

“Sesim Geliyor mu?”

Alternatif Medyada Kadınların Seslerini Duyurması Miti

“Can You Hear Me?” *The Myth of Hearing Women’s Voices in Alternative Media*

Burcu Gümüş*

Öz

Sosyal medya, birçok kişi tarafından, sosyal morfolojinin değiştiğinin açık bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Artık esnek, mekânsız ağların resmi hiyerarşileri gasp ettiği ve kadınlar için geleneksel güç ilişkilerine meydan okumayı sağlayan, her konuda seslerini duyurmalarına imkan veren benzersiz fırsatlar yaratan bir ağ yapısı olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma kapsamında öncelikle sosyal medyanın gerçekten kadınlara seslerini pervasızca duyurma imkanı verip vermediği tartişılmaya çalışılmıştır. Ayrıca 09.12.2020 ve 05.02.2021 tarihleri arasında trendtopic olmalarına göre belirlenen etiketler (#VestelBoykot, #SusmaBitsin, #uykularınızkaçsın, #UykularınKaçsın, #300 KadınCinayeti, #KadınCinayeti, #KadınCinayetleriniDurduracağız, #İstanbulSözleşmesi, #istanbulsözleşmesiniuygula, #İstanbulSözleşmesiYaşatır, #istanbulsozlesmesiyasatir, #KadınÜniversitesiİstemiyoruz) doğrultusunda Twitter üzerinden elde edilen verilere dayanarak sosyal ağ analizi yapılmış ve kadınların seslerini duyurmasına yardım eden “Esas Aktörler”lerin kimler olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sosyal ağ analizlerine göre bireyler sosyal medyadaki kadınlara ilişkin trendtopic’leri yönlendirmekle birlikte politikacı, akademisyen, sivil toplum örgütleri, avukatlar vb. tarafından çok destek görmemektedir.

Anahtar sözcükler: *sosyal medya, toplumsal hareketler, feminizm, demokrasi, ses*

Abstract

Social media is accepted by many people as a clear indicator that social morphology has changed. It is now considered as a network society where flexible, placeless networks usurp formal hierarchies and create unique opportunities for women to challenge traditional power relations and make their voices heard in all matters. Within the scope of this study, it has been tried to evaluate from a critical perspective whether social media really gives women the opportunity to be heard recklessly. In addition, 12 different hashtags (#VestelBoykot, #SusmaBitsin, #uykularınızkaçsın, #UykularınKaçsın, #300KadınCinayeti, #KadınCinayeti, #KadınCinayetlerini

* Dr., Doğuş Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi İletişim Bilimleri Bölümü. burcugumus@dogus.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2643-2744

Durduracağız,#İstanbulSözleşmesi,#istanbulsözleşmesiniuygula,#İstanbulSözleşmesiYaşatır,#istanbulsozlesmesiyasatır,#KadınÜniversitesiİstemiyoruz) related to 5 different women's movements were determined according to being trendtopic on Twitter between 09.12.2020 - 05.02.2021. Based on the data obtained from Twitter in line with these hashtags, a social network analysis was made and the "Main Actors" who helped women to make their voices heard in the political and public sphere were established. According to the social network analysis obtained, individuals have been identified as the main actors that enable the spread of trendtopics related to women on social media, in other words, women to make their voices heard.

Keywords: *social media, social novements, feminism, democracy, voice*

Giriş

Aristoteles, "Sessizlik kadının ihtişamıdır" der ve siyasi faaliyetlere katılması durumunda rahimlerinin kuruyacağı konusunda kadınlara uyarıda bulunur. (Talbot, 2010: 185). Kadınların topluluk önünde konuşmasını kısırlıkla ilişkilendiren bu küçük düşürücü fikir, 19. yüzyıla kadar devam etmiştir (Karpf, 2006: 157). Mitlerde, edebiyatta ve farklı kültürlerin içinde sesi duyulan kadınlar rutin olarak cezalandırılır ve sessizlik kurtarıcı bir kadınsı erdem olarak defalarca ve yeniden vurgulanır. Örneğin Yunan mitinde, geveze su perisi Echo, sesini kaybetmekle cezalandırılır; peri masallarındaki Küçük Deniz Kızı tam anlamıyla bir insan hayatı yaşamak için sesini kaybetmelidir. Feminist dilbilimci Deborah Cameron, çağdaş bağlamda, bir kadın olarak sessiz kalmanın çeşitli sosyal faydalar sağlanmasına ve belirli bir güç elde edilmesine neden olacağını ileri sürmektedir. Cameron aynı zamanda sessizliğin kadınların herhangi bir şeye sahip olabilmek için kullanabilecekleri sembolik sermaye biçimi olduğunu da belirtmiştir (Cameron, 2006 : 16).

Federici ise itaatsiz kadınları susturmaya, utandırmaya ve disipline etmeye çalışan uygulamaların kapitalist gücün gelişmesinde merkezi unsur olduğunu söylemektedir. Federici aynı zamanda kadın sosyalliğinin erken modern dönemde toprak kuşatmalarının ve komunal mülkiyete el konulmasının gerçekleşebilmesi için yok edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Çünkü kadınların karşılıklı ilişkilerle ürettikleri ve paylaştıkları bilgi biçimleri tolere edilemez bir toplumsal iktidar biçimini temsil etmektedir. Bu nedenle susturulması, disipline edilmesi ve dağıtılması gereken, kadınların kolektif sesleri ve temsil ettikleri kolektivitedir. Federici, cadı figürünün, zamanının bir tür 'komünisti' olarak hor görüldüğünü savunmuştur (2018: 33). Dale Spender (1980: 108) ise kadınların bir araya gelerek konuşmasının, ya da "dedikodu yapmalarının", aslında ataerkil düzene karşı bir tehdit olabileceğini belirtmiştir. Federici'nin kapitalizm ya da konunizm diye adlandırdığı kavramların Spender'da ataerkil ifade olarak değiştiği görülmektedir. Spender'a göre (1980) kadınların bir araya geldiklerinde karşılaştırma yapma ya da farkına varma fırsatına sahip olmaları ataerkil gerçekliğin oluşturduğu varlık için yıkıcı olabilir. Bu sebeple ataerkil yapının kadınların sesini kontrol altına alması ya da almaya devam etme çabası, kadın sesinin ataerkil güç için gerçek bir tehdit olarak değerlendirilmesinden kaynak-

lanabilir. Federici'nin kadınların konuşmalarına yönelik şiddet içeren muameleyi daha geniş sosyal kontrol ve ekonomik tahsis amaçlarıyla kavramsal olarak ilişkilendirmesi, ataerkilliğin kadınlık ideallerini ihlal eden ve aynı zamanda kapitalist düzeni tehdit eden kadınların en çok kınanma ve susturulma ihtimaline işaret etmektedir.

Erken modern dönemde, konuşmaları en acımasızca cezalandırılanlar, bilgi biçimleri ve sosyal pratikleri sermaye birikiminin önünde duran kadınlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınların Antik Roma'da sessiz kalmaya “teşvik edilmesinden”, erken modern dönem Avrupa'sında yakılan cadılara ya da 19. Yüzyüzyıl İngiltere'sinde boğdurulan Jeeny Pipes'tan bu yana, neoliberalizmin hüküm sürdüğü içinde yaşadığımız çağdaş iletişim çağı bağlamında değerlendirildiğinde, kadınların sesinin duyulmasına ilişkin durumun oldukça değiştiği söylemek mümkündür. Bugün, önceki dönemlerin aksine, artık kadınların, demokrasinin hakim olduğu ülkelerde öne çıkmaları, konuşmaları, kendilerini ifade etmeleri ve seslerini duyurabilmelerinin beklendiğini söyleyebilir. ‘Popüler feminizm’ ile karakterize edilen ve büyüyen bir ‘özgüven’ endüstrisiyle beslenen medya kültüründe ise ‘otantik ses’ ve kendini ifade etme, iletişimsel nitelikler olarak giderek daha fazla takdir edilmektedir (Banet-Weiser, 2018).

Rosalind Gill ve Shani Orgad (2015, 2018), kadınların artık kendine güvenen, iyimser, eğlenceli ve güçlü olmaya teşvik edildiğini savunurlar. Aslında böyle olmak, bir davetten çok içinde yaşadığımız zamanın zorunluluğu olarak karşımıza çıkmaktadır (Gill ve Orgad, 2015: 324). Dolayısıyla, kamusal alanın cinsiyet politikasında daha önce görülen ve kadın için idealleştirilmiş iletişim biçimi olan sessizlik ve itaatın, neoliberal kültürde kadını konuşmaya zorlaması ve bir erdem olarak kendine güveni zorunlu kılması, büyük bir niteliksel değişimi temsil ediyor gibi görünmektedir. Yirminci ve yirmi birinci yüzyıllarda medya ve iletişim teknolojilerinin gelişimi genellikle iyimser bir şekilde daha demokratik bir ‘ses’e doğru ilerleyen değişikliklerle ilişkilendirilmiştir. Bu durumu, başta İngiltere olmak üzere, oy verme hakkının kadınlara ve işçi sınıfına yayılmasında radikal gazetelerin üstlendiği rollerde görmek mümkündür. Aynı şekilde yirminci yüzyılın sonlarında, gene Avrupa ve ABD ülkeleri başta olmak üzere, televizyon talk şovlarıyla ilişkilendirilen kamusal alanın “feminenleşmesi” kamuoyunda müzakere edilebilecek meşru konular haline gelmesi örnek olarak gösterilebilir (Carpignano ve diğ., 1990; Scannell ve Cardiff, 1991). Bu iyimser anlatılara ek olarak, yirmi birinci yüzyılda sosyal medya platformlarının çoğalmasının artık kendini ifade etme ve kamusal diyalog için yeni ve sonsuz olasılıklar açtığına dair görüş yaygınlaşmaya başlamıştır. Şimdiye kadar marjinal olarak nitelendirilen sesler artık görünüşe göre, eşik bekçisi konumundaki kitle iletişim kurumlarının hiyerarşilerinden ve yarattığı eşitsizliklerinden koparak ve kendi başlarına, kendilerini ifade etmede özgür hale gelmişlerdir.

