler arasındaki çizgiler ise anahtar kelimeleri arasındaki ilişkileri göstermektedir. Şekil 2’deki anahtar kelimelerin ilişki ağı haritası incelendiğinde, hashtag aktivizmiyle ilgili bağlantılı 25 küme ve 152 farklı anahtar kelime kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Hashtag aktivizmi araştırmalarında en sık kullanılan anahtar kelimelerin ise *hashtag activism*, *Twitter*, *social media* ve *feminism* olduğu görülmektedir.



Şekil 3. Hashtag Aktivizmine Yönelik Araştırmaların Ülkelere Göre Ortak Yazarlık Dağılımları

Kaynak: VOSviewer

Scopus veri tabanındaki hashtag aktivizmi başlıklı ilk araştırma 2015 yılında yayınlanmıştır. Şekil 3 incelendiğinde, o tarihten bugüne kadar yayınlanan 72 çalışmanın büyük bir çoğunluğu ortak yazarlı şekilde yayınlanmamıştır. Bu durumdan, hashtag aktivizmi çalışmalarının ve kullanılan hashtaglerin etkilerinin, genellikle ulusal veya yerel düzeyde kaldığına yönelik bir sonuç çıkarılabilir.

Tablo 5. Hashtag Aktivizmine Yönelik Araştırmaların Ülkelere Göre Atıf Dağılımları

Ülkeler	Atıf Sayıları
Amerika Birleşik Devletleri	909
Avustralya	52
Kanada	38
Hollanda	27
Birleşik Krallık	20
Çin	18
İsveç	17
Yeni Zelanda	16
Almanya	15
Uganda	11
Güney Afrika	10
Güney Kore	9

Kaynak: Yazarlar tarafından Scopus veri tabanından oluşturulmuştur.

Tablo 5 incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri'nin 909 ile en fazla atıf alan ülke olduğu görülmektedir. Onu Avustralya ve Kanada takip etmektedir. Ayrıca hashtag aktivizmine yönelik 1'er araştırması bulunan Japonya, İsrail ve İtalya'nın henüz atıf almadığı tespit edilmiştir.

Tablo 6. Hashtag Aktivizmine Yönelik Araştırmaların Yazarlara Göre Atıf Dağılımları

Yazarlar	Yayın Yılı	Atıf Sayıları
Yang, G.	2016	194
Clark, R.	2016	185
Xiong vd.,	2019	140
Williams, S.	2015	118
Jackson, S.J.	2016	78
Rentschler, C.A.	2017	37
Stache, L.C.	2015	30
Sinpeng, A.	2021	28
Wonneberger vd.,	2021	27
Reynolds & Mayweather	2017	27

Kaynak: Yazarlar tarafından Scopus veri tabanından oluşturulmuştur.

Tablo 6'ya göre, hashtag aktivizmi konulu araştırmalardaki en fazla atıf sayısının 194 ile Yang'a (2016) ait olduğu görülmektedir. Onu 185 atıf ile Clark (2016) ve 140 atıf ile Xiong vd., (2019) takip etmektedir.

SONUÇ

Yapısal özellikleri ve avantajları nedeniyle sosyal medya, dijital aktivizm faaliyetleri yürütmek adına bireylerin toplanma ve harekete geçme alanı haline gelmiştir. Neredeyse her sosyal medya ağında kullanılan hashtag dünyanın kültürel, sosyal ve siyasi kelime dağarcığının güçlü bir parçası haline gelmiştir. (Burgess & Baym, 2020: 61-62). Sosyal adalet ve sosyal değişim kapsamında, sosyal medya gibi merkezisizleşmiş ağlar, aktivist grupların kendilerini toplu eylem için çağrı yapma ve kamu söylemini etkileme konusunda önemli aktörler olarak konumlandırılmasına izin vermektedir (Benford & Snow, 2000). Toplumsal hareketler ve kolektif davranış, uzun süredir sosyal değişim için önemli itici güçler haline gelmişlerdir. Kurumsal ve kişisel iletişim bağlantılarının artışı göz önüne alındığında, ulusötesi hareketlerin güç kazanmaya devam edeceği öngörülmektedir. Günümüzde iklim aktivizmi gibi hareketler, gezegen seferberliği kampanyalarında dikkat çekmek ve ulusal ve uluslararası politikacılara baskı yapmak için dijital çağın araçlarını kullanarak giderek daha kritik bir rol oynamaktadır (Almeida & Chase-Dunn, 2018: 203).

