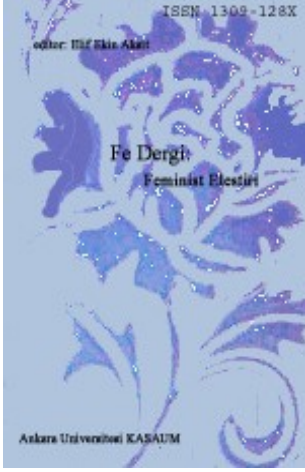


Yayınlayan: Ankara Üniversitesi KASAUM  
Adres: Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Cebeci 06590 Ankara



Fe Dergi: Feminist Eleştiri 11, Sayı 1  
Erişim bilgileri, makale sunumu ve ayrıntılar için:  
<http://cins.ankara.edu.tr/>

***Dijital Feminizm: Hashtag'in Cinsiyeti***

*Özlem Alıkcı  
Şule Baş*

Çevrimiçi yayına başlama tarihi: 26 Mayıs 2019

Bu makaleyi alıntılar için: Özlem Alıkcı, Şule Baş “Dijital Feminizm: Hashtag'in Cinsiyeti” *Fe Dergi 11*, no. 1 (2019), 89-111.

URL: [http://cins.ankara.edu.tr/21\\_8.pdf](http://cins.ankara.edu.tr/21_8.pdf)

Bu eser akademik faaliyetlerde ve referans verilerek kullanılabilir. Hiçbir şekilde izin alınmaksızın çoğaltılamaz.

**Dijital Feminizm: Hashtag'in Cinsiyeti\***

Özlem Alıklıç\*

Şule Baş\*

*Dijital dünyanın yeniliklerinden feminist çalışmalar da etkilenmiştir. Feminizmin dijitalde de tartışılabilir hale gelmesiyle, bireyler kadın hak ve sorunları ile ilgili yorum paylaşım görüşlerini aktarmaktadır. Araştırmanın ilk temeli, sosyal medyada feminizmle ilgili içerikler gözlemlendiğinde ortaya atılmıştır. Görülmüştür ki, feminizm algısı hala doğru yerleşmemiştir. Bu çalışmada, sosyal medyada feminizm üzerine geliştirilen hashtag ve yorumlardan yola çıkılmıştır. Temelde, Türkiye’de feminizmin sosyal medyada nasıl tanımlandığını ve feminizm hareketiyle ilgili oluşmuş baskın içerik ve söylemi, “hashtag”ler üzerinden ölçmek amaçlanmıştır. Çalışmada sanal platformlar arasında popüler olan “Eksisözlük”te, “feminizm” ve “feminist” hashtagleri ile açılan konu başlıkları araştırılmış; içerik analizi yapıldıktan sonra içeriklerden söylem tipolojileri oluşturulmuştur. İlgili konu başlıklarına yapılan tanımların yüksek oranda cinsellik ve şiddet içerikli olduğu, sözlük tanımların çoğunda “feminizm” ve “feminist” terimlerinin negatif olarak algılandığı, ilgili hashtag’lerin bile toplumsal cinsiyet ve roller açısından aşağılanıp değersizleştiği görülmüş, hashtagler altındaki yorumlarda feminizmin Türkiye’de şiddet ve cinsellikten ibaret bir kadın görüşü olarak algılandığı saptanmıştır.*

*Anahtar Kelimeler: Dijital Feminizm, Hashtag, Toplumsal Cinsiyet*

**Digital Feminism: The Gender of Hashtag**

*Feminist studies have been effected by the digital innovations as well. Since feminism has been an arguable topic in digital World, individuals have started sharing their views and arguments women rights, women problems, The foundation of this research was revealed by the observation of digital feminism content that were posted at social media platforms. The perception of feminism in Turkey hasn't still been placed correctly. Unfortunately, social media users in Turkey have still failure in understanding feminism and have superficial information about it. This research aims to explore the dominant discourse in feminism posts which also means a pure reflection of the perceived feminism in Turkey. In this study, a digital platform “eksisözlük” which is one of the most popular social media platform, was selected. “Feminism” and “feminist” hashtags were selected. The posts under each hashtags, content analysis were conducted. After the identification of discourse categories, discourse analysis was implemented. Results show that posts under these hashtags have revealed that comments & definitions are more close to sexuality and violence to women rather feminism. From the perspective of societal gender and roles, feminism is perceived in a negative way in social media in Turkey and related posts keep devaluing and insulting the terms “feminism”, and “feminist”.*

*Keywords: Digital Feminism, Hashtag, Gender*

**Giriş**

İnternet ve sosyal medya bireylerin hayatında her gün daha fazla pay alırken, bireyler özellikle sosyal medya platformlarında her türlü içerik üretip paylaşmaktadır. Visual Capitalist’e göre (2017), dünyada bir dakikada; 4.1 milyon Youtube videosu izlenmekte, Instagram’a 46.200 içerik girilmekte, 452.000 tweet atılmakta, 1.8 milyon Snap oluşturulmakta ve 900.000 kere Facebook’a girilmektedir. We Are Social (2018) raporuna göre Türkiye’de nüfusun %67’si internet kullanıcısıdır ve toplam 51 milyon yani nüfusun %63’ü, aktif olarak sosyal medyayı; günde ise 7 saat 9 dakika internete bağlı olup toplamda 2 saat 48 dakika da sosyal medya kullanmaktadır.

\*Araştırmaya dair ilk bulgular sözlü bildiri olarak "Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu"nda sunulmuştur. Araştırmanın son hali ve kapsamlı literatür ilk kez Fe Dergi’de yayımlanmaktadır.

\* Doç., Dr., Yaşar Üniversitesi – İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, <https://orcid.org/0000-0001-6311-2622>

\*Yaşar Üniversitesi- İletişim Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, <https://orcid.org/0000-0002-2956-1261>

Bu verilerden yola çıkıldığında, bireylerin kullandıkları her dijital platformda içerik üretip paylaşması ve paylaşılan içerikler hakkında etkileşime girmesi olağandır. Bugün bireyler hemen her konuda fikre sahip olup bunu sosyal medya üzerinden paylaşmakta bir sakınca görmemektedir. Zaten günümüzde sosyal medya sadece serbest zaman geçirme, eğlenme, motivasyon sağlama, oyun oynama gibi fonksiyonları sağlamakla kalmayıp bilgi verme, eğitime, yöneltme, yönlendirme, toplumun genel kanaat ve tutumlarını temsil etme; hatta davranışa yönlendirme konusunda da son derece önemli bir araç haline gelmiştir.

Sosyal medya, birçok alanı ve sorunu tetikleyip (olumlu ve olumsuz anlamda) etkilediği gibi feminizmi de etkilemiş ve tartışmaları çevrimdışı ortamlardan çevrimiçi ortamlara taşımıştır. Kaya'ya (2018) göre günümüzde feminist fikirlerin kabulünde sosyal medya önemlidir. Davis de (2008) kadınların toplumsal cinsiyet rolleri ve normlarıyla mücadele etmek için feminizmi dijital ortamda yeniden tanımladıklarını belirtir. Daniels'a göre (2009), online feminizm sayesinde kadınlar çok sesli olmuş; toplumsal cinsiyet yarışında güçlenmiştir.

Yabancı alanyazın genelinde sosyal medyanın feminizm olgusu üzerine olumlu etkilerinden bahsedildiği görülür. Ancak özellikle Amerikan ve Avrupa kültürlerinde beliren bu olumlu etkinin özellikle Türkiye ve benzer kültüre sahip ülkelerde de aynı olması beklemek mümkün görünmemektedir. Türkiye'de sosyal medyada sadece feminizm değil, kadın temalı içeriklerde bile toplumsal cinsiyet ve roller tartışması altında kadının varoluşu, cinsiyeti, özgürlüğü, hakları, inancı, tercihleri bile sorgulanıp yargılanmaktadır. Feminizmin doğru anlaşılıp anlaşılmadığı, nasıl algılandığı, olgu üzerine ne gibi söylem ve tutumlar geliştirildiği bile geleneksel medyada halen hararetle tartışılmaktadır.

Bu çalışma sosyal medyada feminizm hakkında üretilen içerikleri feminist kuramlar çerçevesinden ele alan, feminizmin Türkiye'de hala doğru anlaşılmadığı varsayımı ve sosyal medya kullanıcılarının feminizm üzerine geliştirdikleri tanım ve söylemlerinin analiz edildiği bir araştırmadır. Araştırma kapsamında Türkiye'de faaliyet gösteren en bilinen sanal sözlük platformu, "ekşisözlük"te feminizm ve feminist etiketleriyle (hashtagler) açılan konu başlıklarına yapılan yorumlar incelenmiş, yorumlara içerik ve söylem analizi yapılmıştır. 1999 yılından 2018'e kadar konu başlıkları altına yapılan tüm yorumlar incelenerek, veriler SPSS 16.0 ile analiz edilmiştir. Bulgular maalesef Türkiye'de feminizmin özellikle Avrupa ve Amerika'da tartışılan temel feminizm dalgalarından bir hayli uzakta olduğunu işaret etmektedir. Sözlükte ağırlıklı olarak feminizm tanımlarının cinsellik ve şiddet içerikli olduğu, içerik üreticilerinin feminizm kavramını bilmedikleri anlaşılmıştır.

Çalışmada ilk önce feminizm kavram ve hareketinin, bugünün dijital ortamda konumlanmaya çalışılan e-feminizme evrilmesini (feminizm dalgaları) anlatan süreçten bahsedilmiştir. Ardından alanyazında sosyal medyada feminizm üzerine yapılmış çalışmalar incelenmiş, üçüncü bölümde de araştırma ve bulgular tartışmaya sunulmuştur.

### **Feminizmden E-Feminizme: Bildirilerden, Sokaklardan Hashtag'lere**

Kadınların sadece kadın olmaları sebebiyle yaşadıkları zorlukları ve baskıyı tartışan feminizm bunu da sınıf, ırk, ulus, din ve dil gibi farklı kavramlar çerçevesinde inceleyerek yapmıştır. Kavramın ortaya çıkışı on sekizinci yüzyıla Mary Wollstonecraft'ın "A Vindication of the Rights of Women" adlı çalışmasına dayanır. Feminizmin akademik alana girmesini sağlayan yine bu çalışmadır (akt. Sevim 2005).

Smith (1980), feminizmi şöyle tanımlar:

*"Feminizm politik bir teoridir ve pratikte bütün kadınlar için mücadele eder: renkli kadınlar; işçi sınıfı kadınları, yoksul kadınlar, engelli kadınlar, lezbiyenler, yaşlı kadınlar, aynı zamanda ekonomik olarak ayrıcalıklı beyaz kadınlar, heteroseksüel kadınlar. Feminizm, kadınların kendi itibarını yükseltmesi içindir."* (s. 48).

Genel olarak "çalışma hakkı, aile içi şiddet, eşit maaş, seçme ve seçilme hakkı ve cinsel istismar" gibi konularla çalışan feminist hareket, tarihsel süreç içerisinde farklı dalgalara ayrılmıştır (Şen ve Kök 2017):

#### **Birinci Dalga**

Ekonomik, sosyal ve siyasal olarak eşitliğe dayanmaktadır (Kaya 2018). On dokuzuncu yüzyıl sonu ve yirminci yüzyıl başlarında görülen bu dalga, eğitimde fırsat eşitliği, kadınların mülkiyet hakkı ve siyasal haklar gibi temel haklara odaklanmaktaydı. Feminist kuramcılar kadınların ev dışında da zaman geçirmeleri gerektiğini söylemişler, kadınların kamu ve özel alanlarda eşitlikçi ve özgür haklarının olması için uğraşmışlardır (Taş 2016). Beyaz kadınlar erkeklerle eşit haklar elde etmek, seçme hakkı gibi hukuki haklar için uzun süre savaşımlardır ve aslında bu mücadele beyaz kadınların mücadelesidir. Büyük oranda başarılı olan bu dalga, kadınların oy hakkı elde etmesini sağlamıştır. Ancak söz konusu kadınlar orta ve üst sınıf olan beyaz ırka mensup kadınlardır (Ginzberg 2009; Kaya 2018, 566). Aslında bu dalgadaki başarı, renkli olup fakir veya işçi

sınıfına mensup olan kadınları görmezden gelerek, sınıfsal ve ırksal ayrıma dayanan bir oy hakkı başarısıdır (Hileman 2014, 3).

### **İkinci Dalga**

İkinci dalga ise 1940'lardan 1970'lere doğru ilerlemiştir. Kadınlar, erkeklerle yaşamın bütün alanlarında eşit haklara sahip olmak için çalışmışlardır. Bu dalgadaki kadınlar “militan” ve “dar görüşlü” olmakla suçlanmış, özellikle radikal feministler birçok alanda mücadele etmiş ve başarılı olmuştur: doğum kontrolü, kürtaj hakkı, eşit işe eşit ücret, eğitimde eşitlik, iş dünyasında hamilelik hakları (Hileman 2014). Bu dönemde, Simone de Beauvoir “2. Cins” kitabında biyolojik cinsiyet üzerinde toplumsal cinsiyetin baskısına dikkat çekmiştir (Beauvoir 1986). Kadın bedeninin de özgürleştirilerek erkek hegemonyasından kurtarılması gerektiği savunulmuştur (Taş 2016). Ancak bu dalgadaki feminizm zamanla gücünü yitirmiştir. Bunun nedeni de feministlerin bir süre sonra kadınların daha fazla eşit olmasını istemesi, aslında kadın-erkek eşitliğini değil, kadınların üstün olmasını istemesidir (Hileman 2014).