Eşitliğin çoktan kazanıldığına dair post-feminist fikir tarafından yapılandırılan ve desteklenen daha geniş bir kültürde, herkesin sesinin eşit derecede erişilebilir olduğuna dair güçlü bir kanı bulunmaktadır (Gill 2007, 2017). Buna göre çağdaş toplumun ‘meri-

tokratik' oyun alanı ve yeni medya kültürünün demokratikleştirici yapısı sayesinde eşitlik mümkün kılınmıştır ve kadınlarda sadece bunun ucundan tutarak ya da buna omuz vererek karşılığını alabileceklerdir (Sandberg, 2013). Ancak uygulamada, sesini duyurmaya ilişkin vaatlerin, sesini yükseltmeye ve sesini duyurmaya yönelik kültürel teşviklerin, dijital kültür içinde kolaylıkla dolaşan kadın düşmanlığı, alay, trolleme ve nefretin kaba gerçekleriyle karşı karşıya geldiği görülmektedir. Jack Bratich medya kültürünü, kültürel bir aşağılama iradesi" içerdiği ölçüde, "mikro şiddet" biçimleriyle parçalandığını (Bratich, 2010: 66); medya kültürüne katılmanın bu dürtülerin kadın düşmanı, ırkçı ve queerfobik zulmüne maruz kalmak olduğunu iddia etmektedir. Dolayısıyla, sosyal medya, kadınların kamusal bağlamda iletişim kurmak ve kendini ifade etmek için geleneksel medyanın eşik beklelerini atlatmasına izin vermektedir, ancak aynı zamanda cinsiyete dayalı tacizin anlık biçimlerine de izin verdiği unutulmamalıdır.

Kadınlar, kitle kültürü tarafından şekillendirilmekte olan arabulucu kültürde (mediated culture) giderek daha fazla görünür hale gelmekle birlikte söz konusu bu görünürlük, siyasi ve sosyal tanınma veya asli güç içinde geçerli midir diye sorgulanmalıdır. Mark Fisher (2011, n.p.) neoliberal kurumsal kültürün bireyleri sonsuz bir şekilde katılmaya, "tartışmaya dahil olmaya", "kendini duyurmaya" davet ettiğini; ancak tartışma koşulları neoliberalizmin kendisinin sorgulanmasına izin vermeyecek şekilde yapılandırıldığı için bu davetin değersiz olduğunu ifade eder. Dolayısıyla, halkın sesini duyurabilmesi için artan ve çeşitlendirilmiş fırsatlar, aslında, dinlenmeye evrilmiş olarak değerlendirilemez. Bununla birlikte, kamuya açık bir sesin kabul edilebilir olması için samimi ama aynı zamanda çok öfkeli ya da çok duygusal olmayan, otoriter olan ama çokta olmayan bir dengeye sahip olması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, çok göze batmayan, çok rahatsız etmeyen, otoriter bir yanı olmakla birlikte çokta baskın olmayan bir yapı olarak değerlendirilebilir. Bu da tutturulması oldukça zor bir denge olarak düşünülmektedir. Bu durum ise işlevsel olarak mümkün değildir. Kadınlar bireysel olarak bu dengeyi bulamayacakları için değil, böyle bir dengenin koşullarının henüz mevcut olmadığı için tutturulması zordur. Ses soyut, ütöpic veya normatif bir şey olarak değerlendirilebilir. "Ses ya da söz sahibi olmak", kişinin demokratik yaşamda bir menfaati olduğunu ve dünyanın kolektif inşasına katılma kapasitesine ve fırsatına sahip olduğu anlamına gelir. Kendini hesaba katabilmek, varlığını ve kimliğini anlatabilmek- bir sese sahip olmak- insan olmanın ne anlama geldiğine dair anlayışımızın temelini oluşturur (Couldry, 2010). Bütün bu açıklamalar aslında çağdaş kültürde kadınların kendilerini diledikleri gibi ifade edebilmeleri ve seslerini duyurmalarını sağlayacak yeni araçlara sahip oldukları ile ilgili derin çelişkiye işaret etmek amacıyla dile getirilmiştir. Bu çalışma kapsamında başta Orta Doğu olmak üzere farklı kültürlerde ve kendi kültürümüzde, birçok yönden, kadınlar için idealize edilmiş bir iletişim biçimi olarak sessizliğin operasyonel hale getirdiği zalim bir gerçekliğin varlığının sürdürüldüğü iddia edilmektedir. Öte yandan, medya kültürü, kadını özne olarak kendi kamu sesini yaratarak kendini tanımlamaya ve tanıtmaya zorlamaktadır. Fakat kadınlar için, bunu yapmanın riskleri ve bedelleri ağır olduğu kadar gerçektir.

Sosyal medyanın kadınların seslerini duyurma çabaları için örgütlenmelerine yardım mı ettiği yoksa engel mi olduğunun derinlemesine tartışılması gerekmektedir. Bu sebeple, feminist iletişim için sosyal medyayı kullanmanın kadınların seslerini duyurmak için etken bir araç olup olmadığına tekrar değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışma kapsamında da bu konu mümkün olduğunca derinlemesine tartışılmaya çalışılmıştır. Ayrıca sosyal ağlar üzerinden bu çalışma kapsamında belirlenen etiketlere göre örgütlenmeyi sağlayan esas aktörler sosyal ağ analizi yapılarak belirlenmiştir. Böylelikle sesini dijital ortamda duyurmaya çalışan kadının hangi aktörler tarafından (siyasiler, bireyler, dernekler, gazeteciler vb.) dile getirdiği incelenmiştir.

1. Kadın ve denkleştirici adaletsizlik

Denkleştirici adalet, bireylerin kişisel ve özel durumlarına bakılmaksızın aynı muameleyle tabi tutulmalarıdır. Diğer bir ifadeyle bir hukuki ilişki içerisindeki herkesin verdiği oranda karşılığını almasıdır. Ancak cinsiyetler ve iletişim tarihi açısından bakıldığında bu durumun aslında yüz yıllardır farklı şekilde işlediği görülmektedir. Bu sebeple bu çalışma içerisinde denkleştirici adalet kavramı "Denkleştirici Adaletsizlik" olarak kullanılmıştır. Denkleştirici adaletsizlik, kamuoyunda sesini duyurmak söz konusu olduğunda kadınların içinde bulunduğu imkânsız durumu tanımlamaktadır: kamusal alanda sese sahip olmak ve tartışmaya katılmak, vatandaşlık ve tam kişilik kavramsallaştırması için temeldir ve aynı kamusal alan, kendi yarattığı cinsiyetçi dışlamalar tarihi içinde derinden şekillenmiştir. Kadınların ekonomik, sosyal eşitsizliklere ve mülksüzleştirme mantığına meydan okuması çeşitli riskleri barındırmaktadır. Tabii burada tüm kadınların aynı şekilde risk altında olmadığını belirtmek gerekmektedir. En çok risk altında olanlar yoksul kadınlar, göçmen kadınlar, queer kadınlar, trans kadınlar, seks işçileri ve beyaz olmayan kadınlar vb. olup bu kadınların sesleri en hızlı şekilde ve şiddetle saldırıya uğrar veya susturulur. Netice itibarıyla bugün hala kadınların kamuoyu önünde ya da içinde seslerini duyurmaya çalışmalarının sıkıntılı ve zor bir süreç olduğu bu çalışma kapsamında iddia edilmektedir.

Çağdaş bağlamda, sosyal medyanın sesin demokratikleşmesini sağladığına dair baştan çıkarıcı fikir, o kadar sık tekrarlanmıştır ki, gerçeğe dönüşmüştür. Dean (2008:103) iletişim ağlarının genişlemesi ve yoğunlaşması, demokrasinin araçlarının çoğalmasına rağmen demokratik müzakerenin ve aslında mücadelenin çöküşüyle neden çakıştığını sorgulamaktadır. Bu nedenle, ağ bağlantılı medya teknolojilerinin siyasi etkilerinin içsel olarak demokratikleştirme kapasiteleriyle karakterize edildiğine dair herhangi bir nosyon, ekonomik olarak daha eşitsizleşen ve hegemonik ekonomik sistemin - kapitalizmin - kelimenin tam anlamıyla gezegeni yok ettiği bir dünya ile uzlaştırmak giderek zorlaşmaktadır. Dean, "İletişimsel Kapitalizm" olarak adlandırdığı şeyin mümkün kılınmasında ağa bağlı yeni medya teknolojilerinin yer aldığını söylemektedir (Dean, 2009). İletişimsel kapitalizmde, bireylerin kendilerini politik bir kişilik olarak hissetmelerinin çevrimiçi içeriğin dolaşımına katılarak olduğunu; ama bunu yaparken politik enerjinin

salt kanaat kayıtlarına indirgendini ifade eder. Bu arada fiili siyasi güç, bu görüşlerin varlığını kaydeder ve kaldığı yerden devam eder. Dean, bu terimlerle, sorunun krize çözüm geliştirmedini, sorunun tam olarak nasıl “sesimiz” olduğuna dair baştan çıkarıcı bir illüzyon olduğunu bir kez daha görebildiğimizi ifade etmektedir.