Son yıllarda hashtag kampanyaları, sosyal medya aracılığıyla dünya genelinde birçok sosyo-politik değişim için popüler bir strateji olarak dikkat çekmektedir (Goswami, 2018: 254). Özellikle Twitter hashtagleri, karşı anlatıları geliştirme, destekçileri harekete geçirme ve çeşitli destek ağları oluşturma konusunda önemli bir rol oynamıştır (Wang vd., 2016). 2012 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde siyahi bir genç olan Travyon Martin'in öldürülmesinin ardından hızla yayılan #BlackLivesMatter hashtagi, kısa sürede ülke sınırlarını aşarak günümüzde siyahilerin yaşam haklarının savunulmasında adeta bir sembol haline gelmiştir. Hashtaglerin toplumsal farkındalık için kullanılmasının ve kitlesel bir harekete dönüşmesinin bir başka başarılı örneği ise #MeToo hareketidir. Kadınların maruz kaldıkları cinsel taciz ve istismarlara yönelik bir tepki olarak gelişen hareket, ünlülerin de bu kötü deneyimlerini paylaşımlarıyla birlikte kitlesel çapta bir farkındalık yaratmıştır. Türkiye'de ise, emeklilikte yaşa takılanlar (#EYT) olarak adlandırılan ve çeşitli hashtagler aracılığıyla örgütlenerek emeklilik haklarını arayan vatandaşlar, hükümetin dikkatini çekmeyi başarmış ve talep ettikleri hakları elde etmişlerdir. Yerel ve küresel çapta gerçekleştirilen hashtag aktivizmi faaliyetleri, yeni bir toplumsal mücadele ve farkındalık yaratma alanı olarak etkisini sürdürmeye devam etmektedir.

Bu araştırmada, hashtag aktivizminin sosyal medya çağında önemli bir aktivizm türü olduğunu ve gittikçe ilgi çeken bir konu haline geldiğini tespit etmiştir. Buna karşın, literatürde hashtag aktivizminin başka kavramlarla bir arada kullanılması ve etkilerine yönelik genellikle sınırlı çalışmaların bulunması sonuçlarına ulaşılmıştır. Hashtaglerin kullanımı, bireylerin seslerini duyurmasını, farkındalık yaratmasını ve toplumsal değişim için mobilize olmasını sağlamaktadır. Bu araştırma sonuçlarına dayanarak, hashtag aktivizminin etkinliğini artırmak ve sürdürülebilir sonuçlar elde etmek adına aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

1. Hashtaglerin etkisini artırmak için, sosyal medyadaki hareketlerin somut eylemlerle desteklenmesi önemlidir. Hashtagler yalnızca farkındalık yaratmaktan öte, gerçek dünyada değişimi teşvik eden adımlara dönüşmelidir.
2. İş birliği ve dayanışma temelli bir hareket olan hashtag aktivizmi, genellikle yerel bağlamda gerçekleştirilmektedir. Bu doğrultuda, aynı amaçlara ve taleplere sahip hashtaglerin birleştirilmesinin yanı sıra farklı topluluklar arasında iş birliği ve ağlar oluşturulması ile daha güçlü bir etki yaratılabilir.
3. Hashtaglerin nasıl ve daha etkili kullanılabilir olmasına yönelik gerçekleştirilecek eğitimlerin ve bilinçlendirme çabalarının, bireylerin doğru ve etkili bir şekilde katkı sağlamalarına yardımcı olabilir.

4. Hashtag aktivizmi ile ilgili etik sorunlar, sosyal medya platformlarındaki politikalar ve katılım eşitsizlikleri gibi konuların araştırılması, hashtag aktivizminin daha etkin ve kapsayıcı bir toplumsal değişim aracı haline gelmesine katkı sunabilir.