### **Üçüncü Dalga**

Kadınlarla erkeklerin eşitlik mücadelesinin devam ettiği (Kaya 2018) üçüncü dalga, 1990'larda başlamış ve daha çok toplumsal cinsiyet, sınıf, ırk, etnisite konularını tartışarak çözüm aramıştır (Taş 2016). Üçüncü dalgada ırksal mücadele gibi dönemin güncel konuları da feministlerin ilgi alanları arasındadır: Feministler, Afro-Amerikan kadınların ırk, toplumsal cinsiyet ve cinsiyet gibi konulardaki hak arayışları için mücadele etmiştir (Taylor 1998). Savaş, ekonomik kalkınma, az gelişmişlik, çevre sorunları gibi farklı alanlarda alternatif kadın bakış açıları üzerine de çalışmışlardır (Taş 2016).

Dönemin dikkat çeken yanı, feministlerin aslında feminizmden çok “womanism” (Collins 1996) yani tüm kadınların haklarının savunulması için uğraşmasıdır (Taylor 1998). Ortaya çıkan başka önemli konu da “Queer” kuramıdır (Kaya 2018). Her ne kadar “Queer” sözcüğü Paul Goodman'ın 1969 yılında yayımlanan *The Politics of Being Queer* kitabıyla ortaya atılmışsa da (Goodman 1977), Queer teorisinin Foucault'nun çalışmalarından ilk yol aldığı söylenebilir. Foucault'ın (1978) *Cinselliğin Tarihi* adlı çalışmasında belirtmiş olduğu, cinselliğin baskıcı bir iktidara karşı özgürleşme mücadelesi veren bir güdü değil de yeni bir iktidar biçiminin işlenmesinde merkezi rol oynayan bir tertibat olduğu düşüncesi, Queer kuramcılarının dayanak noktalarından biridir (Yardımcı 2012).

Üçüncü dalgada teknoloji genel olarak daha erkeksi ve erkeklerin uzmanlık alanı olarak tanımlanmaktadır (Dworkin 1974). Yine de üçüncü dalga feminist hareketle birlikte kadınların internet kullanımı artmış ve bu kadınların teknolojik alanlarda da çalışmasını sağlamıştır (Hileman 2014: 2).

### **Dördüncü Dalga**

İnternet ve sosyal medya platformları dördüncü dalga feminizmin oluşmasına katkı yapmıştır. Üçüncü dalganın son dönemlerinde yaygınlaşan internet kullanımıyla artık “hashtag feminizmi” diye de adlandırılan yeni dalga oluşmuştur. Günümüzde kadın ve toplumsal cinsiyet konularıyla ilgili sanal ortamlar ve sosyal medyada yapılan aktivizm öne çıkmaktadır (Kaya 2018).

Bazı araştırmacıların “*Feminizm artık geçerliliğini yitirdi, yok oldu.*” diye iddia ettiklerinin aksine Walby (2011), feminizmin dönüştüğünü ve çeşitli konulara ve ihtiyaçlara artık daha karmaşık bir yoldan cevap vererek daha da güçlendiğini söylemektedir. Cochrane'e göre (2014), feminist konular “hashtag feminizmi” (dijital feminizm, e-feminizm) ile tartışılarak daha güçlenmiş ve anaakım medyaya ulaşmıştır. Fotopoulou'ya göre (2016), feminizm artık dijital kız kardeşlik üzerinden kadın örgütlenmesi sağlamaktadır. Ancak hatırlatılmalıdır ki dördüncü dalga feminizmde eleştirilen noktalardan biri de internet erişimi olmayan kadınların sorunlarıdır (Kaya 2018). Yine de feministlerin internetle olan bağları feminizme siber bir alan açmış ve dünya genelinde tüm feministlerin birbiriyle iletişim kurabilmesini sağlamış ve feminizm tüm kadınların sesi olmuştur (Hileman 2014, 2).

### **Dijital Feminizm (Hashtag/Online Feminizm)**

Dördüncü dalga feminist hareket ile feminizm online ortama taşınmıştır (Knappe ve Lang 2014, 364.) Alanyazında, kadınların online ortamdaki feminist aktiviteleri için farklı tanımlamalar kullanıldığı görülmektedir. Everett (2004), Wilding'in 1997'de “*siberfeminizm*” kavramını kullandığını, “feminizm ile siber alanın verimli bir şekilde iş birliği yaptığını” söylemiştir.

Loza (2014) hashtag feminizmiyle aslında görünmez olmayan, ancak insanların görmeyi reddettikleri şeylerin görünür olduğunu savunmaktadır. Clark'a göre (2016), Twitter'da kullanılan hashtaglerle yapılan feminist aktivizm, hashtag feminizmi, cinsiyetler arası eşitsizliklerin ortadan kaldırılması için güçlü bir taktiktir. Martin ve Valenti (2013)'ye göre günümüzde online ortamlar feministler tarafından kendi hikayelerini paylaşmak ve analiz yapmak, farkındalık artırmak ve zorlu konuları tartışmak için kullanılan önemli bir araçtır. Anaakım medyanın genelde uzak durduğu cinsiyetçilik, transfobi, queer ve milliyetçilik gibi konular online ortamlarda kendisine burada yer bulur. Gunn (2015), aktivistler ve akademisyenlerin "hashtag aktivizmi" kavramını tercih ettiklerini belirtmiştir. Etki anlamındaysa, online feminizm ve aktivizmde Twitter'ın önemli bir platform olduğu düşünülmekte ve özellikle sivil toplum için özel bir alan açtığı belirtilmektedir (Fotopoulou 2014, 3). Martin ve Valenti (2013), Dencik ve Wilkin (2015, 82), toplumdan dışlanan ve marjinalize edilen kadınların online platformlar sayesinde kendi seslerinin gücünü bulduklarını ve paylaşabildiklerini belirtmektedirler. Murphy (2013), Wilde-Blavatsky (2013) ve Goldberg (2014) feminizmin dijitalleşmesini ve online olarak yayılmasını renkli kadınları, trans feministler, queer feministler, işçi sınıfı kadınları ve ayrıştırılmış durumdaki diğer kadınlar için yeni bir alan olarak görmekte; Sandoval (2000, 52) da hashtag feministleri sayesinde kadınlar arasında bir koalisyonun kültürel, ırksal, sınıf, biyolojik cinsiyet, toplumsal cinsiyet bazında kurulmuş olduğundan bahsetmektedir. Irwin (2013) feminist devrimin gerçekleşmesi için bol bol "tweetlenmeli, hashtaglenmeli, vinelanmalı ve instagramlanmalı" diye düşünmektedir.

Sosyal medya kadınlara ve feministlere kampanyaları hakkında iş birliği yapma ve farkındalık yaratma olanağı sağlamaktadır (Eslen-Ziya 2013). Bu etkinin fazla sayıda kişiye ulaşması için haber medyası da kullanılmalıdır (Guha 2015, 156). Bazı araştırmacılar online aktivizmin çok da önemli ve etkili olmadığını düşünmekte ve bu harekete "slaktivizm" demektedir. Slaktivizm, siyasi kararlarda online aktivizmin etkisinin çok az olduğu veya olmadığını, daha etkili olabilecek yöntemlerden dikkatlerin uzaklaştırıldığını anlatmaktadır. Aksine, bazı araştırmacılar da Facebook ve Twitter gibi mecraların siyasal katılım alanında da çok etkili olduğunu ve göz ardı edilmemesi gerektiğini söylemektedir. Ancak dijital ortamların feminizmin savunulmasına, yayılmasına fayda sağlarken aynı zamanda feminizm karşıtlığının ve mizojininin de yayılmasına sebep olduğu da unutulmamalıdır. İnternet erişimi olmayan milyonlarca insanın feminizm hakkında farkındalığının bu yolla sağlanamaması bir başka eksikliklerdir (Kaya 2018).

### Alanyazın Taraması

Üçüncü dalganın sonlarında ve dördüncü dalganın büyük bir kısmında dijital feminizmle ilgili birçok çalışma yapılmıştır (Çelenk 2010; Sarkeesian 2012; Eslen-Ziya 2013; Kuyucu 2013; Martin ve Valenti 2013; Carstensen 2014; Losh 2014; Loza 2014; Thrift 2014; Eagle 2015; Guha 2015; Higgs 2015; Holmes 2015; Clark, 2016; Drüeke ve Zobl 2016; Sadowski 2016; Aksu 2017; Kim 2017; Şen ve Kök 2017; Benton-Greig, vd. 2018; Han 2018; Jeong ve Lee 2018; Kaya 2018). Buna ilaveten feminizmin dijital dünya sayesinde daha kolay konuşulabildiğini ve dijitalliğin daha fazla kişiye ulaşmada etkili bir yol olduğunu, dijital feminizmin iyi bir kavram olduğunu savunanlar da bulunmaktadır (Martin ve Valenti, 2013; Carstensen, 2014; Losh, 2014; Loza, 2014; Thrift, 2014; Eagle, 2015; Guha, 2015; Higgs, 2015; Clark, 2016; Drüeke ve Zobl, 2016; Sadowski, 2016; Kim, 2017; Han, 2018; Jeong ve Lee, 2018). Bazı araştırmacılar ise (Sarkeesian 2012; Holmes 2015; Benton-Greig, Gamage ve Gavey 2018) diğerlerinin tam aksine bireylerin dijitalleşen iletişim yöntemlerini feminizm karşıtı yorumlar yapmak ve mizojinik düşüncelerini aktarmak için kullandıklarını düşünmektedirler. Türkiye'de ise bu alanda yapılan çalışmalar (Çelenk 2010; Eslen-Ziya 2013; Kuyucu 2013; Özdemir 2015; Yılmaz 2015; Aksu 2017; Şen ve Kök 2017; Kaya 2018; Kekeç ve Taşcıoğlu 2018; Özkan 2018) daha sınırlıdır.

Online feminizm üzerine hazırlanmış olan "FemFuture: The Online Revolution" raporuna göre, feminist harekette artık online feministler de etkili olmaktadır (Martin ve Valenti 2013, 2). #FemFuture raporu temelde iki konu üzerinde durmaktadır: (1) Söyleysel olarak feminizm. Kadınların seslerini yükseltmeleri, alternatif medya kanalları kullanmaları, sosyal medya kanallarını etkili kullanarak sorunlarını dile getirmeleri gibi konulara dikkat çekmektedir. (2) Dijital medya sayesinde farklı alanlardaki feministlerin birbiriyle iletişimde olması ve birbirlerini desteklemesidir (Clark 2014).

Son yıllarda, feminist hashtag aktivizmi tüm dünyada artış göstermiştir. Amerika'da #YesAllWomen ile kadınlar şiddet ve cinsel istismar deneyimlerini, (Thrift 2014), #EverydaySexism ile her gün karşılaşılan taciz deneyimlerini (Eagle, 2015), Almanya'da #aufscherei ile (Drüeke ve Zobl 2016) yine aynı sorunları paylaşmaktadırlar. Bu hashtagler sayesinde kadınlar mizojiniyle mücadele etmekte, şiddet veya tecavüz gibi sorunlara çözümler üretmekte, karşı koymakta ve karşı eyleme geçmektedir. Loza (2014), feminist hashtaglerden