Silvia Federici’de dijital iletişim teknolojilerinin doğuştan demokratikleştirme kapasitelerine sahip olduğu iddiaları konusunda benzer şekilde kötümser bir yaklaşıma sahiptir. Federici, ağ bağlantılarının yeni bir izolasyon türü ve yeni uzaklaşma ve ayrılma biçimleri ürettiğini ifade eder. Bilgisayar sayesinde milyonlarca kişinin yaptığı her hareketin izlendiğini, kaydedildiğini ve muhtemelen cezalandırıldığı durumlarda çalıştığımızı: haftalarımızı ekranlarımızın önünde geçirdiğimiz için sosyal ilişkilerin bozulduğunu, fiziksel temas ve yüz yüze sohbetlerin zevkini kaybettiğini dile getirir (Federici, 2019: 193). Federici’nin argümanına göre, dijital medya teknolojileri bireyleri özgürleştirmek yerine zarar verici ve dayanılmaz bir sosyal izolasyonun yanı sıra gözetim kapitalizminin gittikçe daha müdahaleci erişiminin üretilmesinde derinden rol oynamıştır. Federici, devrimci değişim olasılığının aslında en çok teknolojik olarak en az gelişmiş ülkelerde mevcut olduğunu ve dijital iletişim teknolojilerinin ilerici sosyal değişim kapasitesini iyileştirmekten çok azalttığını savunmaktadır. Yine, burada çağdaş iletişim bağlamının insanlığın ilerlemesini, gelişmesini ve adaleti kolaylaştıracağına dair yalnızca baştan çıkarıcı bir efsane sunduğu argümanı görülmektedir. Büyük ölçüde sosyal medya platformları, bireylere ses vaat ediyor gibi görünmekteyse de aslında anlamlı iletişim, bağlantı ve kolektivite koşullarını aktif olarak zayıflatmaktadır. Bu noktada, iletişimsel kapitalizm bağlamında toplumsal cinsiyet adaleti olasılığını veya kadın seslerinin potansiyel gücünü nasıl kuramlaştırabiliriz? Ağa bağlı medya kültüründe feminizmin gelişen yeni görünürlüğü de bu mantığı takip ediyor mu? gibi soruların da değerlendirilmesi gerekmektedir. Denkleştirici adaletsizlik, mizojini, ırkçılık ve sermaye birikiminin mantığının iç içe geçmesiyle üretilir. Ancak bu dolaşık yapı bağlama özgü, dinamik ve değişkendir. Bu noktada da seslerin ötekileştirildiği, susturulduğu ve denetlendiği belirli, çoğu zaman da farklı olan, yollara çok dikkat edilmelidir.

2. Sesini duyurabilecek bir alan ...

Arap Baharı ayaklanması ve farklı şehirlerden destek bulan Occupy Wall Street protestolarının ortaya çıkışı, birçok akademisyenin sosyal medyayı kolektif seferberlikleri kolaylaştırmak için yeni ve heyecan verici bir demokratik araç olarak savunmasına neden olmuştur (Bennett and Segerberg, 2013; Castells, 2012; Shirkey, 2008). Sosyal medyadaki farklı ülkelerde ortaya çıkan hareketleri karakterize eden görkemli devrimci ateş, Mısır devrimini daha kötü bir şeye, Müslüman Kardeşler’in egemenliğine devredilmesiyle hararetini kaybetmiştir (Nagle, 2017: 11). Sosyal medyanın siyasi özgürlükler başta olmak üzere çeşitli özgürlüklerin elde edilmesinde oynayabileceği rol konusunda çok daha dikkatli ve hatta kötümser bir hava esmeye başlamıştır. Artık sosyal medyanın

politik olarak tarafsız olmadığı ve bunun yerine emperyalizmin ve kapitalist yabancılaşmanın mantığını ilerleten bir ideoloji tarafından sağlandığına dair artan bir kabul söz konusudur. Son zamanlarda yapılan eleştirel internet araştırmaları, devlet ve şirket gözetiminin dijital politik aktivizmi nasıl yapılandırdığına ve dijital güç ilişkilerine dikkat çekmektedir. Özgürleştirici ve devrimci olmak yerine, bu bilim adamları sosyal medyanın bir sosyal kontrol aracı olarak nitelendirilebileceğini öne sürmektedirler (Fuchs, 2017; Lovink, 2016). Temel yazılımsal farklılıklar bir yana (daha genel veya özel olarak tasarlanmış arayüzler gibi), sosyal medya şirketlerinin tümü benzer 'popülerlik, hiyerarşik sıralama, hızlı büyüme, trafik hacimlerinin artması, artan cirolar ve kişiselleştirilmiş öneriler' ilkelerine göre çalışmaktadır (van Dijck, 2013). Dijital ağ platformlarının tümü, şimdiye kadar, özgürlük retoriğinin açıkça kurumsal çıkarlarını gizlediği, topluluk düzenlemesine büyük ölçüde uygulamalı bir yaklaşım geliştirmiştir (Herrman, 2017).

Yapılan olumlu yorumlar, dijital alanın politik katılımın önündeki geleneksel engelleri hafiflettiği ve yeniden canlandırılmış bir kamusal alan olarak kavramsallaştırılmasını sağlandığı yönündedir. Bu bakış açısına göre, demokrasinin kendisi, sosyal medyanın açık ve işbirlikçi özellikleriyle vatandaşların hiyerarşileri atlamasına ve seslerini basılı medyayı kullanarak mümkün olandan daha kolay bir şekilde yükseltmesine olanak tanıyan bir ağ haline gelmiştir. Birden çoğa iletişim yerine çoktan çoğa iletişim şeklini alan sosyal medyanın, aktivistlere, vatandaşlara ve takipçilere doğrudan ve anında bağlantı kurmaları için benzeri görülmemiş fırsatlar sunmaktadır (Bennett and Segerberg, 2013; van Dijck, 2012). Bu nedenle sosyal medya, katılımcı veya sosyal özellikleri nedeniyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

Ancak bu iddia oldukça tartışmalıdır. Zira, her ne kadar sosyal medya geleneksel olarak adlandırabileceğimiz ana akım medya araçlarını reddettiği ve doğası gereği ve kullanıcı merkezli topluluk oluşturma iddiasında olduğu için kendi içinde ideolojik bir yapıya sahiptir (Herzogenrath-Amelung, 2016: 1086)

Kimi toplumsal hareketler üzerine çalışan akademisyenlerin, sosyal medyayı feministlerin feminizme ilişkin anlamları ve çatışmaları tartışabilmeleri açısından yüz yüze konferanslardan daha geniş çapta erişilebilir ve şeffaf bir ortam sunduğunu iddia etmektedir (Hurwitz, 2017: 477). Ancak söz konusu alana erişimde tüm katılımcıların eşit katılım şansına sahip olmadığını da unutulmaması gerekir. Bu açıklamalar aynı zaman dijital okuryazar olan, internete bağlı bir bilgisayar veya akıllı telefon maliyetini karşılayabilen, bu ağlara katılmak için boş zamanı olan ve siyasi veya sosyal olarak bir hesap oluşturmaya istekli kadınların erişiminin dahi hala kısıtladığını da görmezden gelmektedir. Sosyal medyada seslerini en çok duyurabilen, işlevselliklerini paylaşma ve beğeni yoluyla en çok gösterebilen kadınların söz konusu platformların normlarına uyan, belli bir etnik ve dini kökenden gelen, heteroseksüel kadınlar olma olasılığı çok daha yüksektir. Dolayısıyla daha eleştirel bir şekilde ele alındığında, dijital feminist aktivizmle ilişkili olarak toplumsal hareket bilimcileri tarafından iddia edilen sosyal medyanın özgürleştirici olduğuna ilişkin

retoriğin daha naif olduğu bu çalışma kapsamında iddia edilmektedir. Kadınların feminist örgütlenme için sosyal medyayı kullanmasının çağdaş neoliberal sosyal yapıyı zorlamaktan çok besleyip desteklediğini sorgulamak da gereklidir.

Belki de sosyal medya kadınlara, pazarın deregölasyonu ve refah devletinin geri dönüşü karşısında, başarının bireysel bir sorumluluk olduğu ideolojisine giderek daha fazla maruz kalan, zaman açısından fakir bireylere uygun tasarlanmış bağlanabilirlik sunmaktadır (Springer ve diğ., 2016). Bazı akademisyenlerin yakın zamanda öne sürdüğu gibi, kadınlar iç ağları ve sosyal medya aracılığıyla yoğun bir şekilde birbirine bağlı olabilirler, ancak bu ağların yabancılaştırıcı yarı zorlayıcı, performatif bağlılık biçimlerini nasıl daha da desteklediğini düşünmek feminist hareketler açısından önemlidir (Firth ve Robinson, 2016: 347). Karma cinsiyetli dijital alanda örgütlenmeye geçiş, özellikle de kadın hareketlerinin örgütlenmesinin başarısının, hem kadınların fiziksel alanda düzenli olarak bir araya gelmesine hem de otonom iletişim ağlarının kullanımına kadar izlendiği göz önüne alındığında, feminist akademisyenlerin önemli ölçüde eleştirel ilgisini garanti etmelidir (Freeman 1973: 794). Erkeklerin dijital alanda kadınları istismarını belgeleyen çok sayıda araştırma göz önüne alındığında, “ağ toplumunda” erkek egemenliğinin ortadan kalkması olası değildir. Ancak bu belki de yeni ve daha uç biçimler almaktadır (Citron, 2014; Jane 2017, Megarry 2014).