Sonuç olarak hashtag aktivizmi, sosyal medyanın gücünden yararlanarak toplumsal değişim adına önemli bir potansiyel olarak görülmektedir. Bu araştırma, hashtag aktivizminin teorik kapsamını daha anlaşılır kılmak ve gelecekteki kullanım fırsatlarını belirlemeye yönelik bir çerçeve sunmaktadır. Hashtag aktivizminin genellikle değişim talepleri, hak ve özgürlükler, demokratikleşme ve sivil katılım gibi konularla ele alındığı gözlemlenmektedir. Gelecekteki araştırmacıların hashtag aktivizminin daha etkili nasıl kullanılabileceğine, gerçek dünyadaki değişimler üzerindeki etkilerine ve geleneksel aktivizm yöntemleri ile birlikte kullanımının etkileşimine değinmelerinin, hashtag aktivizmi literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Almeida, P. & Chase-Dunn, C. (2018). Globalization and social movements. *Annual Review of Sociology*, 44, 189-211. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073117-041307>

Bonilla, Y. & Rosa, J. (2015). # Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States. *American Ethnologist*, 42(1), 4-17. <https://doi.org/10.1111/amet.12112>

Bulut, Z. & Demirel İli, N. (2022). Türkiye ve dünyadaki "hüzün turizmi" çalışmalarının bibliyometrik analizi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(1), 66-88.

Burgess, J. & Baym, N.K. (2020). *Twitter: A biography*. New York University Press.

Callison, C. & Hermida, A. (2015). Dissent and resonance: #Idlenomore as an emergent middle ground. *Canadian Journal of Communication*, 40(4), 695-716. <https://doi.org/10.22230/cjc.2015v40n4a2958>

Carney, N. (2016). All lives matter, but so does race: Black lives matter and the evolving role of social media. *Humanity & Society*, 40(2), 180-199. <https://doi.org/10.1177/0160597616643868>

Castells, M. (2013). *İsyen ve umut ağları: İnternet çağında toplumsal hareketler*. Koç Üniversitesi Yayınları.

Chiluwa, I. & Ifukor, P. (2015). War against our Children: Stance and evaluation in# BringBackOurGirls campaign discourse on Twitter and Facebook. *Discourse & Society*, 26(3), 267-296. <https://doi.org/10.1177/0957926514564735>

Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, 16(2). <https://doi.org/10.5210/fm.v16i2.3336>

Ciszek, E. (2013). Advocacy and amplification: Nonprofit outreach and empowerment through participatory media. *Public Relations Journal*, 7(2), 187-213.

Clark, R. (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>

Conover, M. D., Ferrara, E., Menczer, F. & Flammini, A. (2013). The digital evolution of occupy wall street. *PLoS One*, 8(5), e64679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0064679>

Cowart, H. S., Saunders, L. M. & Blackstone, G. E. (2016). Picture a protest: Analyzing media images tweeted from Ferguson. *Social Media+Society*, 2(4), 1-9. <https://doi.org/10.1177/2056305116674029>

Cumberbatch, P. & Trujillo-Pagán, N. (2016). Hashtag activism and why #BlackLivesMatter in (and to) the classroom. *The Radical Teacher*, (106), 78-86. <https://doi.org/10.5195/rt.2016.302>

Çoban, S. & İnceoğlu, Y. (2015). *İnternet ve sokak*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

De Bakker, F. G., Groenewegen, P. & Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44(3), 283-317. <https://doi.org/10.1177/0007650305278086>

Della Porta, D. & A. Mattoni (2015), *Social movements*. In the International Encyclopedia of Political Communication. John Wiley & Sons.

Dobrin, D. (2020). The hashtag in digital activism: A cultural revolution. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 5(1), 1-14. <https://doi.org/10.20897/jcasc/8298>

Fuchs, C. & Sandoval, M. (2014). *Introduction: Critique, social media and the information society in the age of capitalist crisis*. Routledge.

Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., Guerola-Navarro, V. & Zegarra Saldana, P. (2023). Crowdfunding: a bibliometric analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(1), 27-45. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00784-0>

Goh, D. & Pang, N., 2016. Protesting the Singapore government: The role of collective action frames in social media mobilization. *Telematics Inform*, 33(2), 525–533. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.07.008>

Goswami, M. P. (2018). Social media and hashtag activism. *Liberty Dignity and Change in Journalism*, 252-262.