#SolidarityIsForWhiteWomen ve #FemFuture üzerinde çalışmış ve #SolidarityIsForWhiteWomen hashtaginin sadece 4 günde 75,465 kere tweetlenerek büyük ilgi gördüğünü belirtmiştir. Bu hashtagin yanı sıra ırkçı ve cinsiyetçi önyargıların konuşulduğu #NotYourAsianSidekick veya trans kadınların tartışıldığı #GirlsLikeUs da bulunmaktadır. Sadowski (2016), Alman dijital feminist aktivizmini üzerine çalışmış, #aufschrei hashtagini incelemiştir. Kadınlar, cinsiyetçi deneyimlerini #aufschrei ile paylaşmış ve Twitter'da kamusal ve politik tartışmalar yapmıştır. Drücke ve Zobl (2016) da "#aufschrei" hashtagini incelemişler; cinsiyetçilik ve cinsel istismarın sosyal medya ile görünür olmasını katkı sağladığını bulmuşlardır. Losh da (2014) Hindistan'da hashtag feminizmini araştırmıştır. Bir öğrencinin cinsel istismara uğramasına yönelik hashtag geliştiren örgütlerin, sosyal medya üzerinden kişileri örgütleyip eylem yapmaya çağırdıklarına dair yorumlara içerik analizi yapılmış ve bu konuda başarılı olduklarını tespit etmiştir. Guha (2015), Hindistan'da cinsel istismar, tecavüz konulu ve kurbanların suçlanmasına yönelik hazırlanan videoya tepki olarak açılan "#victimblaming" hashtagini incelemiş; dijital medyanın anaakım medyada gündem oluşturma ve medyayı harekete geçirme, dikkat çekme özelliği olduğu görülmüştür. Carstensen (2014), "#MooreandMe" ve "#aufschrei" hashtaglerinin feminist konuları tartışması sayesinde, feminizmin anaakım medyada görünür ve fark edilir olduğunu belirtmiştir. Örnek olarak yukarıda da belirtilen Hindistan'daki taciz vakasından sonra kullanılan #Nirbhaya etiketi sayesinde olayın ve dijital feminizmin Amerika'da, New York Times'da haber olduğunu aktarmıştır. Clark (2016) da "#WhyIStayed" etiketinin, eskiden aile içi şiddet mağduru olup şimdi kurtulan binlerce kadının "neden kendisini suistimal eden kişilerin yanında kalmak zorunda olduklarını" anlattığı bir etiket olduğundan bahsetmektedir. #WhyIStayed hashtagine yapılan yorumlara söylem analizi yapmış, yorumların kişisel deneyimler ve kurbanları destekleyici, motive edici yorumlar olduğunu keşfetmiştir. Higgs de (2015), "#JusticeForLiz" hashtagini araştırmıştır. Etiket, 16 yaşında çoklu tecavüze uğrayıp öldü sanılarak bırakılan Liz takma adlı öğrenci için açılan bir etikettir. Bu kampanya sayesinde yüzlerce kişi sokaklarda eylem yapmış ve 4 haftada olay tüm dünyada duyulmuştur. Han, (2018) Çinli feminist grup "Gender Watch Women's Voice"u ve online mizojiniye karşı yaklaşımları incelemiş; feminizm için online bir alanı sorgulamıştır. Bu hashtaglerin insanlar, kadın düşmanlığı ve feminizm hakkında konuştuğu hashtaglerin insanları birleştirerek dayanışmayı sağladığını belirtmiştir. Kuzey Kore'de mizojiniyle mücadele etmek için açılan "#iamafeminist" hashtagi ile ilgili çalışmalar yapan Kim (2017), bu hashtagle bireylerin mizojiniye karşı olmak için attıkları tweetlerin %56 gibi yüksek bir oranının feminist olmaya yönelik kişisel motivasyonları, %38'inin Kore'de feminist olduğunu itiraf etmenin getirdiği zorluklarla ilgili olduğunu tespit etmiştir. Jeong ve Lee (2018) Kuzey Kore'deki online feminist aktivizmini araştırmış; kullanıcı yorumlarına söylem analizi yapmış, online ortamlardaki cinsiyetlerle ilgili artırılmış gerçeklikleri incelemişlerdir. Koreli feministler, kadınların erkek söylemlerini kullanması fikrine dayanarak açtığı "Megalia" sitesinden yola çıkarak oluşturulan; yani kadınların erkeklere karşı çıkmaları ve kavga etmelerini savunan bir feminist hareket başlatılmıştır. Çalışmada kadınların online olarak güçlü ve hızlı bir şekilde örgütlendiklerini tespit etmişlerdir. Benton-Greig, v.d. (2018), Yeni Zelanda'da cinsiyetçi bira reklamına karşı yapılan online feminist kampanyayı (Auckland Feminist Hareket) analiz etmişlerdir (Feminist Action 2012). Çalışmaları, feminizmi desteklemeyenler için de online platformların düşüncelerin hızlıca yayılması ve karşıt görüş oluşturulmasında etkili olduğunu göstermiştir (Benton-Greig, vd. 2018).

Türkiye'de feminist hareketle ilgili alanyazına bakıldığında, feminizmin 1980'lerde güçlendiği ve asıl ilgi alanı aile içi şiddete karşı çıkmak için oluşturulan dayanışma kampanyalarından beslendiği görülmektedir. Kavram 1990'larda da alanını genişletmiş ve sokak protestolarıyla daha görünür olmuştur (Eslen-Ziya 2013). Sosyal medyayla Türkiye'de feminizmin sesini duyurduğu söylenebilir. Kadınlar tecavüz, şiddet gibi sorunlarını sosyal medyada dile getirmeye başlamıştır. Kadınların seslerinin geleneksel medyada yeterince yer almaması da sosyal medyayı kadın dayanışması için önemli hale getirmektedir (Çelenk 2010). Türkiye'de yapılan dijital feminist aktivizmle ilgili alanyazının fazla olmadığı dikkat çeker (Kuyucu 2013; Altınay 2014; Aksu 2017; Şen ve Kök 2017; Kaya 2018). Kuyucu (2013), Gezi Parkı eylemleri sırasında Twitter'da kadına yönelik şiddet ve sosyal medyayla ilgili bir araştırma gerçekleştirmiştir. Polisin eylemler sırasında kadınlara uyguladığı şiddet, başörtülü kadınlara eylemler sırasında yapılan şiddet (#direnbaşörtülü) gibi konuları araştırıp içerik ve söylem analizi yapan Kuyucu (2013), kadınların diğer kadınlara yine aslında erkek egemen söylemle konuşarak hakaretler ve küfürler ettiği sonucuna ulaşmıştır. Araştırmaya göre sosyal medyadaki aktivizm geleneksel medyaya yansımış; anaakım medyada haberlerin yer alması sağlanmıştır. Altınay (2014), kadın cinayetlerine karşı önlem almak ve dildeki söylemi daha etkili hale getirmek için açılan "#KadınKatliamıVar" hashtagine yönelik çalışmış ve hashtagin farklı dillerde de paylaşıldığı ve farkındalık oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır. Aksu (2017), Türkiye'de kadın derneklerinin sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarını ve yöntemlerini

araştırmış ve hızlı iletişim olanağı sağlaması, kolay kullanılabilir olması ve kadınlar için özgür alan oluşturması gibi amaçları olduğunu saptamıştır. Şen ve Kök (2017), Türkiye’de feminist gruplardan Mor Çatı, Uçan Süpürge ve Üniversite Kadın Kolektifi olmak üzere 3 feminist eylemci diye tanımlanan grubun Twitter hesaplarını incelemiş, feministlerin bu hesaplar üzerinden eylemlerini güçlendirmek için online ortamları kullanımına bakmışlardır. Mor Çatı’nın daha çok kadına yönelik şiddet ve eylem-direnış konuları için; Uçan Süpürge’nin çocuk istismarı için ve Üniversiteli Kadın Kolektifi’nin de cinsel istismar-tecavüz konuları için tweet attığı görülmüştür. Kaya da (2018), Gezi Parkı eylemlerinden sonra artan kadın kullanıcı sayısından yola çıkarak Türkiye’deki yeni feminist mücadele alanı olan online feminizmi/sosyal medya feminizmini incelemiştir. Özkan (2018), kadına yönelik şiddette sosyal medyada yapılan aktivizmi incelemek için Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu’nu içerik analizi yaparak platformda paylaşılan tweetlerin konularını gruplandırmıştır. En fazla cinayet, cinsel istismar, toplantı, yürüyüş konularında tweet atıldığı tespit edilmiştir. Kekeç ve Taşcıoğlu (2018), Özgecan Aslan cinayetinin dijital platformlarda nasıl yer aldığını anlamak için Ekşisözlük’te konu başlığına yapılan 141 yorumu söylem analizi ile incelemişler; olayı eleştiren yorumların bile cinsiyetçi söylemden uzaklaşmadığını belirlemişlerdir. Şiddete verilen tepki yine eril bakış açısı ile ve kadının kimliğini sorun olarak gören bir dille gösterildiği dikkat çekmiştir.

Yılmaz (2015) da yeni medyada örgütlenme ve bu örgütlenmenin toplumsal etkilerini araştırmış, #sendeanlat hashtagini örneklem olarak bireysel örgütlenmede hashtagin rolüne değinmiştir. Özgecan Aslan cinayetinden sonra açılan bu hashtagle insanlar kendi yaşadıkları / şahit oldukları taciz ve tecavüz olaylarını paylaşmaktadır. Bu kampanyada 1 milyonun üzerinde tweet atılmış; imza kampanyası yeni bir hashtage yol açmış ve #ÖzgecanYasası ile yasaların kadınları koruması için de harekete geçilmiştir. Özdemir (2015) taciz olaylarında cinsiyetçi söylemin nasıl yeniden inşa edildiğini araştırmak için #sendeanlat kampanyasını incelemiştir. Hashtag kampanyasının çok hızlı büyümesini tacizin artık gündelik yaşamın bir parçası olmasına bağlayan Özdemir, eleştirel söylem çözümlemesi yapmış ve erkek egemen söylemin sürekli olarak ve bilinçli veya bilinçsizce yeniden üretildiğini tespit etmiştir.

Hashtaglerin Türkiye’de aktif olarak kullanıldığı ve örgütlenmede, farkındalık oluşturmada önemli bir yere sahip olduğu görülse de hashtagler üzerine yapılan çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Son zamanlarda sıkça konuşulan Şule Çet, Hande Kader, Deniz Değer cinayetleri ile ilgili Twitter’da ve diğer platformlarda çokça konuşulsa da alanyazında herhangi bir çalışmaya denk gelinememiştir.

### **Materyal ve Yöntem**

Bu çalışmada sosyal medya platformlarından “ekşisözlük”te “feminizm” ve “feminist” hashtaglerine analiz yapılarak Türkiye’de dijital feminizm incelenmiştir.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de dijital ortamlarda feminizm ve feminist kavramlarının kullanıcılar tarafından nasıl tanımlandığını ortaya çıkarmak, dünyada dördüncü dalga feminizm tartışılırken Türkiye’nin kaçınıcı dalga feminizmde olduğunu keşfetmek, tanımların hangi söylem özelinde geliştiğini ortaya çıkarmaktır.

### **Yöntem**

Konu başlığının açıldığı 1999’dan Eylül 2018’e kadar olan “ekşisözlük”te “feminizm” ve “feminist” hashtaglerine yapılan yorumların incelendiği bu çalışmada, içerik ve söylem analizi yapılarak, toplamda 1382 yorum incelenmiştir. İçerik analizi metinsel ve metinsel olmayan analiz yaklaşımlarının kullanıldığı yöntembilimsel bir çerçevedir (Krippendorff 2004). Bu teknikle sözcükler, ifadeler, imgeler veya sesler tanımlanır ve sınıflandırılır (Krippendorff 2004, 18). Sosyal ağlar aracılığıyla etkileşim içerisindeki yapıların araştırılması içerik analizinin bir biçimidir (Magnani, Montesi, Nunziante ve Rossi 2011). Söylem analiziyse söylemlerde kullanılan dilin detaylı olarak incelenmesi ve bu yolla dilde bulunan kalıpların aranmasıdır (Arkonaç 2012). Foucault’nun söylem üzerindeki görüşlerinden temelini alan söylem analizi ise bireylerin kültürle şekillenen düşünce, sözle aktarma ve yazma pratiklerinin mevcut yapı içinde ideolojik ve politik amaçlara nasıl hizmet ettiğini, bireylerin düşünme biçimlerinin ve eylemlerin nasıl sınırlandırdığına, kısıtlandığına yönelik açıklamalar getirmeyi ilke edinmiştir (Wooffitt 2005). Söylem analizi içerik; metin (yazılı) ve konuşma (sözel) şeklinde oluşturulmuş söylemler üzerinde odaklanmıştır. Bu söylemler herhangi bir eklemeden veya filtreden geçmeyen, gerçeklik ve doğallığından mümkün olduğunca kayıp vermeyen gerçek verilerden oluşmaktadır (Çelik ve Ekşi 2008). Araştırmanın ilk aşamasında yorumlara içerik analizi yapılmış ve

yorumlar pozitif (feminizmi savunan), negatif (feminizmi kötüleyen), nötr (bilgi verici içerikler, vb.), çıkarım yapılamaz (link yönlendirmeleri vb.) ve karışık (feminizmi hem savunan hem kötüleyen) olmak üzere 5 kategoriye ayrılmıştır. İkinci aşamada da yorumlar feminist literatürün genel olarak odaklandığı konu başlıklarından toplumsal cinsiyet, işte fırsat eşitliği, eğitimde fırsat eşitliği, şiddet, LGBT, (Butler 1990; Hileman 2014; Taş 2016; Kaya 2018) genel feminist tartışmalar olarak 6 konu başlığına göre sınıflandırılmıştır. Politik (Beauvoir 1986; Ginzberg 2009) etnik/etnisite (Hileman 2014), toplumsal cinsiyet, din/ töre, LGBT (Beauvoir, 1986; Butler 1990) söylem başlıkları tespit edilerek; yorumların en çok hangi söylem başlıklarına yoğunlaştığı değerlendirilmiş ve söylem analizi yapılmıştır.