Sosyal medya, protestoları kökten değiştirmesi açısından el üstünde tutulmaktadır: artık dilekçe ve imza toplamak, doğrudan eylemlerin ayrıntılarını ve yaklaşan toplantıları paylaşmak, coğrafi sınırların ötesindeki siyasi söylemlere katılmak çok daha hızlı ve kolay bir hal almıştır. Bununla birlikte, toplumsal hareketlere ilişkin yapılan çalışmalarda genellikle göz ardı edilen sorulardan biri, kadınların verdiği özgürlük mücadelesinde örgütlemek için kullanılan araç (sosyal medya) kadınları, gücünü ortadan kaldırmak istedikleri sosyal grup olan erkeklerle sürekli temasa geçirdiğinde nasıl şekillenmektedir? Bu çalışma kapsamında, sosyal medyanın kadınların özgürlüğü için örgütlenmeyle ne ölçüde uyumlu olup olmadığını incelemektedir. Başka bir deyişe, feminist örgütlenme için kadınların sosyal medyayı benimsemesinin siyasi ve sosyal önemini tartışılmaya çalışılmıştır.

İnternetin ilk dönemlerindeki statik web sayfalarından farklı olarak, sosyal medya platformları, kullanıcı tarafından oluşturulan, zaman kaybetmeksizin içeriklerin yayınlandığı, sürekli güncellenen, hız ve bağlantı mantığıyla hareket etmektedir. Sosyal medyanın baskın dijital iletişim sistemi olarak yükselişi, feministlerin sosyal ve politik düzene meydan okumak için artık mevcut olan yeni fırsatları savunan bir retoriğini ortaya çikarmıştır. Bu anlatılar, yalnızca feminizmin yükselişine ilişkin sismik değişimleri değil, aynı zamanda çevrimiçi feminizmin yirmi birinci yüzyılda «feminizmin itici gücü olduğunu» öne sürmektedir (Retallack vd. 2016: 86; Crossley, 2017: 97). Sosyal medyanın farklı bir dördüncü feminizm dalgasını körüklediğini öne süren akademisyenler ve aktivistler Facebook, Twitter ve blogların artan sayıda kadının kültürel, coğrafi ve farklı kuşaklara dayalı hikayelerini ve analizlerini paylaşmalarına, farkındalık yaratmalarına, toplu eylemler dü-

zenlemelerine ve zor konuları tartışmalarına olanak tanıdığını savunmaktadır (Martin and Valenti, 2012:6). Bu anlamda Twitter ise dayanışma ve aktivizm için benzeri görülmemiş bir kesişime neden olan platform olarak karşımıza çıkmaktadır (Zimmerman, 2017: 54).

Bu çalışma kapsamında ise sosyal medyada feminist başarının kutlanması prematüre bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bunun temel sebeplerinden biri, feminist örgütlenmenin önceki biçimlerinde 'erkek varlığı düşünülemezken' (Brownmiller, 1999: 8), dördüncü dalga feminizm, çokuluslu şirketlerin ev sahipliği yaptığı, kamusal olarak görülebilen karma cinsiyetli dijital alanlarda gerçekleşmektedir. Bu, kadınların küçük, sadece kadınlara yönelik bilinç artırıcı gruplarda politik teori yarattığı ve feminist materyalleri erkek kontrolü dışında üretmek ve dağıtmak için bağımsız basın evleri kurduğu önceki dönem feminizmden önemli ölçüde farklı bir örgütlenme taktiğini temsil etmektedir. Bugün, birçok kadın sesini duyurmak için küresel olarak baskın, kapitalist sistemin bir parçası olan ve erkeklerin sahip olduğu Facebook ve Twitter gibi platformlara güveniyor gibi görünmektedir. Erkek egemen toplumlarda kadınlara çok az özerk alan tanınması, kadınların seslerini duyurma çabalarının (dijital) alan, sosyal değişim ve iktidarla ilgili soruları araştırmak için özellikle ilginç bir çalışma alanı yaratmaktadır.

Dijital alanlarda yapılan paylaşımlara ilişkin dikkate alınması gereken bir diğer önemli kavram ise sansürdür. Sansür, hükümetlerin bilgiyi, haberi, kültürü benimsedikleri siyasal ideolojilere uyumlu olarak yeniden şekillendirmelerini sağlamaktadır. Murdoch ve Anderson'ın (2008: 48) yayınladığı çalışmada Çin, İran, Maldivler, Myanmar, Kuzey Kore, Suriye, Tunus, Türkiye, Özbekistan, Vietnam, dahil olmak üzere birçok ülkede sosyal ağ trafiği hükümet tarafından dikkatli bir şekilde incelenmektedir ve kritik olarak değerlendirilen siteler ve paylaşımlar bloke edilmektedir. Bu noktada demokratik ve yeni bir kamusal alan olarak tanımlanan sosyal medyada sansürün tanımı ve uygulamalarının da göz önüne alınması gerekmektedir. Zira, söz konusu ağlarda aslında bireyler düşüncelerini dilediğince değil, belirli sınırlar içerisinde ifade edebilmektedir. Sosyal medyanın çoğulcu, özgürlükçü ve eşitlikçi bir alan olduğu varsayımı "sansür" olgusuyla yerle bir olmaktadır. Bir alanın "Kamusal" olarak değerlendirilebilmesi için demokratik bir yapıya sahip olduğu, bireylerin hak ve özgürlüklerinin gözetildiği, sansür ve herhangi bir otoriteden bağımsız bir yapıya sahip olması gerekmektedir. Ancak bu açıklamanın sosyal ağlar için uygun olmadığıda aşıkardır. İktidarların güç simgesi olarak kullandığı sansür ceza ve gözetim ilkelerine dayanmaktadır ve bilgiye, kimliğe sirayet etmektedir. Bu da zamanla otosansürün ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Foucault, 1977; 199).

3. Sosyal ağlar üzerinden toplumsal hareketler

Toplumsal hareketler, onları protesto etmeye ve gösteri düzenlemeye sevk eden bir kararın, eylemin veya politikanın birincil kurbanları olan bir grup aktör tarafından başlatılır. Bu aktörler ortaya çıkan toplumsal hareketin yaşam döngüsü içerisinde hedeflerine ulaşmak için liderlik rolünü üstlenir (Bauermeister, 2016; Domínguez, 2015; Melucci,

1996; Palmer, Simmons, & Mason, 2014). Hareketin görünürde daha az faaliyet gösterdiği dönem boyunca, esas aktörler, hareketin devam etmesini sağlamak için bilginin yayılmasını sağlayarak ve birbirleriyle etkileşime girerek aktif kalırlar (Melucci, 1996; Yates, 2015). Bu çalışma kapsamında da bu kişiler hareketin başından sonuna kadar aktif oldukları için “Esas Aktörler” olarak tanımlanmaktadır. Araştırmalar, esas aktörlerin stratejik avantaja sahip olmak, politika oluşturmada avantaj sağlamak, medyanın ilgisini çekmek, siyasi etkiye sahip olmak için siyasi ve sosyal seçkinlere ulaşabildiklerini ve hareketlerin sonuçlarına karar verme yeteneklerine sahip olduklarını ortaya koymuştur (Soule & Olzak, 2004). Politika ya da tutum değişikliği, siyasi liderler, hükümet yetkilileri, sosyal aktivistler, aydınlar, insan hakları grupları ve gazeteciler gibi elitlerin katılımıyla sağlanabilecek sosyal hareketlerin ana hedeflerinden biridir (Atton, 2003; Mattoni & Treré, 2014; Skrentny, 2006). Araştırmalar, sıradan insanların bilgiyi yaymada, izleyiciyi harekete geçirmede, hareketi büyütmede ve hareketi aktif tutmada önemli roller oynadığını göstermiştir. Sosyal medya, daha gayri resmi ve sanal hale getirerek toplumsal hareketlerin özelliklerini büyük ölçüde şekillendirmektedir (Gerbaudo, 2012). Bu gayri resmi doğa, sıradan aktörlere dünyanın her yerindeki hareketler için aktif bir rol oynama fırsatı yaratmaktadır (Coretti, 2014). Sosyal medya, birbirleriyle daha sık ve düzenli iletişim kurması gereken esas aktörler için en yararlı mecraadır (Yates, 2015).

Sosyal ağlar sosyal aktörler (düğümler/nodes) arasında bağlantılar (bağlantılar/links) oluşturulduğunda ortaya çıkar (Wasserman ve Faust, 1994). Twitter’da kullanıcılar, birbirlerinden bahsettiklerinde (mention) veya birbirlerine cevap verdiklerinde (reply) sosyal ağlar oluşmaya başlar (Hansen, Shneiderman, ve Smith, 2011). Birbirleriyle özgürce etkileşime giren sosyal aktörler, bir ağdaki kümelerin veya alt grupların oluşturulduğu ve bireylerin diğer kümelerdeki aktörlerden daha fazla birbirine bağlı olduğu ağları kendi kendine organize eder (Carrington, Scott, ve Wasserman, 2005). Twitter’da bazen bir kümedeki kullanıcılar politik ideoloji gibi ortak özellikleri paylaşma eğilimindedir. Aynı küme içinde yer alan Twitter kullanıcıları, diğer kümelerdeki kullanıcılardan bilgi akışının sınırlı olduğu birbirlerinin tweetlerine de maruz kalırlar. Böylece bir ağ kümesi, daha sonra, bir kullanıcının anlık ağını yakalayabilir (Cunningham et al., 2012; Himelboim, 2014; Himelboim, Smith, & Shneiderman, 2013). Ancak kümeler birbirlerinden tamamen kopuk değildir. Bazı önemli kullanıcılar genellikle iki küme arasında köprü kurar ve böylece bu iki topluluktan bilgi aktarılmasına yardımcı olur. Özetle, sosyal medyada yer alan kullanıcılar ve kümelerin özellikleri, bir sosyal ağın genel doğasını ve özellikle de bilgi akışını şekillendirir.