Guo, Y. M., Huang, Z. L., Guo, J., Guo, X. R., Li, H., Liu, M. Y., Ezzeddine S. & Nkeli, M. J. (2021). A bibliometric analysis and visualization of blockchain. *Future Generation Computer Systems*, 116, 316-332. <https://doi.org/10.1016/j.future.2020.10.023>

Hara, N. & Huang, B-Y. (2011). Online social movements. *Annual Review of Information Science & Technology*, 45, 489–522. <https://doi.org/10.1002/aris.2011.1440450117>

Ichau, E., Frissen, T. & d'Haenens, L. (2019). From #selfie to #edgy. Hashtag networks and images associated with the hashtag #jews on Instagram. *Telematics and Informatics*, 44, 101275. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101275>

İli, B. & Büyükbaykal, G. N. (2022). A bibliometric analysis of digital nomad researches. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(Dijitalleşme Özel Sayısı), 306-319. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1121236>

Jackson, S. J. (2016). (Re) imagining intersectional democracy from Black feminism to hashtag activism. *Women's Studies in Communication*, 39(4), 375-379. <https://doi.org/10.1080/07491409.2016.1226654>

Jackson, S. J., Bailey, M. & Welles, B. F. (2020). *#HashtagActivism: Networks of race and gender justice*. MIT Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Khan-Ibarra, S. (2014, 13 Kasım). The case for social media and Hashtag activism. *The Huffington Post*.

http://www.usfcam.usf.edu/InsideART/Inside_Art_Miki_Kratsman/Inside_Art_Miki_Kratsman_files/Miki_Kratsman.Day_3.Social_Media_and_Hashtag_Activism.Reading.pdf

Kidd, D. & McIntosh, K. (2016). Social media and social movements. *Sociology Compass*, 10(9), 785-794. <https://doi.org/10.1111/soc4.12399>

Kulak, M., Özkan, A. & Bindak, R. (2019). A bibliometric analysis of the essential oil-bearing plants exposed to the water stress: How long way we have come and how much further? *Scientia Horticulturae*, 246, 418-436. <https://doi.org/10.1016/j.scienta.2018.11.031>

Leimbach, T. & Palmer, J. (2022). #AustraliaOnFire: Hashtag activism and collective affect in the Black Summer Fires. *Journal of Australian Studies*, 46(4), 496-511. <https://doi.org/10.1080/14443058.2022.2121744>

Li, M., Turki, N., Izaguirre, C. R., DeMahy, C., Thibodeaux, B. L. & Gage, T. (2021). Twitter as a tool for social movement: An analysis of feminist activism on social media communities. *Journal of Community Psychology*, 49(3), 854-868. <https://doi.org/10.1002/jcop.22324>

Lim, M. (2013). Framing Bouazizi: 'White lies', hybrid network, and collective/connective action in the 2010–11 Tunisian uprising. *Journalism*, 14(7), 921-941. <https://doi.org/10.1177/1464884913478359>

Loken, M. (2014). #BringBackOurGirls and the invisibility of imperialism. *Feminist Media Studies*, 14(6), 1100–1101. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975442>

McCurdy, P. (2012). Social movements, protest and mainstream media. *Sociology Compass*, 6(3), 244-255. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00448.x>

Mishra, R. (2018). Social media and hashtag activism: A case study of #Metoo campaign. *Advance and Innovative Research*, 5(3), 51-54.

Morozov, E. (2009, 19 Mayıs). From slacktivism to activism. Foreign Policy <http://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism/>

Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V. & Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377. <https://doi.org/10.3390/su11051377>

Noor, S., Guo, Y., Shah, S. H., Nawaz, M. S. & Butt, A. S. (2020). Bibliometric analysis of social media as a platform for knowledge management. *International Journal of Knowledge Management*, 16(3), 33-51. <https://doi.org/10.4018/IJKM.2020070103>

Ofori-Parku, S. & Moscato, D. (2018). Hashtag activism as a form of political action: A qualitative analysis of the #BringBackOurGirls campaign in Nigerian, UK, and US press. *International Journal of Communication*, 12, 2480-2502.