Politik yaklaşımla söylemleri analiz etmek; politikacılarla ve politika ile ilgili konuşmak, eleştiri yapmak, çeşitli konuları politikaya bağlamak eleştirel politik söylem olarak nitelendirilebilir (van Dijk, 1997). Bu çalışmada da feminizm ve kadın hakları gibi konuları politikaya bağlayan yorumlar, politik söylem olarak değerlendirilmiştir. Örneğin; “tecavüz oranının artması veya kadına yönelik şiddetin her gün konuşulur hale gelmiş olması devlet politikalarına ve bakan, milletvekili gibi siyasi kişilerin tarafından sarf edilen sözlerin bu durumu meşrulaştırıyor olmasına bağlayan yorumlar” gibi. Van Dijk eleştirel söylem analizinde etnik azınlık gruplar üzerinde de durmaktadır. İnsanların etnik kimlikleri üzerinden onlara yönelik çıkarımlarda bulunmak, önyargıları yansıtmak, sırf kimliği veya azınlık oluşu yüzünden özellikle nefreti bu gruba aktarmak etnik söyleme girmektedir (Brandage, 2019). Bu çalışmada da feminizm ile ilgili konuları ve kadın sorunlarını ırksal özelliklere bağlamak, etnik kimliği farklı olan (Kürt, Çerkez gibi) insanlar yüzünden kadın cinayetlerinin arttığını savunmak veya da suçluyu lanetlerken etnik kimlik üzerinden aşağılama yapmak etnik/etnisite söylemi olarak değerlendirilmiştir.

Yine çalışma kapsamında kadın sorunlarını toplum tarafından dayatılan rollere bağlamak, cinayet veya taciz gibi konuları “erkeklik” kalıplarına, kadının nasıl olması gerektiğine, kadının açık giyinmemesinden topluluk içinde nasıl davranması gerektiği gibi konular toplumsal cinsiyet (Öztürk, 2009) söylemi içerisinde değerlendirilmiştir. İnsanların dünya görüşleri, dini inançları ve değerleri, dini konularla ilgili düşünceleri gibi konular dini söylem içerisinde değerlendirilebilir (Beauvoir, 1986). Ülke kültüründe din ve töre önemli bir değerdir. Çalışmada konuyla ilgili sorunları veya çözümleri dinle ilişkilendirmek, toplumda gün geçtikçe daha yaygın ve baskıcı hale geldiği düşünülen dine bağlamak veya kadınlık ve erkekleri rollerini töreden öğrenmek ve bu yüzden de şiddet gibi törenin öğretilerini toplumsal düzenin sağlanması için bir zorunluluk görme gibi konular din/töre söylemi içerisinde değerlendirilmiştir. LGBT bireyler, homofobi veya eşcinsellikle ilgili bildirilen görüşler LGBT söylemi olarak kabul edilebilir (Butler, 1990). Yine çalışmada, feminizmi eşcinsellikle bağdaştırmak, feministlerin eşcinsel olduklarını düşünmek, kadın haklarını savunan erkeklerin ancak gay olabileceğine inanmak ve çirkin- erkek gibi kadın benzetmeleri ile feministleri aşağılamak LGBT söylemi içerisinde değerlendirilmiştir.

Toplanan veriler IBM SPSS versiyon 23 ile analiz edilmiş; analiz öncesi içerik analizinin kodlama güvenilirliği adına çalışmaya pilot test uygulanmıştır (%10). Test sonuçlarına göre kodlayıcı arası güvenilirlik (intercoder reliability) katsayısı  $\alpha = .87$  (Krippendorf  $\alpha$ ) bulunmuştur. Bir sözlük kullanıcısı aynı tanımı (yorumu) art arda iki kere girdiğinden dolayı bir geçersiz yorum tespit edilmiştir.

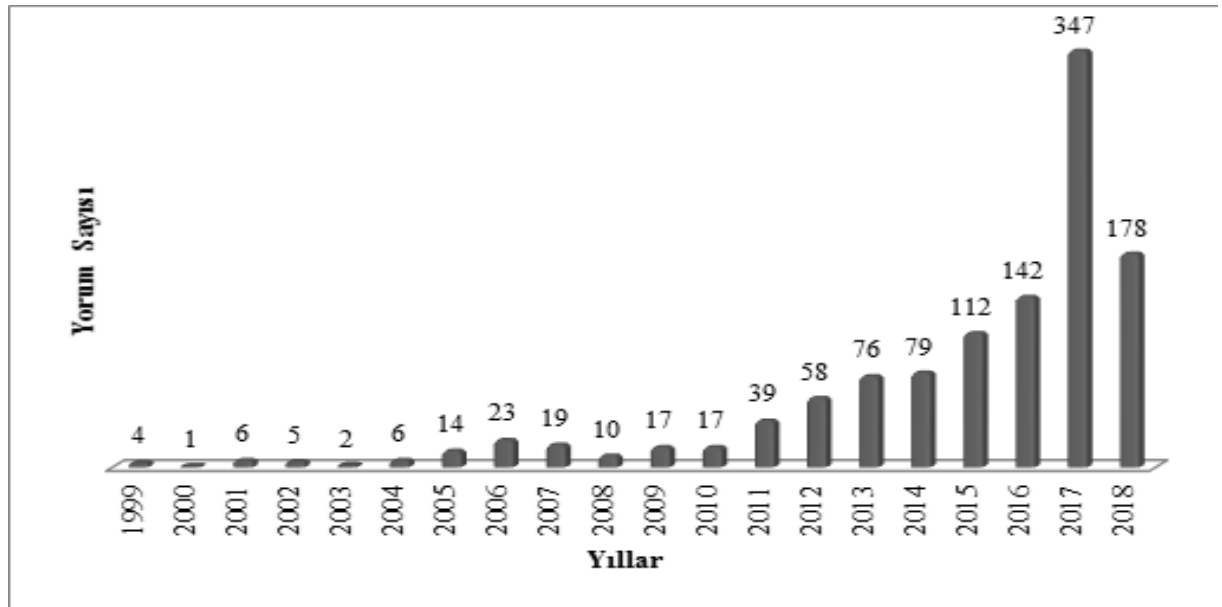
### Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni Türkiye’de faaliyet gösteren dijital sözlük portallarıdır. 1999’da kurulan ve Türkiye’nin en çok yorum alan popüler online adreslerinden, Ekşisözlük (Webrazzi, E. T: 09.09.2018), yapısı itibarıyla, üye sayısı ve her gün girilen güncel sözlük içerikleri ile Türkiye’nin en büyük sözlüğü (Hürriyet, E. T: 09.09.2018) olmasından dolayı amaçsal örneklem olarak seçilmiştir. Amaçsal örneklem, (yargılayıcı veya öznel örneklem olarak da adlandırılır) araştırmacının kendi yargılarına ve araştırma amaçlarına uygun olarak popülasyondan örneklem seçmeye dayanan olasılıksız örneklem yöntemidir. Araştırmacının keşfetmek ve açığa çıkarmak istediği konu hakkında amacına uygun olarak seçilen örneklemle araştırmasını yapmasıdır (Teddlie ve Tashakkori 2009). Ekşisözlük’te “feminizm” ve “feminist” hashtagleri girildiğinde feminizm hashtaginde 1154, feministte de 228 içerik bulunmuştur. Araştırma kapsamında içeriklerin tamamı incelenmiştir. 1999’dan 2018’e (28 Eylül 2018) kadar olan süreçte “feminizm” ve “feminist” hashtaglerine yapılan toplam 1382 yorum incelenmiştir.



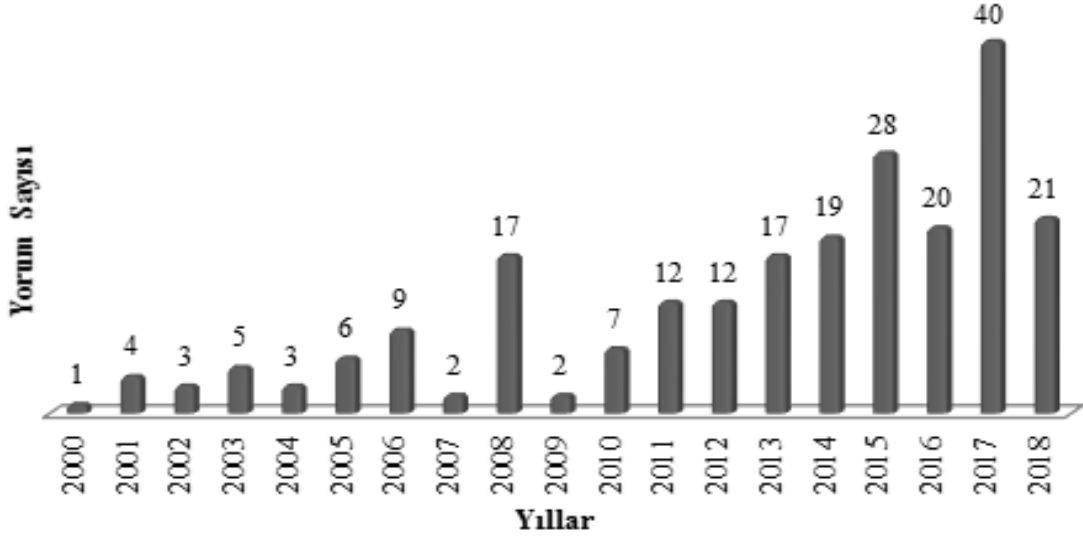
**Araştırma Soruları**

- 1) Türkiye’de feminizm ve feminist kavram başlıkları altına yapılan tanımlar olumlu mudur?
- 2) Türkiye’de feminizm ve feminist kavramları üzerine geliştirilen yorumlardaki söylemde hangi tipoloji baskındır?
- 3) Türkiye’de kaçınıcı dalga feminizm/ feminist konuları online konuşulmaktadır?
- 4) Türkiye’de feminizm ve feminist söylem tipolojisi son 20 yılda nasıl değişim göstermektedir?

**Bulgular****Genel Bulgular**

Grafik 1. “Feminizm” konu başlığına yapılan yorumların yıllara göre dağılımı

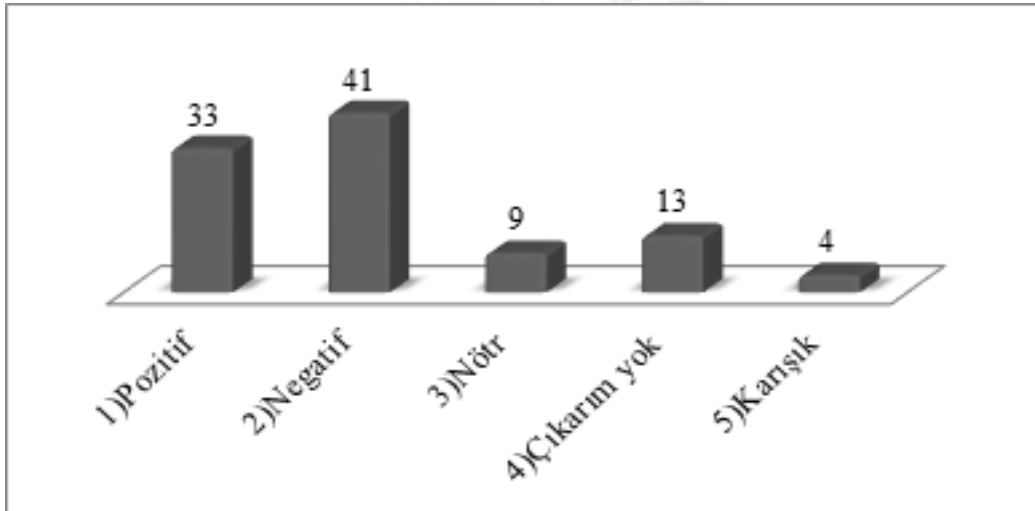
Feminizm hakkında yapılan yorumların yıllara göre dağılımına bakıldığında son yıllarda özellikle 2015 ile birlikte yorumların sayısında hızlı bir artış olduğu görülmektedir. En çok yorum 2017 yılında alınırken, 1999-2018 yılları arasında 1155 yorum yapılmıştır.



Grafik 2. "Feminist" konu başlığına yapılan yorumların yıllara göre dağılımı

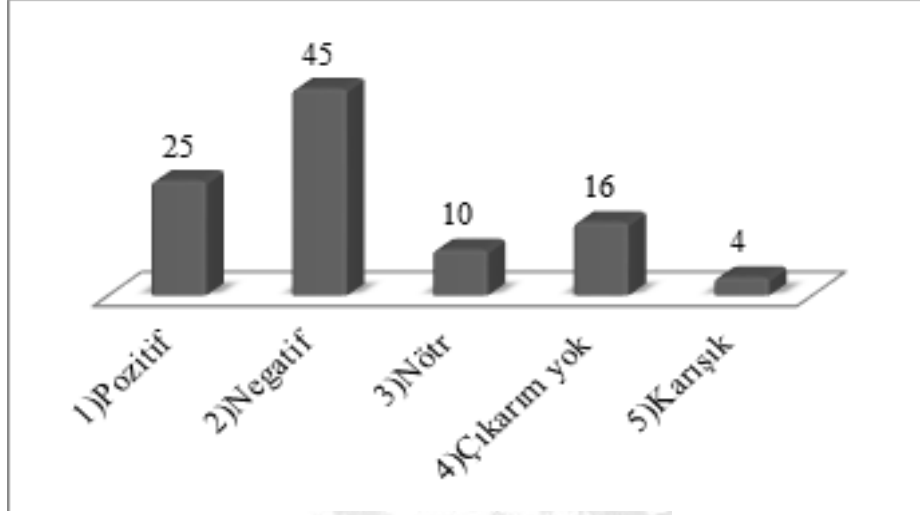
Feminist başlığına yapılan yorumların yıllara göre dağılımına bakıldığında 2015 yılından itibaren hızlı bir artış görülmektedir. 2017 yılı en çok yorum yapılan yıl olurken konu başlığına toplamda 228 yorum yapılmıştır.