Bu çalışma kapsamında seçilen etiketler doğrultusunda yaratılan sosyal ağ yapısı haritalandırılmış ve söz konusu sosyal medya hareketlerini başarılı kılan esas oyuncuların kimler olduğu tespit edilmiştir. Bu durum gelecekteki çevrimiçi toplumsal hareketlerin sistematik olarak araştırılmasının yolunu açarken uygulayıcıların gelecekte başarılı toplumsal hareketler yaratmaları için bir yol göstermeyi hedeflemektedir.

4. Neden hep twitter?

Bir mikroblog platformu olan Twitter'ın, orijinal etiket satırı "Ne Oluyor?" öngörülme-yen iletişim uygulamalarını da içermektedir. Örneğin, günlük sohbet, bilgi ve bağlantı paylaşımı, haber raporlama, # etiket (hashtag) ve @ yanıtlar (yanıtlar) ile gerçekleşmektedir. Twitter'ın birçok etkileşim unsuru (ör. Retweetleme, favoriler ekleme, @ yanıtlar) olmakla birlikte etiket muhtemelen en güçlüsüdür. Twitter son zamanlarda siyasi potansiyelin araştırılmasına ilişkin çalışmalara kaynak oluşturması ile dikkat çekerken, aynı zamanda sosyal adalet (veya toplumsal hareketler) hakkında farkındalığın artması ve bilginin yayılmasının yanı sıra bu konularda kullanıcıların arasında diyalogun gelişmesi için bir forum görevi de görmektedir. "Etiket" kullanıcıların dahil olduğu çeşitli yaratıcı, sosyal ve iletişimsel faaliyetler, kültürel üretkenlik açısından yüksek kapasiteye sahip olduğunu kanıtlamıştır (Bruns ve Burgess, 2011: 3). #BlackLivesMatter, #MeToo etiketleri dünyaca ses getiren etiket örnekleri olarak gösterilebilir. Kısacası, etiketler hem dilbilimsel hem de sosyal çalışmalar gerçekleştirerek açıldıkları başlıkları deneysel olarak geçerli araştırma nesnelere haline getirmektedir. Twitter kullanıcıları, kişilerarası bir düzeyde (yani bir kullanıcıdan diğerine) ve topluluk düzeyinde (yani, başkalarıyla daha geniş bir ilişki kurarak) iletişim kurmak için etiket kullanmanın alternatif yollarını (insanlara, yerlere, gruplara, olaylara etiket vermek ya da internet meme'leri kullanmak gibi) geliştirdikleri için (Shapp, 2014: 39), etiket'ler elektronik aracılı iletişimde 'topluluğu' neyin oluşturduğuna dair devam eden tartışmaya katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple bu çalışma kapsamında da seçilen beş konu başlığı belirlenmiş ve belirlenen etiketlerin sosyal ağ analizleri incelenmiştir. Seçilen etiketler, Türkiye'deki kadınların yakın zamanda seslerini duyurma çabası içinde oldukları, öne çıkan konular olarak belirlenmiştir. Söz konusu konulardan ilki: Türkiye'de kadınların muhtelif zamanlarda maruz kaldıkları cinsel saldırıları başta Twitter olmak üzere çeşitli sosyal medya hesapları üzerinden açıklamasıyla başlayan, bir nevi Türkiye'nin "MeToo" hareketi olarak nitelendirilebilen #SusmaBitsin, #UykularınızKaçsın ve #UykularınKaçsın etiketleri ile paylaşılan mesajları içermektedir.

İnceleme etiketi olarak seçilen ikinci başlık, kadın üniversiteleri ile ilgilidir. 2021 Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programında 27 Ekim 2020 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan başlığa göre Türkiye'de yalnızca kadın öğrencilere yönelik hayata geçirilmesi planlanan "kadın üniversitesi" projesine ilişkin haberlerin yapılması üzerine birçok kadın sosyal medyadan #KadınÜniversitesiİstemiyoruz etiketiyle tepkilerini dile getirmiştir.

Türkiye'deki kadın cinayetlerinin ve şüpheli ölüm sayısının her geçen gün artması ve konuyla ilgili hükümetin herhangi bir önlem almaması, konuya ilişkin resmi rapor ya da doküman yayınlanmaması vb. sebeplerden ötürü başta kadın örgütleri olmak üzere birçok kadını harekete geçirmiştir. #300kadıncinayeti, #kadıncinayeti, #KadınCinayetleriniDurduracağız etiketlerini kullanarak seslerini duyurmaya çalışmaktadırlar.

Kadına yönelik şiddet ve ev içi şiddetin önlenmesi ve bunlarla mücadeleye dair 2011 yılında kabul edilen ve "İstanbul Sözleşmesi" olarak anılan Avrupa Konseyi Sözleşmesi'nin "Türk aileyi yapısına zarar verdiği" gerekçesiyle kaldırılmasına ilişkin karar gene

Twitter başta olmak üzere birçok sosyal medya mecrasında farklı etiketlerle paylaşılmıştır. Bu çalışma kapsamında da #istanbulsözleşmesiniuygula, #istanbulsözleşmesiyaşatır, #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketleri dikkate alınmıştır.

Sonuncu etiket ise Covid-19 nedeniyle yüzlerce işçinin hastalandığı, 7 işçinin hayatını kaybettiği Vestel’de durumun kamuoyu gündemine taşınmasından sorumlu olan İşçi Kadın Meclisleri üyelerinin gerekli önlemlerin alınması için fabrika önünde eylem yapması sonucu işten çıkartılmaları üzerine gene Twitter başta olmak üzere başlattıkları sosyal medya kampanyaları kapsamında #VestelBoykot etiketini incelenmiştir.

Yöntem ve bulgular

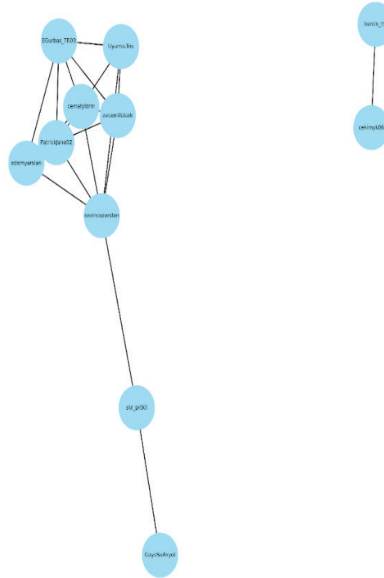
Çalışmada, yeni bir veri setinin oluşturulması için twitter.com’dan web kazıma (veya web veri çıkarma) yöntemi ve python programlama dili kullanılarak Twitter API bağlantısı ile veri elde edilmiştir. Web kazıma tekniği, bir program yardımıyla web sitelerinden veri toplama olarak tanımlanabilir. Twitter API, Twitter’ın dışarıya açmış olduğu fonksiyonları kullanmak için bir araç olarak tanımlanabilir. Python ile twitter.com’dan web kazıma ile tweetler çekilmiş ve bu tweetlerin bilgileri Twitter API’sinden sağlanmıştır. Böylece belirlenen zaman aralığı için gerekli olan veri seti elde edilmiştir. Veri toplama aşamasında sadece Türkçe tweetler dikkate alınmıştır. Ayrıca sadece takipçisi ve takip edenleri olan ve düzenli şekilde mesaj paylaşımında bulunan hesaplar çalışmaya dahil edilmiştir. Böylece, bot hesap olarak adlandırılan ve insan müdahalesi olmadan içerik üretmek için tasarlanan hesapların çalışma dışı bırakılması sağlanmıştır. Kişisel hakların korunması açısından twitter üzerinden yapılan paylaşımlara örnek verilmediği gibi paylaşımında bulunan kişilere dair herhangi kişisel bir bilgiye de çalışmada değinilmemiştir.

8 Aralık 2020 tarihinde kadınların yaşadıkları tacizleri ifşa etmeleriyle ilgili “Uykuların Kaçsın” hareketine ilişkin veriler 9 Aralık 2020 tarihinde çekilmeye başlanmıştır. Bu sebeple çalışmada yer alan uykuların kaçsın, kadın cinayetleri, İstanbul sözleşmesi, Vestel Boykotu ve kadın üniversitelerine ilişkin paylaşımların verilerini elde etme tarihi 9 Aralık 2020’dir. Her ne kadar uykuların kaçsın eylemi dışındaki paylaşımlar çok daha geri tarihlerden başlasa da bütün etiketlere ilişkin belli bir düzen ve güvenilirliğin sağlanabilmesi için başlangıç tarihi bütün etiketler için aynı olarak belirlenmiştir. Verilerin çekilmesine bir noktada son verilmesi gerektiği için çalışmanın tamamlanmasına en yakın tarih olan 5 Şubat 2021’de sistemden verilerin çekilmesi sonlandırılmıştır. Seçilen etiketler Twitter’da trend olan etiketlere göre belirlenmiştir.