Özşenler, D. (2021). Digital activism: An analysis of #challengeaccepted hashtag activism developed for violence against women. *World Women Studies Journal*, 6(1), 35-62.
<https://doi.org/10.46291/wwsj.v6i1.34>

Polletta, F. & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 283-305. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.283>

Rana, I. A. (2020). Disaster and climate change resilience: A bibliometric analysis. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50, 101839. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101839>

Rentschler, C. A. (2017). Bystander intervention, feminist hashtag activism, and the anti-carceral politics of care. *Feminist Media Studies*, 17(4), 565-584.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1326556>

Reynolds, R. & Mayweather, D. (2017). Recounting racism, resistance, and repression: Examining the experiences and #hashtag activism of college students with critical race theory and counternarratives. *The Journal of Negro Education*, 86(3), 283-304. <https://doi.org/10.7709/jnegroeducation.86.3.0283>

Sinpeng, A. (2021). Hashtag activism: social media and the #FreeYouth protests in Thailand. *Critical Asian Studies*, 53(2), 192-205. <https://doi.org/10.1080/14672715.2021.1882866>

Smith, J., McCarthy, J. D., McPhail, C. & Augustyn, B. (2001). From protest to agenda building: Description bias in media coverage of protest events in Washington, DC. *Social Forces*, 79(4), 1397-1423. <https://doi.org/10.1353/sof.2001.0053>

Snow, D. A. & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1(1), 197-217.

Soegoto, H., Soegoto, E. S., Luckyardi, S. & Rafdhi, A. A. (2022). Bibliometric analysis of management bioenergy research using VOSviewer application. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 7(1), 89-104. <http://doi.org/10.17509/ijost.v7i1.43328>

Stache, L. C. (2015). Advocacy and political potential at the convergence of hashtag activism and commerce. *Feminist Media Studies*, 15(1), 162-164. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.987429>

Stornaiuolo, A. & Thomas, E. E. (2017). Disrupting educational inequalities through youth digital activism. *Review of Research in Education*, 41(1), 337-357.
<https://doi.org/10.3102/0091732X16687973>

Subaşı, H. (2022). Dijital aktivizme yönelik literatür incelemesi. *Anasay*, (19), 155-157.
<https://doi.org/10.33404/anasay.1072569>

Tarrow S. (2011). *Power in movement*. Cambridge University Press.

Taylor, V. & Whittier, N. E. (1992). Collective identity in social movement communities: Lesbian feminist mobilization," In: A. D. Morris & C. M. Mueller (eds). *Frontiers in social movement theory* (pp. 104-129). Yale University Press.

Theocharis, Y. & Van Deth, J. W. (2018). The continuous expansion of citizen participation: A new taxonomy. *European Political Science Review*, 10(1), 139-163. <https://doi.org/10.1017/S1755773916000230>

- Tüfekçi, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920–942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>
- Van Eck, N. J. & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111, 1053-1070. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2300-7>
- Vegh, S. (2003). Classifying forms of online activism: The case of cyberprotests against the World Bank. In M. McCaughey & M. D. Ayers (eds.) *Cyberactivism: Online activism in theory and practice* (pp. 71-96). Routledge.
- Vie, S. (2014). In defense of “slacktivism”: The human rights campaign Facebook logo as digital activism. *First Monday*, 19(4), 1-14. <https://doi.org/10.5210/fm.v19i4.4961>
- Wang, R., Liu W. & Gao, S, (2016). Hashtags and information virality in networked social movement: Examining hashtag co-occurrence patterns. *Online Information Review*, 40(7), 850–866. <https://doi.org/10.1108/OIR-12-2015-0378>
- Wasik, B. (2009). *And then there's this: How stories live and die in viral culture*. Penguin.
- Wonneberger, A., Hellsten, I. R. & Jacobs, S. H. (2021). Hashtag activism and the configuration of counterpublics: Dutch animal welfare debates on Twitter. *Information, Communication & Society*, 24(12), 1694-1711. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1720770>
- Xie, C., Liu, P. & Cheng, Y. (2023). Praxis, hashtag activism, and social justice: A content analysis of #StopAsianHate narratives. *Asian Journal of Communication*, 33(2), 121-137. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2180529>
- Xiong, Y., Cho, M. & Boatwright, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public Relations Review*, 45(1), 10-23. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.014>
- Yang, G. (2016). Narrative agency in hashtag activism: The case of #BlackLivesMatter. *Media and Communication*, 4(4), 13-17. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>
- Yang, W., Zhang, J. & Ma, R. (2020). The prediction of infectious diseases: A bibliometric analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6218. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176218>
- Zulli, D. (2020). Evaluating hashtag activism: Examining the theoretical challenges and opportunities of #BlackLivesMatter. *Participations*, 17(1), 197-215.