**1) Türkiye'de feminizm ve feminist kavram başlıkları altına yapılan yorumlar olumlu mudur?**



Grafik 3. "feminizm" hashtagine yapılan yorumlarda feminizme karşı tutumların yüzdelerik dağılımı

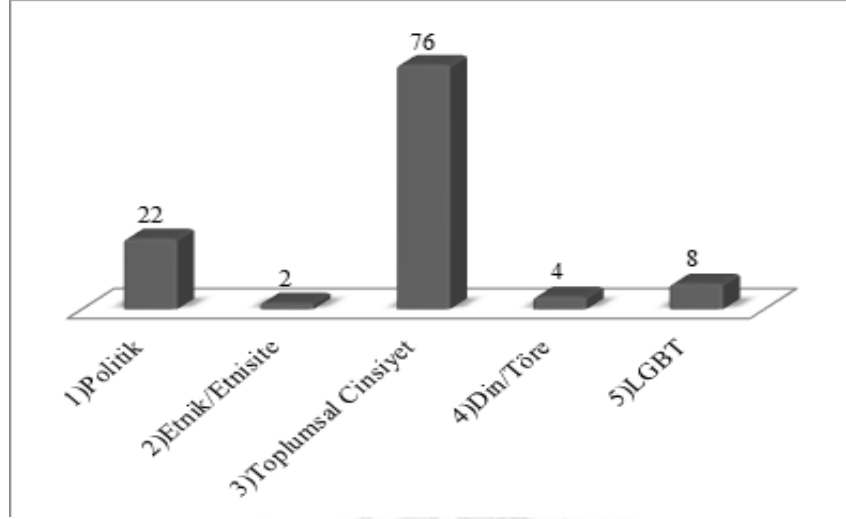
“Feminizm” hastagine yapılan yorumların %41 (S=467) gibi yüksek bir oranı negatif; feminizmi kötüleyen ve feminizm hakkında olumsuz içerikler barındıran yorumlardır. Yorumların %33’ü (S=382) pozitif; yani feminizmi desteklemektedir ve onu sırasıyla %13 (S=156) çıkarım yapılamaz, %9 (S=108) nötr ve %4 (S=40) karışık; hem feminizmin olumlu hem de olumsuz taraflarına dikkat çeken yorumlar takip etmektedir.



Grafik 4. “feminist” hashtagine yapılan yorumlarda feminist görüşlere yönelik tutumlarının yüzdeler dağılımı

“Feminist” hashtagine yapılan yorumların %45’inin (S=102) negatif, feministleri lezbiyen olarak tanımlama veya feministlerin çirkin kadınlar oldukları gibi feministlere karşı olumsuz içerikler barındıran yorumlar olduğu görülmüştür. %25’i (S=58) pozitif; feministlerin kadın hakları, kadına yönelik şiddet gibi konularla mücadele ederek toplumun iyileşmesine yardımcı olan insanlar olarak değerlendiren yorumlardır. Yorumların %16’sı (S=37) hakkında çıkarım yapılamazken, %10’u (S=23) nötr ve %4’ü (S=8) karışık; hem olumlu hem de olumsuz içerik barındıran yorumlardır. “feminist” kavramına yönelik tutumun da ağırlıklı negatif olduğu görülmektedir.

2) Türkiye’de feminizm ve feminist kavramları üzerine geliştirilen yorumlardaki söylemde hangi tipoloji baskındır?



Grafik 5. “feminizm” hashtagine gelen yorumlara ait söylemlerin yüzdeleri dağılımı

“Feminizm” hashtagine gelen yorumların söylemlerine bakıldığında yorumların %76’sı (S=878) toplumsal cinsiyet söylemine sahiptir.

Örnek yorum:

10.01.2018 “biyolojik olarak ‘eşit’ olmayan bedenlere, toplumsal olarak tümüyle ‘eşit’ davranılması çoğu durumda son derece mantıksız görünüyor!”

Yorumların çoğu “kadının ve erkeğin toplumsal rolü, kadının ve erkeğin yapması gerekenler, kadının nasıl olması veya olmaması gerektiğine” yöneliktir. %22 (S=256) ile politik söylem takip etmektedir ki bireyler kadın cinayetlerinin ve şiddetin artmasını politik sisteme bağlamaktadır veya feminizmin politik bir hareket olarak etkilerine yönelik yorumlar yapmışlardır.

Örnek yorum (09.03.1999) “lezbiyenliğin ilk adımı. frijitliğin bahanesi”

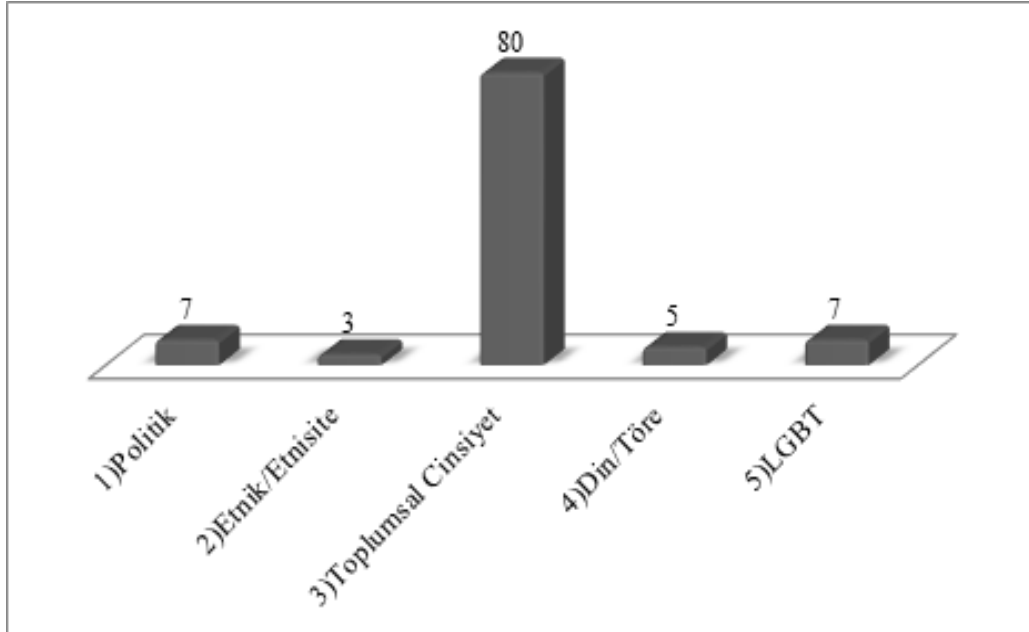
Örnek yorum (15.05.2017) “saçı uzun olan, ağlayan erkeklerin, erkek egemen ideolojin ürettiği erkeklik kurgusu üzerinden yine en başta erkekler tarafından ezildiğini görmeyen insanların eleştirmeye çalıştığı politik akım”

3. sırada %8 (S=92) ile LGBT söylemi yer almaktadır. Feminizmi, bir sapkınlık, eşcinselliğin yansıması olarak görmektedirler. %4 (S=42) yorumda din/töre söylemi dikkat çekmektedir. Feminizmin dine aykırı olduğu, Müslümanların asla feminist olamayacağına dair yorumlar yapılmıştır.

Örnek yorum (16.07.2017) “Kadınların her alanda ve her konuda erkekten üstünlüğünü savunan düşüncedir. Tabi farkında olmadan allaha kada tuttuklarının (haşa) ve gizli şirke bulaştıklarının farkında bile değiller”.

(29.05.2018) “Kadının aklen ve dinen eksik olması”.

Son sırada ise %2 (S=21) ile “etnik/etnisite” söylemi bulunmaktadır. Feministleri anarşist veya terörist göstererek olumsuz yorumlar yapılmıştır. Genel söylemin toplumsal cinsiyet olduğu görülmektedir.



Grafik 6. “feminist” hashtagine gelen yorumlara ait söylemlerin yüzdeleri dağılımı

“Feminist” hashtagine yapılan yorumlarda ilk sırada %80 (183 yorum) ile “toplumsal cinsiyet” söylemi bulunmaktadır. Babalarıyla sorunlu ilişki yaşayan kadınların düzgün bir aile ortamında büyümeleri sebebiyle feminist oldukları veya feminist kadınların ev içindeki görevlerini yerine getirmediği gibi yorumların sayısı oldukça fazladır.

Örnek Yorum (01.10.2001) “çirkin kadın demek”

(11.08.2012) “erkeklerden beklediği ilgiyi bulamayan çirkin kızlara feminist denir”.

(25.11.2014) “Mutfaktan neden çıktıklarını anlamadığım bazı kadınlar”.

İkinci sırada öne çıkan söylem ise %7 (S=16) ile LGBT’dir. Feminist kadınların kendilerini erkek gördükleri, lezbiyen oldukları söylemi dikkat çekmektedir.

Örnek Yorum (09.03.2018) “Toplum içinde genelde ‘ben lezbiyenim’ diyemeyenlerin uydurduğu kelime”.

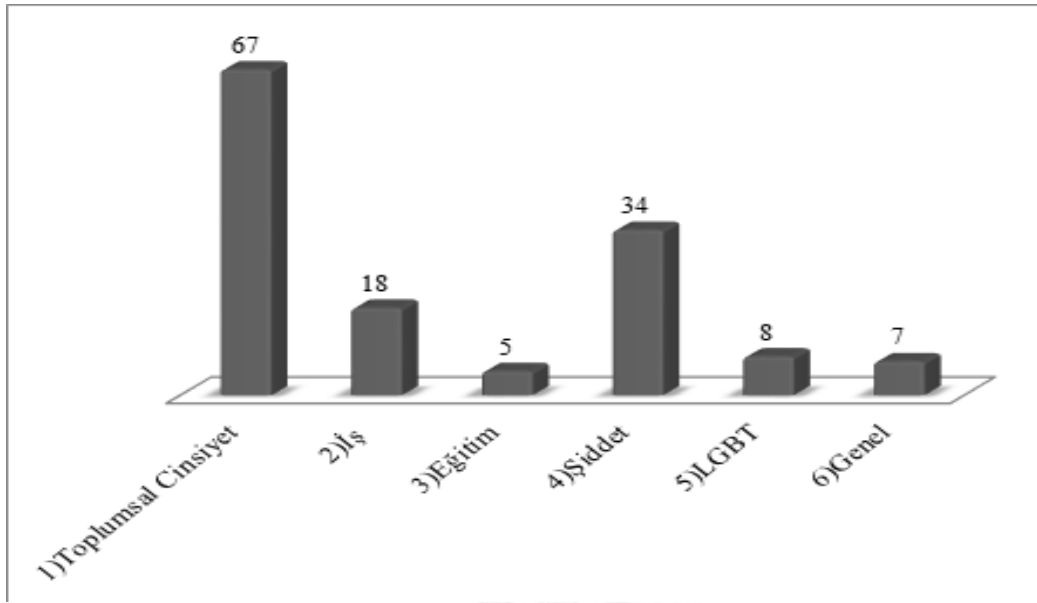
Bu kategorideki bir başka yaklaşım ise feminist erkeklerin de kendini kadın olarak gördükleri, gay olduklarına dair algıdır. %7 (S=15) politik söylem içerirken, %5 (S=12) din/töre ve %3 (S=7) etnik/etnisite söylemi tespit edilmiştir.

Örnek Yorum (18.12.2016) “Feminist olup terör destekçisi olmayan bir tane kadın görmedim. Ekseriyle pkk güzellemesi yapmaktadırlar”.

Örnek Yorum (13.03.2018) “*Ermeni soykırımı destekçisi türk feminist*”.

Feminist konu başlığına yapılan yorumlarda genel söylemin toplumsal cinsiyet olduğu dikkat çekmektedir.