Yukarıda da ifade edildiği gibi bu çalışma kapsamında başlatılan toplumsal hareketlere ilişkin sosyal ağ analizleri incelenmiştir. Seçilen etiketler doğrultusunda yaratılan sosyal ağ yapısı haritalandırılmış ve söz konusu sosyal medya hareketlerini başarılı kılan esas oyuncuların kimler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Esas aktörlerin belirlenmesi için twitter üzerinden elde edilen veri setinde belirlenen etiketlere göre yaptığı paylaşımlar en çok fav (favorite) alan hesaplar tespit edilmiştir ve bu değerlendirmeye göre esas aktörler belirlenmiştir.

#SusmaBitsin, #UykularınızKaçsın ve #Uykularınkaçsın etiketleri ile ilgili tarih aralığında yapılan paylaşımların esas aktörlerinin kimler olduğu incelendiği zaman Şekil 1'de yer alan ağ analizi karşımıza çıkmaktadır. İlk bakışta da görüldüğü üzere birbiri ile bağlantısı olmayan iki ayrı kümenin söz konusu etiketleri kullanarak yaptığı paylaşımlar belirlenen tarihler içerisinde en çok beğeni almıştır. Dolayısıyla bu etiketlerle ilgili bir-biriyle bağlantı içerisinde olmayan aktörler ortaya çıkmıştır.

Paylaşımında bulununan hesaplar incelendiğinde birinci küme olarak Şekil 1'in sol tarafında yer alan ağ değerlendirilmektedir. Buna göre bu küme içerisinde 9 esas aktör bulunmaktadır. Bu aktörlerden 5'inin bireysel hesap olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu hesaplar içerisindeki 7 hesabın da birbirini takip eden hesaplar olduğu görülmektedir. Bununla birlikte birinci kümenin altında yer alan ve neredeyse doğrusal bir şekilde aşağı doğru inen iki hesap dikkati çekmektedir. Bunlardan en altta olan hesap bir sanatçıya aittir ve bu hesabın paylaşımları çok beğeni almakla birlikte aslında diğer hesapları takip etmediği görülmektedir. Söz konusu sanatçı hesabının üzerinde yer alan bireysel hesap bu hesabı takip ettiği için sanatçı bu ağ içerisinde yer almaktadır. Bununla birlikte bireysel olan hesaplardaki kişilerin kendilerine ilişkin profil bilgileri incelendiğinde kendilerini aktivist olarak tanımlayan kişiler oldukları görülmüştür. Bu küme içerisinde kalan diğer üç hesaptan ikisinin yazar olduğu birinin ise gazeteci olduğu belirlenmiştir.

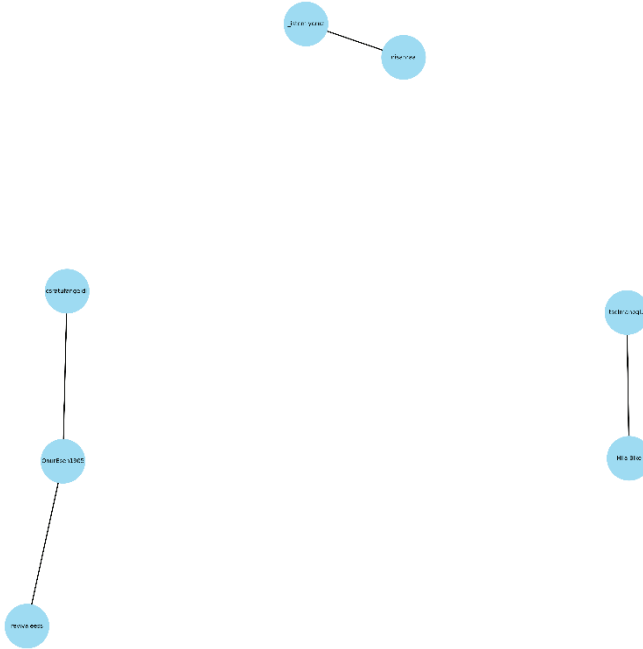


Şekil 1. #SusmaBitsin, #UykularınızKaçsın ve #Uykularınkaçsın Ağ Analizi

Şekil 1'in sağ tarafında kalan ve diğer küme ile ilişkisi olmayan yani diğer küme elemanlarını takip etmeyen ancak seçilen etiketlerle ilgili yaptıkları paylaşımlar çok fazla beğeni alan aktörlerin kimler olduğu incelendiğinde karşımıza bir yazaf bir ve kadın direnişleri ile

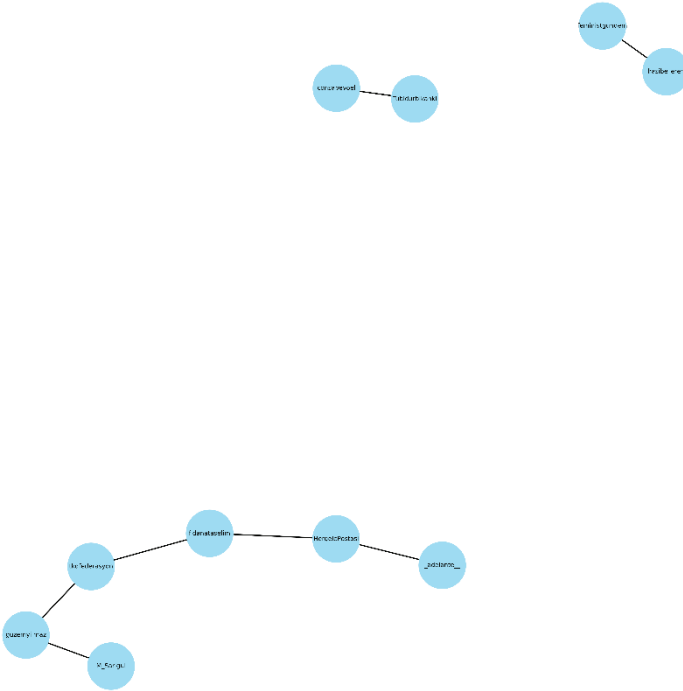
ilgili bir hesap çıkmaktadır ve bu hesaplar birbirlerini takip etmektedir. Özetle #SusmaBit-sin, #UykularınızKaçsın ve #Uykularınkaçsın etiketlerini kullanarak sosyal medyada sesi-ni duyurmaya çalışan esas aktörlerin neredeyse yarısının kendini aktivist olarak tanımlayan sıradan insanlar olduğu belirlenmiştir. Söz konusu beş bireysel hesabın kullanıcılarından birisinin kadın ikisinin erkek olduğu görülmüştür. Diğer iki hesaptan cinsiyet bilgisi elde edilememiştir. Bu erkeklerin de aslında konuya destek verdiğini görmek açısından önemlidir.

#KadınÜniversitesiİstemiyoruz etiketiyle başlatılan hareketin yedi esas aktörünün oldu-ğu Şekil 2’de görülmektedir. Ancak Şekil 2’de de görüldüğü üzere söz konusu aktörler üç ayrı kümeden oluşmaktadır ve kümelerin birbiriyle ilişkisi bulunmamaktadır. Söz konusu yedi hesaptan beş tanesi bireysel hesap olarak belirlenmiş olup bu hesaplardan da sadece biri erkek kullanıcıya ait bir hesaptır. Diğer kalan iki hesabın birisi “Kadın Üniversitesi İstemi-yoruz!” kampanya hesabıyken birisi de bir gazeteciye ait olarak tespit edilmiştir. Şekil 2’nin üst kısmında yer alan birinci kümede “Kadın Üniversitesi İstemiyoruz!” kampanya hesabını takip eden bir kadın kullanıcının konuyla ilgili yaptığı paylaşımların kampanya he-sabının paylaşımları kadar çok beğeni aldığını ve bu kişiyi esas aktör olarak öne çıkarttığını görmekteyiz. Şekil 2’nin sol tarafında kalan ve üç kişisel hesaptan oluşan ikinci kümenin ise birbirini takip eden bireysen hesaplardan oluştuğu görülmektedir. Şekil 2’nin sağ tarafında kalan üçüncü kümenin ise bir gazeteciye takip eden kadın bir kullanıcının hesabı olarak or-taya çıkmaktadır. Genel olarak anlamlı bir ağ analizinin ortaya çıktığını söylemek mümkün değilse de esas aktörlerin bireysel hesaplara ait olduğunu görmek dikkat çekicidir.