### 3)Türkiye’de kaçınıcı dalga feminizm/ feminist konuları online ortamlarda konuşulmaktadır?



Grafik 7. “feminizm” hashtagine yapılan yorumların konu başlıklarına göre yüzdelerik dağılımı

“Feminizm” hashtagine yapılan yorumların konu başlıkları incelendiğinde yorumların %67’sinin (S=778) “*Kadının yeri evi evidir.*”, “*Kadınlar çok açık giyinemez.*”, “*Kadın çocuk bakmak zorundadır.*” veya “*Feminizm, çirkin kadınların uydurmasıdır. Güzel olanlar zaten evli.*” gibi toplumsal cinsiyet rollerine yönelik yorumlar olduğu gözlemlenmiştir. En fazla yorum alan ikinci konu ise %34 ile (S=395) fiziksel ve manevi şiddet, aile içi şiddet veya taciz-tecavüz konularına yönelik yorumların yapıldığı “şiddet”tir.

Örnek Yorum (25.08.2017) “*Kadınlar ‘güçlü ve özgür’ olmak adına sevgi dolu ve şefkatli erkeklerin korumasını reddediyor*”.

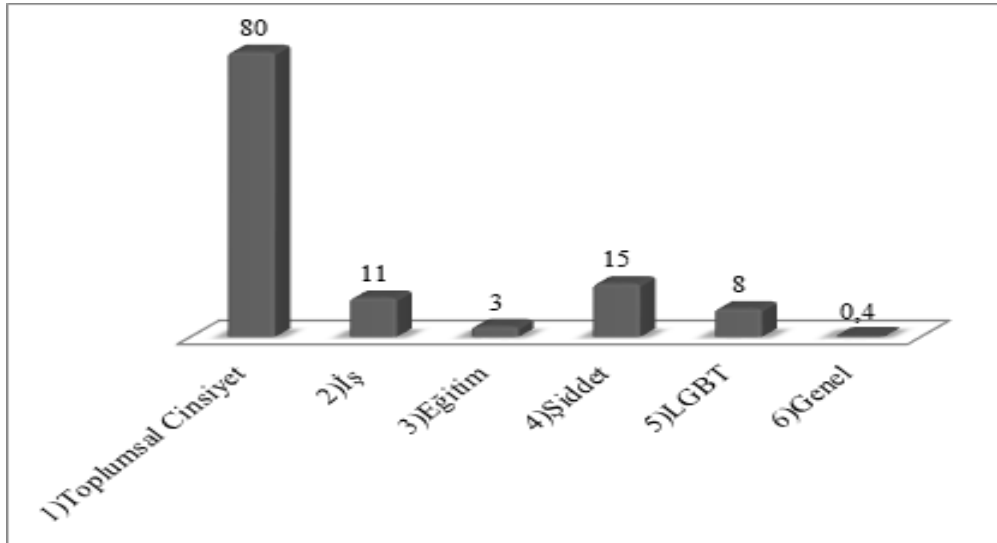
Onu, “Kadının iş yerindeki hakları, kadınların iş dünyasındaki yeri, kadınlar çalışmalı mı” gibi tartışmaların yapıldığı işte fırsat eşitliği konusu %18 (S=202) izlemektedir. Ancak bu kategoride tartışılan yorumlar “*hamile kadınların iş yerindeki hakları*” gibi konuların aksine, “*...kadınlar erkeklerin işlerini ellerinden almaktadır, kadınlar su tesisatçısı olsun da görelim...*” gibi yorumlardır.

Örnek Yorum (24.08.2018) “*....., su an ulkedeiki tum erkekler is yapmayi biraksin, elektrigin kesilir, yiyecek uretimi durur, hastaneler calismaz, ulasim sekteye ugrar, sinir guvenligi kaybolur ulke isgal edilir. 3 gun dayanamaz, ölürsün.....nankör.*”

%8 (S=89) ile “feminizmi eşcinsellik ile örtüşüren” yorumlar gelmektedir. En son sırada ise %5 (S=59) yorum alan eğitimde fırsat eşitliği konusu gelmektedir.

Örnek Yorum (04.10.2015) “..... 62 milyon kız cocugunun okula gidemedigi bir dunyada yasiyoruz, onu birak cocuk yasta kizlar ulkemizde zorla evlendiriliyor, tecavuze ugruyor, siddet goruyor. Avrupa ve Amerika “glass ceiling”i konusurken biz hala kadina uygulanan siddeti konusuyoruz, onun icin lutfen kimse feminist'lere bok atmasin cunku onlara ihtiyacimiz var...”

“Feminizm” konu başlığı altında Türkiye’de online sözlüklerde daha çok birinci ve ikinci dalga feminizm konularının tartışıldığı görülmektedir.



Grafik 8. “feminist” hashtagine yapılan yorumların konu başlıklarına göre yüzdelerik dağılımı

“Feminist” hashtagine yapılan yorumların konu başlıklarına bakılınca yorumların %80’i (S=82 yorum) toplumsal cinsiyete yöneliktir.

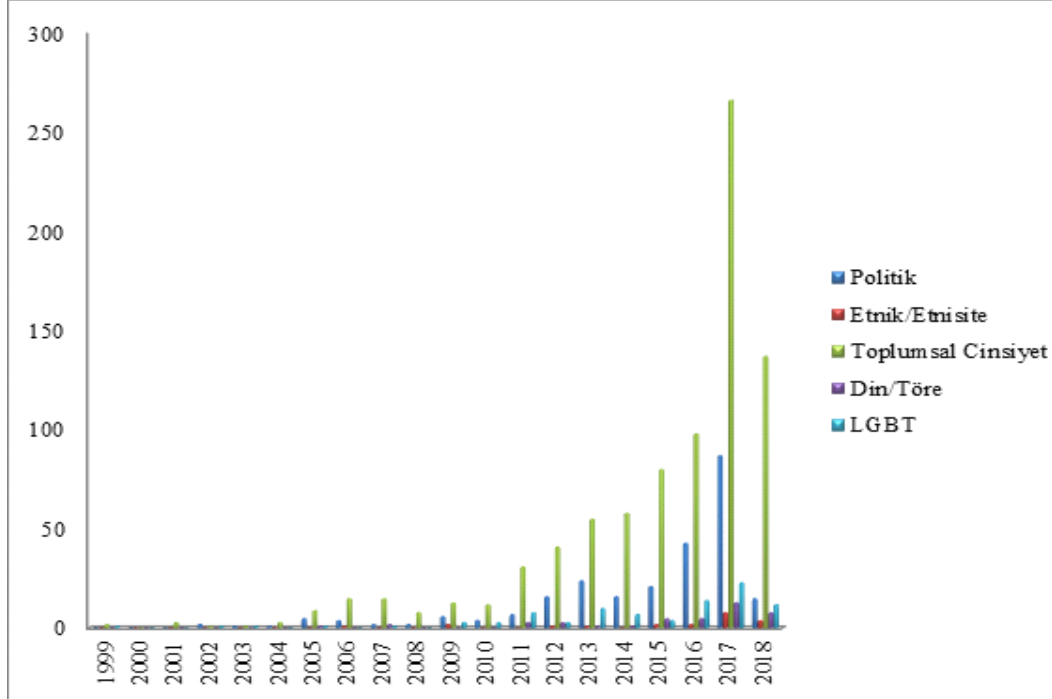
Örnek Yorum (4.08.2017) “bir de kendilerini sevmeyenlere kadın düşmanı diyor bunlar. Ulan sen kadın mısın ki seni sevmeyen kadın düşmanı olsun. Biz kadınları seviyoruz. Biz kullı, pis, içinin çirkinliği dışına vurmuş, ezik, kompleksli, mutsuz, sevgisiz, hırçın, hoşgörüsüz ve sırf vicdansız, sırf vajinası var diye kendine ayrıcalık isteyen yaratıkları sevmiyoruz. Yoksa gerçek kadınlar başımızın tacıdır. Varoluş sebebizdir”.

Onu sırasıyla %15 (S=33) ile şiddet, %11 (S=24) ile işte fırsat eşitliği, %8 (S=17) ile LGBT, %3 (S=6) ile eğitim ve %0.4 (S=1) ile genel feminist tartışmalar izlemektedir. Kocasının sözünü dinlemeyen kadının dövülmesi veya kısa etek giyen kadının tecavüze uğramasının normalleştirilmesine yönelik şiddet kategorisinde yorumlar tespit edilirken, feminist kadınların işte fırsat eşitliği için uğraşlarına yönelik çok az yorum gelmiştir. Daha çok feminist kadınların erkeklerin işlerini ellerinden aldıklarına dair yorumlar yapılmıştır.

Örnek Yorum (10.05.2018) “...(küfür), ilk 150 bine girmeden hukuk, eczacılık okuyorlar. Kadın okuyacak kadın, erkeği okutma hamal olur aç kalmaz diyorlar delircem aq. Ulan sizden avukat ya da bakkal mı olur?”

Bireylerin kız çocuklarının okutulmasına yönelik neredeyse hiç yorum yapmadıkları görülmüştür. “feminizm” hashtaginde olduğu gibi “feminist” hashtaginde de daha çok birinci ve ikinci dalga feminizm konularının tartışıldığı görülmektedir.

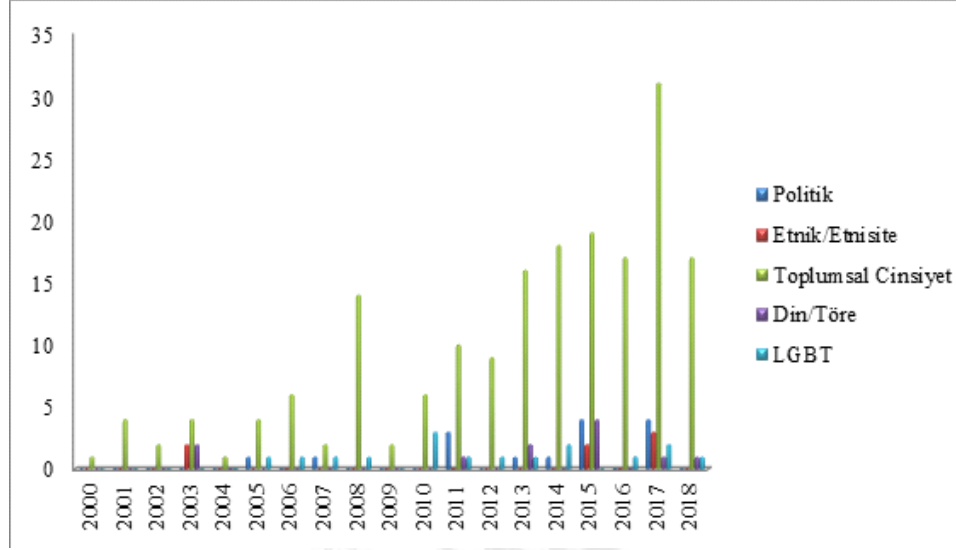
## 4) Türkiye’de feminizm ve feminist söylem tipolojisi son yirmi yılda nasıl değişim göstermektedir?



Grafik 9. “feminizm” hashtagine gelen yorumların söyleminin yıllar içindeki değişimi

Feminizm hashtagine gelen yorumların yıllar içindeki değişimine bakıldığında toplumsal cinsiyete dayalı söylemin her dönem en yüksek olduğu ve son sekiz yılda hızlı bir artış gösterdiği görülmektedir. Söylemin son beş yıldaki dağılımına bakılınca 2014’te 58, 2015’te 80, 2016’da 98, 2017’de 266 ve 2018’de 137 yorum olarak hızlıca arttığı görülmektedir. Bir diğer yaygın söylem olan politik söylemse dalgalanan bir grafik çizmektedir. Benzer şekilde politik söylem de 2014’te 16, 2015’te 21, 2016’da 43, 2017’de 87 yorum olarak ciddi bir artış göstermiştir. 2018’de on beş yorumda kalmış olsa da yıl bitmediği için verilerin artacağı tahmin edilmektedir. Yine LGBT söylemi de 2014 yılında 7 yorumdayken 2017’de 23 yorum olarak 3 katından fazla bir oranda artış göstermiştir.





Grafik 10. “feminist” hashtagine gelen yorumların söyleminin yıllar içindeki değişimi

Feminist hashtagine gelen yorumların yıllar içindeki değişimine bakıldığında her yıl en yüksek olan söylem toplumsal cinsiyettir. Son beş yıllık dağılıma bakılınca 2014’te 18, 2015’te 19, 2016’da 17, 2017’de 31 ve 2018’de 17 yorum alan toplumsal cinsiyet söylemi yıllar içerisinde dalgalanma gösterse de her dönemde yaygındır. Politik söylem 2015 ve 2017 yıllarında artış göstermiştir. Din/töre söylemi 2015’te ciddi bir artış göstermiştir. Etnik söylemin en yüksek olduğu dönemse 2017’dir. 20 yıllık süreçte Türkiye’nin siyasi ve toplumsal yapısındaki dönüşüm ve değişimlere bakıldığında, siyasetin dini söylemi daha belirgin getirmesi, kadın-erkek rolleri kapsamı, kadın hakları, feminizm, vb. konulardaki yaklaşımla dijital ortamlarda oluşan söylemin paralel olduğu gözlemlenebilir. Siyasal ve toplumsal alandaki bu makro değişimler, tüm toplumdaki kadın algısını, kadının haklarının neler olacağını, kadının nasıl olması ve olmaması gerektiğini, kadınlık problemlerini, kadının toplumdaki ve evdeki yerini de etkilemiş ve dönüştürmüştür.

### Tartışma ve Sonuç

Nüfusunun %67’sinin internet, %63’ünün aktif sosyal medya kullanıcısı olan Türkiye’de, bireyler günde ortalama 7 saat 9 dakika internette ve 2 saat 48 dakika sosyal medyada vakit geçirmektedir (We Are Social Raporu 2017). Gündelik hayatın ayrılmaz parçası olan dijital iletişim kanalları ve sosyal medya platformlarının ilgi alanındaki konulardan biri de feminizmdir. Günümüzde feminizm online ortamlara taşınmıştır (Knappe ve Lang 2014, 364) ve sosyal medya platformları feminizmin kabulünde, feminist konuların tartışılmasında önemli bir yere sahiptir (Kaya 2018) ve bu dijital platformlar sayesinde feminizm aslında yeniden tanımlanmaktadır (Davis 2008).

Bu çalışmanın ana problemi de feminist kuramlar çerçevesinde sosyal medyada konuyla ilgili üretilen içeriklerde tartışılan feminist dalgalarıdır. Türkiye’de feminizmin doğru anlaşılmadığı ve sosyal medya platformlarında bireylerin yanlış bilgi ve görüşlerle dolu içerikler üretmesi, araştırmanın asıl sorunsalıdır. Sosyal medya platformlarındaki hashtaglerin ve yorumların incelendiği çalışmada amaç, Türkiye’deki feminizm ve feminist söylemleri dijitalde incelemek ve ne tür söylemler geliştirildiğini hashtagler sayesinde değerlendirmektir. Türkiye’de sanal platformlar arasında en büyük platformlardan biri olan “eşsizözlük” platformuna “feminizm” ve “feminist” hashtagleriyle yapılan yorumlara içerik ve söylem analizi uygulanmıştır. Konu başlıklarının açıldığı tarih olan 1999’dan beri sözlükte onlarca yorum alan “feminizm” ve “feminist” hashtagleri incelendiğinde, yorumların daha çok cinsellik ve şiddet temalı oldukları açığa çıkarılmıştır. Araştırmada bir diğer amaçlanan ise Türkiye’de feminizm kavramı online sözlük kullanıcıları tarafından doğru tanımlanıp tanımlanmadığının ölçülmesidir ki bu bir bakıma feminizmin doğru anlaşılıp anlaşılmadığını da gösterecektir. Araştırma sonucuna göre Türkiye’de online sözlük kullanıcılarının feminizmi doğru anlamadığı görülmüştür. Yorumların çoğunun feminizmi cinsellik ve şiddet olarak algıladığı; çalışan hamilelerin hakları gibi

konuların yok denecek kadar az konuşulduğu, iş kategorisi altında genelde eşit işe eşit ücret gibi konular konuşulması gerekirken daha çok “Kadınlar da su tesisatçısı olsun o zaman.” gibi konuşmaların olduğu görülmektedir. Kız çocuklarının okutulması yine neredeyse hiç konuşulmayan konular arasındadır. Ancak sıklıkla feminist kadınların çirkin veya lezbiyen olduğu; feminizmin koca buluncaya kadar sürdüğü veya mini etekli kadının taciz-tecavüzü hak ettiği gibi görüşler çokça paylaşılmıştır. İlginç bir diğer noktaysa feminizmin sadece kadınlar tarafından savunulabileceği ve dolayısıyla sadece kadınların feminist olabileceği; hatta feminizmi savunun erkeklerin “karı gibi” olduğu vurgulanmış; gay denilerek ve gay olmanın aşağılamak amacıyla kullanıldığı görülmüştür.

Şiddet / tecavüz konularında kadınların toplumsal normlara aykırı davranış ve giyinişlerinin sebep gösterilmesi gibi suçluyu haklı çıkarmaya yönelik destekler yorumlar da dikkat çekmektedir. İki konu başlığına da yapılan yorumların daha çok olumsuz yönde olduğu tespit edilmiştir. Görülmüştür ki, hamile kadınların iş dünyasındaki hakları veya eşit işe eşit ücret gibi konular neredeyse hiç tartışılmamıştır. Özetle; Türkiye’de feminizm demek kadına yönelik şiddet ve cinsellik konuları demektir. Yorumlarının çoğunun negatif olması; toplumsal cinsiyet ve roller sebep gösterilerek kadının küçük görülmesi, zekâsıyla dalga geçilmesi veya kadının annelik görevinden başka bir şeyle ilgilenmemesi gerektiği gibi yorumlara sıkça rastlanmıştır. Yorumlarda baskın söylem olarak toplumsal cinsiyet dikkat çekerken, konu dağılımlarında da yine toplumsal cinsiyet ve şiddet gibi bir ve ikinci dalga feminizm konularının daha çok konuşulduğu görülmüştür. Son yirmi yıllık süreçte yine en çok artış gösteren toplumsal cinsiyet söylemidir. Özetle araştırma kapsamında, Türkiye’de cinsellik ve şiddetle özdeşleştirilen feminizmin e-feminizme dönüşüm süreci incelenmiştir.

Dijital feminizm; yani üçüncü dalga sonu ve dördüncü dalgayla ortaya çıkan önemli feminist tartışma konularından olan dijital ortamlarda gerçekleştirilen feminizmle ilgili dünyada ve Türkiye’de yapılan çalışmalar literatür araştırması kapsamında tespit edilmiştir (Çelenk 2010; Sarkeesian 2012; Eslen-Ziya 2013; Kuyucu 2013; Martin ve Valenti 2013; Carstensen 2014; Clark 2014; Losh 2014; Loza 2014; Thrift 2014; Eagle 2015; Guha 2015; Higgs 2015; Holmes 2015; Özdemir 2015; Yılmaz 2015; Clark 2016; Drüeke ve Zobl 2016; Sadowski 2016; Aksu 2017; Kim 2017; Şen ve Kök 2017; Benton-Greig, Gamage ve Gavey 2018; Han 2018; Jeong ve Lee 2018; Kaya 2018; Kekeç ve Taşcıoğlu 2018; Özkan 2018). Bu çalışmalardan bazıları online ortamlar sayesinde ortaya çıkan dijital feminizmin iyi bir kavram olduğunu, feminizm hakkında konuşabilmeyi kolaylaştırdığını ve birçok kişiye ulaşmak için etkili bir araç olduğunu söylemektedir (Martin ve Valenti 2013; Carstensen 2014; Clark 2014; Losh 2014; Loza 2014; Thrift 2014; Guha 2015; Higgs 2015; Eagle 2015; Clark 2016; Drüeke ve Zobl 2016; Sadowski 2016; Kim 2017; Han 2018; Jeong ve Lee 2018). Bazı araştırmacılar ise tam aksine, dijital feminizmle feminist düşüncelerin görünür olduğu gibi feminizm karşıtı veya mizojinik görüşlerin de görünür olup yaygınlaştığını ve hakkında kolay konuşulur olduğunu savunmaktadır (Sarkeesian 2012; Holmes 2015; Benton-Greig, Gamage ve Gavey 2018).

Türkiye’de bu alanda sınırlı sayıda çalışma olduğu (Çelenk 2010; Eslen-Ziya 2013; Kuyucu 2013; Özdemir 2015; Yılmaz 2015; Aksu 2017; Şen ve Kök 2017; Kaya 2018; Kekeç ve Taşcıoğlu 2018; Özkan 2018) ve çalışmaların detaylandırılması gerektiği dikkat çekmektedir. Bunlarda da aslında 1. ve 2. dalga feminizm konularının öne çıktığı gözlenmiş, şiddet, taciz ve tecavüz gibi konuların sıkça konuşulduğu görülmüştür.

Kuyucu (2013), #direnbaşörütülü ile erkek egemen söylemin nasıl yeniden üretildiğini, kadına şiddet konusunda kadınlar dahil tüm toplumun suçluyu lanetlerken bile şiddeti yeniden üretmesine dikkat çekti. Kekeç ve Taşcıoğlu (2018), Özgecan Aslan ile ilgili ekşisözlükte araştırma yapıp şiddete verilen tepkinin yine kadın bedeni aşağılaması üzerinden toplumsal rollerle şekillenen bir şiddet ile olduğunu göstermiştir. Yılmaz (2015), #sendeanlat ile Özgecan davasında örgütlenme konusunda hashtagin gücüne odaklanmış; meclise yasa görüşmesine kadar uzanan mücadelede hashtag kampanyalarının önemi görülmüştür. Özdemir (2015) de #sendeanlat ile cinsiyetçi söylemin inşa edilişi gözler önüne sermiştir. Yorumlara bakıldığında cinsiyetçi küfürler, kadının suçlanması, çirkin olan kadınların ne kadar şanslı olduklarını vurgulama gibi söylemlerle 1. ve 2. dalga feminizm konularının ülkemizde hala çok konuşulduğu görülmektedir.

Yabancı çalışmalarda diğer ülkelerde feminizm ve feminist başlıkları altında temel konuların anlaşılması olduğu, kadınları ilgilendiren birçok farklı konularda hashtagler açılıp yorumların doğrudan bu konularla ilgili yapıldığı görülmüştür. Keza, kadın ve kadın haklarıyla ilgili aktivist hareketlerin dijital feminizmi harekete geçirdiği dikkat çekmektedir (Losh 2014; Loza 2014; Thrift 2014; Eagle 2015; Guha 2015; Higgs 2015; Drüeke ve Zobl 2016; Kim 2017; Benton-Greig, Gamage ve Gavey 2018; Han 2018; Jeong ve Lee 2018).

Türkiye’de ise henüz kavramsal olarak bile feminizm ve feminist kavramlarının altının doldurulmadığı, ilgili içeriklerin şiddet ve cinsellik ağırlıklı ve toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde kadın

aşağılayarak kullanıldığı görülmektedir. Özetle, yurt dışında dördüncü dalga feminizm aktif olarak tartışılırken, Türkiye’de henüz birinci ve ikinci dalga feminist konuların tartışıldığı hatta tartışmaktan öte toplumsal roller çerçevesinde dayatıldığı, içeriklerin yanlış bilgilerle oluşturulduğu tespit edilmiştir.

### **Araştırma Sınırlılıkları ve Öneriler**

#### **Sınırlılıklar**

Araştırma “ekşisözlük” dijital platformuyla sınırlıdır. Araştırma kapsamında yazılan içeriklerin sahiplerinin rumuz kullanmasından dolayı demografik bilgileri (cinsiyet, yaş, vb.) elde edilememesi, ilk hashtaglerin giriş tarihlerini başlangıç olarak aldığı için 1999/2018 yılları ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma “feminizm” ve “feminist” hashtagleri ile sınırlıdır.

#### **Gelecek Çalışmalar ve Öneriler**

Araştırma, bu iki hashtag üzerinden sınırlı olduğundan ileride bir başka araştırmada kadın, kadına yönelik şiddet, iş yerinde kadın hakları, mobbing, kadının toplumsal yeri, kadın istihdamı gibi kadına yönelik farklı konu başlıkları altında da incelenip farklı karşılaştırmalar yapılabilir, bulgular elde edilebilir. Ayrıca, Türk toplumunda kalıplaşmış kelime öbekleri -kadının sırtından sopayı karnından sıpayı eksik etme, elinin kiri- üzerine de açılan hashtagler incelenebilir. Yine başka bir çalışmada kadınlara atfedilen önemli gün ve tarihlerde kurum ve markaların yapmış oldukları hashtag paylaşımları ve bu paylaşımların altına atılan yorumlar incelenerek içerik ve söylem analizi gerçekleştirilebilir.