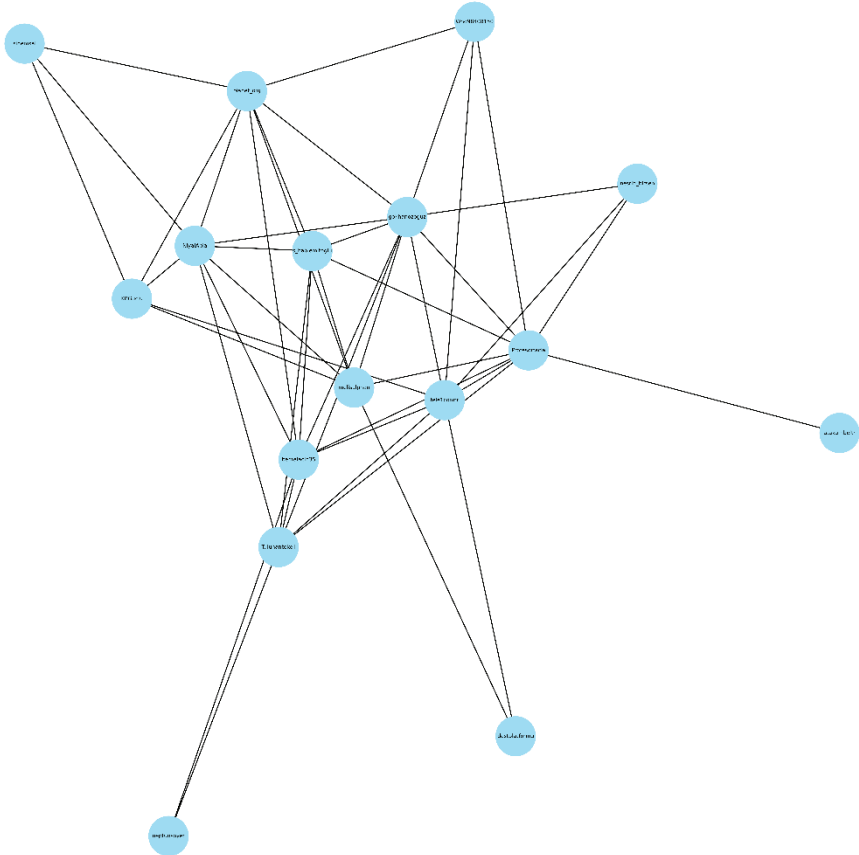
Şekil 2. #KadınÜniversitesiİstemiyoruz Ağ Analizi

Son 20 yıldır artarak devam eden ve hergün istisnasız Türkiye'nin dört bir yanından gelen kadın cinayetleri için trend topic olan etiketler ilgili dönem içerisinde #300kadıncinayeti, #kadıncinayeti, #KadınCinayetleriniDurduracağız şeklinde belirlenmiştir. Şekil 3'te yer alan ağ analizlerine bakıldığında birbirinden bağımsız üç ayrı küme ve on hesap karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu on hesaptan üçünün bireysel hesap olduğu görülmüştür. Şekil 3'ün sağ üst tarafında yer alan iki hesaptan oluşan birinci kümede bir sanatçı ve bir feminist platformun olduğu görülmektedir. Şekil 3'ün orta üst kısmında kalan ikinci iki esas aktörden oluşan ağa baktığımızda birbirini takip eden ve belirlenen etiketleri kullanarak konunun esas aktörleri arasında yer alan iki bireysel hesap karşımıza çıkmaktadır. Şekilin en altında yer alan altı hesaba bakıldığında bir politikacı, haber spikeri, Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu'nun hesabı, Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu'nun yetkililerinden birisine ait bir hesap, İstanbul üniversitesi'nin haber portallarından biri ve bireysel bir hesap olduğunu görmekteyiz. Söz konusu bireysel hesap İstanbul Üniversitesi'nin haber portalını takip etmektedir, Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu'nun yetkililerinden birisine ait hesabı takip etmektedir. Söz konusu bu yetkili Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu'nun hesabını takip etmektedir. Bu hesap haber spikerini takip edilmekte ve konuyla ilgili paylaşımında bulunan haber spikeri de politikacıyı takip etmektedir. Dolayısıyla hesapların birbirini takip ettiği ve karmaşık bir ağ oluşmasına neden olan bir küme ortaya çıkmamaktadır ve ağlar birbirinden bağımsızdır. Bu konuya ilişkin paylaşımında bulunan bireysel hesaplar olmakla birlikte sayı olarak ön plana çıkmadıkları söylenebilir.



Şekil 3. 300kadıncinayeti, #kadıncinayeti, #KadınCinayetleriniDurduracağız Ağ Analizi

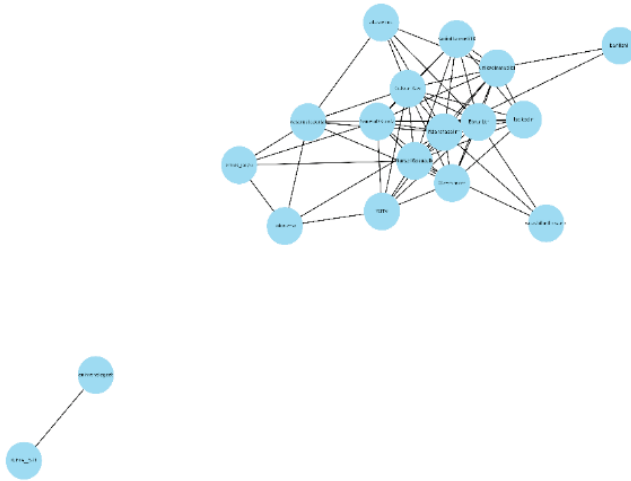
#istanbulsözleşmesiniuygula, #istanbulsözleşmesiyaşatır, #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketleri bu çalışma kapsamında belirlenen dördüncü etiket grubunu oluşturmaktadır. Şekil 4'ü oluşturan 16 hesap olduğu görülmektedir. Hesaplar incelendiğinde sadece dört hesabın bireysel olduğu belirlenmiştir. Üç hesap sahibinin gazeteci olduğu görülmüşken bir hesabın akademisyen, bir hesabın kitap yazarına ait olduğu belirlenmiştir. Söz konusu küme içerisinde biri kadın biri erkek olmak üzere iki sanatçının yer aldığı da tespit edilmiştir. Bu hesapların dışında bir televizyon bir de gazetenin hesapları konuyla ilgili belirlenen etiketlerde paylaşımlarda bulunmuşlardır. Ayrıca bir belediye ve biri kadın bir de toplumsal destek platformunun konuyla ilgili yaptığı paylaşımlar yüzünden fazla sayıda beğeni alarak esas aktörlerin arasında yer aldığı görülmektedir. Şekil 4 incelendiğinde ağ içinde yer alan esas aktörlerin genellikle birbirlerini takip ettikleri görülmektedir. Şekil 4'in sağ orta tarafında yer alan hesabın, bu hesap bir belediyeye aittir, ağ içerisindeki aktörlerden sadece bir gazeteciyi takip ettiği ve muhtemelen bu gazetecinin konuya ilişkin paylaşımlarını tekrar tweetleyerek ya da beğenerek, kümenin içerisindeki bağımsız bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 4. #istanbulsözleşmesiniuygula, #istanbulsözleşmesiyaşatır, #İstanbulSözleşmesiYaşatır Ağ Analizi

Diğer etiketlerle kıyaslandığında İstanbul Sözleşmesine ilişkin verilen tepkilerin bireysel hesapların yanı sıra daha geniş bir çevreden geldiği söylenebilir.

Sonuncu etiket ise İşçi Kadın Meclisi üyelerinin gerekli önlemlerin alınması için fabrika önünde eylem yapması sonucu işten çıkartılmaları üzerine Twitter başlatılan #VestelBoykot etiketine aittir. Bu etiketle yapılan paylaşımlarda öne çıkan hesap sayısının 16 olduğu görülmektedir. Bu 18 hesaptan 6'sı bireysel hesaplardan oluşmaktadır. Kalan hesaplardan ikisi bir gazeteciye biri bir yazara aittir. Bir hesap Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu'nun yetkililerinden birisine aitken diğer hesapların ise çeşitli meclislerine ait hesaplar olduğu görülmüştür. Şekil 5'in sol alt tarafında yer alan ve iki esas aktörün oluşturduğu küçük kümenin şeklin sağ üst tarafında yer alan asıl ağ kümesi ile bağlantılı olmadığı görülmektedir. Şeklin ol alt tarafında kalan iki aktörlü kümenin birbirini takip eden bireysel hesaplardan oluştuğu görülmektedir. Bu küme kalan 16 aktörün oluşturduğu kümeden ayrı bir küme olarak karşımıza çıkmaktadır. Şeklin sağ üst tarafında yer alan küme incelendiğinde buradaki hesapların genellikle birbirini takip eden hesaplar olduğu görülmektedir.



Şekil 5. #VestelBoykot Ağ Analizi

Özetle yapılan ağ analizleri incelendiğinde bireysel hesap kullanıcılarının belirlenen 5 etiket içinde öne çıkan esas aktörler olduğu görülmektedir. Bireysel hesaplardan sonra dernek ve platformların paylaşımları ve üçüncü olarak ise gazetecilerin paylaşımlarının beğeni aldığı ve bu kişileri esas aktörler olarak öne çıkardığı görülmektedir. Oluşturulan ağ analizleri incelendiğinde genelde kümeleşmelerin olduğu ve çoğunlukla bu kümeleşmelerin birbirinden bağımsız olduğu görülmektedir. Yapılan bu analiz ile kümelerin neden birbirinden farklı olduğunu tespit etmek mümkün değildir. Ancak bu durum söylemlerin

farklı olmasından kaynaklanıyor olabilir. Bu sebeple içerik analizi yapılarak daha detaylı bir analiz oluşturulabilir ve kümelerin neden ayrı çıktığı tespit edilebilir. Bu durum bu çalışmanın bir kısmı olarak değerlendirilebilir.

Elde edilen tweetlerin nasıl bir etkileşim yarattığı beğeni alması (Fav), tekrar tweetlenmesi (RT) ve gönderilen özgün tweet için yapılan cevaplama (Rep) değerlendirilmektedir. Bu çalışma kapsamında toplam 16.498 tweet elde edilmiştir. Bu tweetlerin etiketlerine göre nasıl bir etkileşim yarattığı da belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Tablo 1’de toplam RT, Fav ve Com. Sayıları tespit edilmiştir.