**Kaynakça**

- Aksu, Okan. “Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Analizi: Kadın Dernekleri”, *AUAd*, 3, (3), (2017): 146-159.
- Altınay, Rüstem Ertuğ. “ ‘There is a Massacre of Women’: Violence Against Women, Feminist Activism, and Hashtags in Turkey”, *Feminist Media Studies*, 14, (6), (2014): 1102-1103. DOI: 10.1080/14680777.2014.975445.
- Arkonacı, Sibel. *Söylem Çalışmaları* (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2012).
- Beauvoir, Simone de. *Kadın* (İstanbul: Payel Yayınevi, 1986).
- Benton-Greig, Paulette; Gamage, Dhakshi ve Gavey, Nicola. “Doing and Denying Sexism: Online Responses to a New Zealand Feminist Campaign Against Sexist Advertising”, *Feminist Media Studies*, 180, (3), (2018): 349-365. DOI: 10.1080/14680777.2017.1367703.
- Business Intelligence. İnternette Bir Dakikada Neler Oluyor? ConnectedVivaki.  
http://www.connectedvivaki.com/internette-bir-dakikada-neler-oluyor/. (2018). [Erişim Tarihi: 10.08.2018].
- Butler, Judith. *Feminism and The Subversion of Identity* (New York: Roudledge, 1990).
- Carstensen, Tanja. “Gender and Social Media: Sexism, Empowerment, or the Irrelevance of Gender? *The Routledge Companion to Media and Gender*”, (ed. Cynthia Carter, Linda Steiner ve Lisa McLaughlin), (New York: Roudledge, 2014), 482-483.
- Çelik, Hilal ve Ekşi, Halil. “Söylem Analizi”, *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi I*, 27, s. 99-117. <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/1193/1642-2956-1-SM.pdf?sequence=1> (2008). [Erişim Tarihi: 10.08.2018].
- Clark, Rosemary. “ ‘Hope in a Hashtag’: The Discursive Activism of #WhyIStayed”, *Feminist Media Studies*, 16(5), (2016), 788-804, DOI: 10.1080/14680777.2016.1138235.
- Cochrane, Kira. All The Rebel Women: The Rise of The Fourth Wave Feminism Guardian Shorts. (2014).
- Collins, Patricia Hill. “What’s in a Name? Womanism, Black Feminism, and Beyond”, *The Black Scholar*: 26, (1) (Winter/Spring, 1996): 9-17.
- Çelenk, Sevilay. “Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar”, (ed: Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel), *İçinde: Televizyon Haberciliğinde Etik*, (Ankara: Fersa Matbaacılık, 2010): 229- 236.
- Daniels, Jessie. “Rethinking Cyberfeminism(s): Race, Gender, and Embodiment”, *Women’s Studies Quarterly*, 37, (1/2), (Spring/Summer, 2009): 101-124.
- Davis, Juliet. “Fractured Cybertales: Navigating the Feminine”, *Leonardo*, 41, (1), (2008): 26-34.
- Dencik, Lina ve Wilkin, Peter. *Worker Resistance and Media: Challenging Global Corporate Power in the 21st Century*, (New York: Peter Lang, 2015).
- Drücke, Ricarda ve Zobl, Elke. “Online Feminist Protest Against Sexism: The German-Language Hashtag #aufschrei”, *Feminist Media Studies*. 16, (1), (2016): 35-54. DOI: 10.1080/14680777.2015.093071.
- Dworkin, Andrea. *Woman Hating* (New York: E.P. Dutton, 1974).

- Eagle, Ryan Bowles. "Loitering, Lingering, Hashtagging: Women Reclaiming Public Space Via #BoardtheBus, #StopStreetHarassment, and the #EveryDaySexism Project", *Feminist Media Studies*, 15, (2), (2015): 350-353. DOI: 10.1080/14680777.2015.1008748.
- Eslen-Ziya, Hande. "Social Media and Turkish Feminism: New Resources for Social Activism", *Feminist Media Studies*, 13, (5), (2013): 860-870.
- Everett, Anna. "On Cyberfeminism and Cyberwomanism: High-tech Mediations of Feminism's Discontents", *Signs*, 30, (1), (Autumn, 2004): 1278-1286. DOI: 10.1086/422235.
- Feminist Action. "Auckland Women Launch Campaign against Tui Beer's 'Retro-Sexist' Advertising", *Scoop*, <https://auckland.scoop.co.nz/2012/02/campaign-launched-against-tui-beer-ads>. (2012). [Erişim Tarihi: 12.09.2018].
- Foucault, Michel. *The History of Sexuality*. (New York: Pantheon Books, 1978).
- Fotopoulou, Aristeia. "Digital and Networked by Default? Women's Organizations and the Social Imaginary of Networked Feminism", *New Media Society*, (September, 2014): 1-17.
- Fotopoulou, Aristeia. "Digital and Networked by Default? Women's Organisations and the Social Imaginary of Networked Feminism", *New Media & Society*, 18, (6), (2016): 989-1005.
- Ginzberg, Lory. D. *Elizabeth Cady Stanton: An American Life* (New York: Hill and Wang, 2009).
- Goodman, Paul. *The Politics of Being Queer. Nature Heals: The Psychological Essays of Paul Goodman*, (1977): 487-491.
- Goldberg, Michelle. "Feminism's Toxic Twitter Wars", **The Nation**. <http://www.thenation.com/article/178140/feminisms-toxic-twitter-wars> (2014). [Erişim Tarihi: 12.09.2018].
- Gunn, Caitlin. "Hashtagging From the Margins: Women of Color Engaged in Feminist Consciousness-Raising on Twitter", *Women of Color and Social Media Multitasking: Blogs, Timelines, Feeds, and Community*, (ed. Keisha Edwards Tassie ve Sonja M. Brown Givens), (Lanham, MD: Lexington Books, 2015): 21-34.
- Guha, Pallavi. "Hash Tagging But Not Trending: The Success and Failure of The News Media to Engage with Online Feminist Activism in India", *Feminist Media Studies*, 15(1), (2015): 155-157. DOI: 10.1080/14680777.2015.987424.
- Han, Xiao. "Searching For an Online Space For Feminist? The Chinese Feminist Group Gender Watch Women's Voice and Its Changing Approaches to Online Misogyny", *Feminist Media Studies*, 18, (4), (2018): 734-749. DOI: 10.1080/14680777.2018.1447430.
- Higgs, Eleanor Tiplady. "#JusticeForLiz: Power and Privilege in Digital Transnational Women's Rights Activism", *Feminist Media Studies*, 15, (2), (2015): 344-347. DOI: 10.1080/14680777.2015.1008746.
- Hileman, Rachel. "Defining Feminism in a Digital Age", *LIBR 281, Community Informatics*. (Spring, 2014): 1-12.
- Holmes, Lucy Anne. "If You Want to Write about Feminism Online, Be Ready to Take on the Haters", *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/womens-blog/2015/apr/01/if-you->

[write-about-feminism-online-be-ready-to-deal-with-the-haters](#). (2015). [Erişim Tarihi: 12.09.2018].

Hürriyet, <http://www.hurriyet.com.tr/haberleri/eksi-sozluk>. [Erişim Tarihi: 09.09.2018].

Irwin, Demetria. "Tweeting Towards a Feminist Revolution", *Clutch Magazine*.

(<http://www.clutchmagonline.com/2013/12/tweeting-towards-feminist-revolution/>) (2013). [Erişim Tarihi: 10.09.2018].

İçözü, Tuğçe. "Instagram Gönderilerine Basarak Geçme Özelliği Geliyor". Webrazzi. <https://webrazzi.com/2017/07/07/eksi-sozluk-mobil>. (2018). [Erişim Tarihi: 09.09.2018].

Jeong, Euisol ve Lee, Jieun. "We Take The Red Pill, We Confront The DickTrix: Online Feminist Activism and The Augmentation of Gendered Realities in South Korea", *Feminist Media Studies*, 18, (4), (2018): 705-717. DOI: 10.1080/14680777.2018.1447354.

Kaya, Şehriban. "Kadın ve Sosyal Medya", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17, (2), (2018): 563-576.

Kekeç, Susin Gören., & Taşcıoğlu, Raci. Özgecan Aslan Cinayetinin Dijital Platformlarda Yansıması: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL)*, Kasım (30), (2018): 439-452.

Kim, Jinsook. "#iamafeminist as the 'Mother Tag': Feminist Identification and Activism Against Misogyny on Twitter in South Korea", *Feminist Media Studies*, 17, (5), (2017): 804-820, DOI: 10.1080/14680777.2017.1283343.

Knappe, Henrike ve Lang, Sabine. "Between Whisper and Voice: Online Womens's Movement Outreach in the UK and Germany", *European Journal of Women's Studies*, 21, (4), (2014): 361-381.

Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (2. ed.)* (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2004).

Kuyucu, Mihalıs. "Social Media and Woman Violence to Woman Via Twitter During Gezi Parkı Occupy", *IBB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, 12, (4), (October-November, 2013): 60-83.

Losh, Elizabeth. "Hashtag Feminism and Twitter Activism in India", *Social Epistemology Review and Reply Collective*. 3, (3), (2014): 11-22.

Loza, Susana. "Hashtag Feminism, #SolidarityIsForWhiteWomen, and the Other #FemFuture", *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 5, (2014). 1-29. <http://adanewmedia.org/2014/07/issue/5/loza/>. [Erişim Tarihi: 10.09.2018].

Magnani, Matteo., Montesi, Danilo, Nunziante, Gabriele, & Rossi, Luca. *Conversation Retrieval from Twitter. Advances in Information Retrieval: 33rd European Conference on IR Research, ECIR 2011. Dublin, Nisan 18-21, 2011. Proceedings*. DOI: 10.1007/978-3-642-20161-5\_93.

Martin, Courtney ve Valenti, Vanessa. *#FemFuture: Online Revolution*. Barnard Center for Research on Women. (2013).

Murphy, Meghan. "The Trouble With Twitter Feminism", **Feminist Current**. Weblog. <http://feministcurrent.com/8403/the-trouble-with-twitter-feminism/> (2013). [Erişim Tarihi: 11.09.2018].

- Özdemir, Yeliz Dede. Taciz Anlatılarında Cinsiyetçi Söylemin Yeniden İnşası: #sendeanlat. *Moment Dergi, Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*. 2, (2). (2015): 80-103. DOI: <https://doi.org/10.17572/mj2015.2.80103>.
- Özkan, Selfiye. Kadına Yönelik Şiddet ve Sosyal Medya Aktivizmi: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu Örneğinde İçerik Analizi. *Yeni Düşünceler*. 9, (2018): 57-69.
- Öztürk, Şeyda. Feminizm. *Cogito Dergi. Yapı Kredi Yayınları*. 58. (Bahar 2009): 5-9.
- Sadowski, Helga. "From #aufschrei to hatr.org: Digital-material Entanglement in The Context of German Digital Feminist Activisms", *Feminist Media Studies*, 16, (1), (2016): 55-69. DOI: 10.1080/14680777.2015.1093090.
- Sandoval, Chela. *Methodology of the Oppressed*. (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000).
- Sarkeesian, Anita. *Tropes Vs. Women in Video Games*. (New York: Kickstarter INC. <https://www.kickstarter.com/projects/566429325/tropes-vs-women-in-video-games>. (2012). [Erişim Tarihi: 11.09.2018].
- Sevim, Ayşe. *Feminizm*, (İstanbul: İnsan Yayınları, 2005).
- Smith, Barbara. "Racism and Women's Studies", *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 5, (1), National Women's Studies Association: Selected Conference Proceedings, (Nebraska: University of Nebraska Press, Spring, 1980): 48-49.
- Şen, A. Fulya ve Kök, Halime. "Sosyal Medya ve Feminist Aktivizm: Türkiye'deki Feminist Grupların Aktivizm Biçimleri", *Atatürk İletişim Dergisi*, 13, (2017): 73-86.
- Taş, Gün. "Feminizm Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Kavramsal Analizi, Tarihsel Süreçleri ve Dönüşümleri", *Akademik Hassasiyetler*, 5, (3), (2016): 163-175.
- Taylor, Ula Y. "Making Waves: The Theory and Practice of Black Feminism", *The Black Scholar*, 28, (2), (Summer, 1998): 18-28.
- Teddle, Charles ve Tashakkori, Abbas. *Foundations of Mixed Methods Research*. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2009).
- The Brand Age. Teun A. Van Dijk Eleştirel Söyle Çözümlemesi. <http://www.thebrandage.com/teun-a-van-dijk-elestirel-soeyle-coezumlemesi>. (Erişim Tarihi: 09.02.2019)
- Thrift, Samantha C. "#YesAllWomen as Feminist Meme Event", *Feminist Media Studies*. 14(6), (2014): 1090-1092. DOI: 10.1080/14680777.2014.975421.
- Van Dijk, Teun A. What Is Political Discourse Analysis? *Belgian Journal of Linguistics*, 11,(1). (Jan. 1997): 11-52. DOI: <https://doi.org/10.1075/bjl.11.03dij>
- Walby, Sylvia. *The Future of Feminism*. (Cambridge: Polity, 2011).
- We Are Social 2017 Ocak Raporu. <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>. (2017). [Erişim Tarihi: 10.08.2018].
- Wilde-Blavatsky, Adele. "Stop Bashing White Women in The Name of Beyoncé: We Need Unity Not Division." **The Huffington Post UK**. [http://www.huffingtonpost.co.uk/adele-tomlin/white-feminism\\_b\\_4477351.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/adele-tomlin/white-feminism_b_4477351.html) (2013). [Erişim Tarihi: 09.09.2018].

Wooffitt, Robin. *Conversation Analysis and Discourse Analysis: A Comparative and Critical Introduction*. (London: Sage, 2005).

Yardımcı, Sibel. “*Ne O! Ne Bu! Ne Şu! Queer Kuramı ve Kimliksizleşme, Skop Sanat Tarihi Eleştiri*”, <http://www.e-skop.com/skopbulten/ne-o-ne-bu-ne-su-queer-kurami-ve-kimliksizlesme/749> (2012). [Erişim Tarihi: 09.10.2018].

Yılmaz, Berkant. Yeni Medya Ortamlarında Örgütlenme ve Toplumsal Etkileri: #sendeanlat Örnek Olay İncelemesi. *Ulusal ve Kurumsal Çatışmalar/Çözümler Kongresi*. (2015).