	RT	FAV	REPLY
#VestelBoykot	3832	15262	264
#Susma Bitsin	19930	30747	388
#uykularınızkaçsın	3478	13831	539
#UykularınKaçsın	19963	79360	906
#300 KadınCinayeti	2656	10932	231
#KadınCinayeti	1566	8465	316
#KadınCinayetleriniDurduracağız	2004	19161	341
#İstanbul Sözleşmesi	12392	47838	1449
#istanbulsözleşmesiniuygula	1989	9144	158
#İstanbulSözleşmesiYaşatır	7540	28838	1866
#istanbulsozlesmesiyasatir	1183	10909	328
#KadınÜniversitesiİstemiyoruz	1753	14179	485
TOPLAM	78.286	288.666	7.271

Tablo 1’e bakıldığında bireylerin atılan tweetleri FAV ve RT’leme sayılarının yorum yazma oranına göre çok daha fazla olduğu görülmektedir. Hatta toplam RT sayısı ve FAV sayısı arasındaki farkta oldukça fazladır. Bu da önceki bölümde bahsedilen otosansür anlamına mı geliyor diye düşündürmektedir. Zira bireyler herhangi bir tweet’i RT yapmadığı sürece o tweet profil sayfalarında yer almayacaktır. Bunu görmek için o hesap sahibinin neleri beğendiğine bakmak gerekmektedir. Fav ise destek vermenin dijital medyadaki yeni adı haline gelmiştir. Ama yorum yazmak başlı başına düşüncelerini ya da duygularını ifade etmek demektir. Tablo 1’de de bu oranın dikkat çekici şekilde düşük olması alternatif bir otosansür fikrinin varlığına işaret etmekte olup, alana ilişkin araştırılması gereken bir başlık olarak değerlendirilebilir.

Sonuç

Tarihsel olarak sessizlik, kadınlar için idealleştirilmiş bir iletişim biçimi olsa da, çağdaş bağlamda kadınlar artık konuşmaya zorlanmaktadır. Ancak bu yeni yetki, bu ça-

İşma kapsamında, yerleşik iktidar biçimleri açısından anlamlı bir meydan okuma oluşturmayan oldukça kişiselleştirilmiş bir ses olarak değerlendirilmektedir. Çağdaş medya kültürü, heyecan verici bir sesini duyurma vaadi sunuyor olsa da, bu baştan çıkarıcı iyimserlik, derin bir anlamlı ses eksikliğini gizlemeye çalışmaktan başka bir şey değildir. Yüksek sesle konuşmak adaletsizliğe karşı bir çözüm olarak değerlendirilse de bireysel konuşma nihayetinde yapısal gücü anlamlı bir şekilde üstlenemez ve bu nedenle daha kolektif bir yaklaşım gereklidir. Yapılan ağ analizlerinde de görüldüğü üzere ağırlıklı olarak bireysel hesaplar söz konusu etiketlerin esas aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat gazeteci, yazar, akademisyen, sivil toplum kuruluşları, politikacılardan duyurulmaya çalışılan sesi çıkarmak için gerekli destek gelmemektedir. Bununla birlikte seçilen etiketler çok uzun zamandır Türkiye gündeminde yer alan kadınların en temel sorunlarına ilişkindir. Fakat bunca zamandır hükümet yetkililerinden seçilen başlıklarla ilgili ne bir düzenleme yapılmış ne de bir açıklama gelmiştir. Hatta kadın üniversitelerinin açılması için resmi gazete ilgili yazı yayınlanmıştır. Birçok hükümet yetkilisi öldürülen kadınlara ilişkin suskunluğunu korumaktadır ve hatta kadının bireysel olarak değil aile içerisinde var olması gereken bir özne olması gerektiği vurgularını yinelemektedir. İstanbul Sözleşmesi'nin iptal edilmesinin gerekliliği ise gene birçok hükümet yetkilisi ve parti lideri tarafından desteklenmektedir. Kadın işçilerin hak arayış çalışmaları ise ne yazık ki uzun zamandır var olan ancak diğer dört etiket kadar bile dikkat çekmeyen ve doğal olarak herhangi bir değişikliğin yapılmadığı bir sorun olarak var olmaktadır. Bu noktada seçilen etiketler dikkate alındığında aslında hala mücadelesi verilen konuların, yaşam, eğitim, çalışma hakkı, şiddet, daha önceki feminist akımlardan sadece teknolojiyi kullanması açısından farklılık gösterdiğini düşünmek yanlış değildir.

Kaynakça

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Bassett, C., Kember S., and O'Riordan, K. (2020). *Furious: technological feminism and digital futures*. Pluto Press.
- Bennett, W. L., and Segerberg, A. (2013). *the logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Bratich, J. (2010). Affective convergence in reality television: A case study in divergence culture. *In Flow TV: Television in the Age of Media Convergence* (Michael Kackman, Marnie Binfield, Matthew Thomas Payne, Allison Perlman, and Bryan Sebok Ed.) Routledge.
- Brownmiller, S. (1999). *In our time: Memoir of a revolution*. The Dial Press.
- Cameron, D. (2006). Theorising the female voice in public contexts. *In Speaking Out: the Female Voice in Public Contexts*, (J.M. Bean Ed.) 3-20. Palgrave Macmillan.
- Carpignano, P., Andersen, R., Aronowitz, S., and Difazio, W. (1990). Chatter in an age of electronic reproduction: Talk television and the "Public Mind". *Social Text* 25/26 (1990): 33-55.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.

- Citron, D. (2014). *Hate crimes in cyberspace*. Harvard University Press.
- Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after Neoliberalism*. Sage.
- Crossley, A. D. (2017). *Finding feminism: Millennial activists and the unfinished gender revolution [Electronic Book]*. New York University Press.
- Dean, J. (2008). Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. In *Digital Media and Democracy: Tactics in Hard Times*, ed. Megan Boler, 101–122. MIT Press.
- . 2009. *Democracy and other Neoliberal fantasies: Communicative Capitalism and left politics*. Duke University Press.
- Federici, Silvia. 2018. *Witches, witch-hunting and women*. Autonomedia.
- . 2019. *Re-enchanting the World: Feminism and the politics of the commons*. Autonomedia.
- Firth, R., and Robinson, A. (2016). For a revival of feminist consciousness-raising: Horizontal transformation of epistemologies and transgression of Neoliberal timespace. *Gender and Education* 28 (3): 343–358.
- Fisher, M. (2011). Speak to Me. *Radical philosophy*, Vol. 166, March/April. <https://www.radicalphilosophy.com/reviews/166-reviews>
- Freeman, J. (1973). The origins of the women's liberation movement. *American Journal of Sociology* 78 (4): 792–811.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punishment* (A. Sheridan, Çev.) Penguin.
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction*. 2nd ed. SAGE.
- Gill, R., and Orgad, S. (2015). The confidence cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 30 (86): 324–344.
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies* 10 (2): 147–166.
- . (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 Years on. *European Journal of Cultural Studies* 20 (6): 606–626.
- . (2018). The amazing bounce-backable woman: Resilience and the psychological turn in Neoliberalism. *Sociological Research Online* 23 (2): 477–495.
- Herrman, J. (2017). How hate groups forced online platforms to reveal their true nature. *New York Times Magazine*, <https://www.nytimes.com/2017/08/21/magazine/how-hate-groups-forced-online-platforms-to-reveal-their-true-nature.html>
- Herzogenrath-Amelung, H. (2016). The New Instantaneity: How Social Media are Helping Us Privilege the Political.
- Hurwitz, H. M. (2017). From ink to web and beyond: U.S. Women's activism using traditional and new social media. In *The Oxford Handbook of U.S. Women's Social*.
- Jane, E. (2017). *Misogyny online: A short (and Brutish) history*. Sage.
- Karpf, A. (2006). *The human voice*. Bloomsbury.
- Lovink, G. (2016). *Social media abyss: Critical net cultures and the force of negation*. Polity.
- Martin, C., and Valenti, V. (2012). #FemFuture: Online revolution. new feminist solution series: Barnard centre for research on women.
- Megarry, J. (2014). Online incivility or sexual harassment? Conceptualising women's experiences in the digital age. *Women's Studies International Forum* 47: 46–55.
- Movement Activism*, (Verta Taylor, Holly J. McCammon, Jo Reger, and Rachel L. Einwohner Ed.) 462–483. Oxford University Press.

- Murdoch, S. And Anderson, R. (2008). Tools and technology of internet filtering, *Access Denied: The Practice and Policy of Global Internet Filtering* (edt. Ronald Deibert, John Palfrey, Rafal Rohozinski and others) The President and Fellows of Harvard College
- Nagle, A. (2017). *Kill all normies: Online culture wars from 4chan and tumblr to Trump and the alt-Right*. Zero Books.
- Retallack, H., Ringrose, J. and Emilie Lawrence, E. (2016). "Fuck Your Body Image": Teen Girls' twitter and instagram feminism in and around school. In *Learning Bodies*, (Julia Coffey, Shelley Budgeon, and Helen Cahill, Eds.) 85-103. Springer Singapore.
- Sandberg, S. (2013). *Lean In: Women, Work, and the Will to Lead*. Alfred A. Knopf.
- Scannell, P., and Cardiff, D. (1991). *A Social History of British Broadcasting*. Vol. I. Blackwell.
- Shapp, A. (2014). Variation in the use of twitter hashtags. Qualifying paper in sociolinguistics, New York University.
- Shirkey, C. (2008). *Here comes everybody: How change happens when people come together*. Penguin.
- Spender, Dale. 1980. *Man made language*. Pandora Press. Springer, S., Birch, K. and MacLeavy, J. eds. (2016). *The handbook of Neoliberalism*. Routledge.
- Talbot, M. (2010). *Language and gender*. 2nd ed. Polity Press. van Dijck, J. (2012). Facebook and the engineering of connectivity: A multi-layered approach to social media platforms. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies* 19 (2): 141–155.
- Zimmerman, T. (2017). #Intersectionality: The fourth wave feminist twitter community. *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture and Social Justice* 38 (1): 54–70.