

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
ANABİLİM DALI**

**SUSKUNLUK SARMALI BAĞLAMINDA #METOO
HAREKETİNİN SOSYAL MEDYA KULLANICILARI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM
FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

Ferit Mehmet EREN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi: Tuba Çevik ERGİN

ŞUBAT - 2023

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**SUSKUNLUK SARMALI BAĞLAMINDA #METOO
HAREKETİNİN SOSYAL MEDYA KULLANICILARI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ferit Mehmet EREN

Enstitü Anabilim Dalı : Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

“Bu tez 03/02/2023 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI	Başarılı
Doç. Dr. Sibel AKOVA	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Tuba Çevik ERGİN	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Ferit Mehmet EREN

03/02/2023

ÖNSÖZ

Tez yazım aşamasında bana karşı her zaman sabırlı olan ve araştırmamla ilgili her konuda yardımcı olan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Sayın Tuba Çevik Ergin'e çok teşekkür ederim. Odak grup görüşmelerinin duyurularını yaptığım sınıflarda bana yardımcı olan, iletişim fakültesinde görev alan öğretim üyelerine teşekkür ederim. Bu araştırmaya katılan ve daha çok katılımcı bulmakta bana yardımcı olmaya çalışan iletişim fakültesi kadın öğrencilerine teşekkür ederim. Hayatım boyunca eksikliklerini hissetmediğim annem ve ablalarım ... İyi ki varsınız, sizlere çok teşekkür ederim.

Ferit Mehmet EREN

03/02/2023

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
TABLO LİSTESİ	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
GRAFİK LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT	ix

GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	5
1.1. Suskunluk Sarmalı Teorisi	5
1.2. Kamuoyu	8
1.3. Grup Kavramı.....	10
1.4. Kanaat Ortamı	11
1.5. Tutum Kavramı	13
1.6. Kitle Psikolojisi	14
1.7. Dışlanma Tehdidi ve Dışlanma Korkusu	15
1.7.1. Asch Deneyi	16
1.8. Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı Teorisi.....	17
2. BÖLÜM: GELİŞEN İNTERNET VE SOSYAL MEYDANIN EVRİMİ	19
2.1. İnternetin Doğuşu ve Web 1.0	19
2.2. Yeni Medya Olgusu	20
2.3. Web 2.0 ve Etkileşim Çağı.....	21
2.4. Sosyal Medya Kavramı	22
2.4.1. Sosyal Medyanın Gelişimi.....	24
2.5. Sosyal Medya Araçları	26
2.5.1. Blog	26
2.5.2. Mikroblog	27
2.5.3. Podcast	27
2.5.4. Viki.....	27
2.5.5. Forum Siteleri	28
2.5.6. Katılımcı Sözlükler	28

2.5.7. Multimedya Platformları	29
2.5.8. Sosyal Ağlar	29
2.6. Sosyal Medya Platformları	30
2.6.1. Facebook	31
2.6.2. YouTube	32
2.6.3. WhatsApp	32
2.6.4. Instagram	33
2.6.5. Twitter	34
2.6.6. LinkedIn	34
2.6.7. Snapchat	35
2.6.8. Wikipedia	35
2.6.9. Reddit	36
2.6.10. Ekşi Sözlük	37
2.7. Web 3.0 (Semantik Ağ)	38
2.8. Web 4.0 (Simbiyotik Ağ)	39
3. BÖLÜM: DİJİTAL AKTİVİZM VE ME TOO AKIMI	41
3.1. Hashtag Aktivizmi	41
3.2. Çevrimiçi Toplumsal Hareketler	42
3.3. Weinstein Etkisi	47
3.4. #MeToo Hareketi	49
3.5. #MeToo Hareketinde Erkeğin Rolü	53
3.6. #HimToo Toplumsal Hareketi	57
3.7. #MeToo Hareketinin Türkiye'ye Yansıması	58
3.7.1. İstanbul Sözleşmesi	62
3.7.2. İstanbul Sözleşmesi Yaşatır	62
3.7.3. #ChallengedAccepted	63
4. BÖLÜM: SUSKUNLUK SARMALI BAĞLAMINDA #METOO	
HAREKETİNİN SOSYAL MEDYA KULLANICILARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	64
4.1. Araştırmanın Amacı	64
4.2. Araştırmanın Önemi	65
4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	65
4.4. Yöntem	66

4.5. Veri Toplama.....	66
4.6. Araştırmanın Temel Soruları.....	67
4.7. Cinsiyetçi Söylem ve Taciz Durumuna Verilen Tepkiler, Sosyal Medya Aktivizm Hareketleri Hakkındaki Düşünceler ve #MeToo Hareketine Katılım.....	68
4.7.1. Çalışmaya Katılan Grupların Genel Bilgileri	68
4.7.2. Suskunluk Sarmalı Teorisi.....	74
4.7.3. Cinsiyetçi Söyleme Maruz Kalmak ve Sosyal Medya Üzerinde Uygunsuz Mesajlar Almak.....	75
4.7.4. Toplum İçerisinde Cinsiyetçi Söylem veya Uygunsuz Hitap Diline Karşı Sessizlik Durumu ve Hissedilenler	77
4.7.5. Sosyal Medya Aktivizm Hareketleri ve #MeToo Hakkındaki Düşünceler ve Katılım Oranları	78
SONUÇ	83
KAYNAKÇA.....	86
EK	97
ÖZGEÇMİŞ	125

KISALTMALAR

A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
CDU	: Hristiyan Demokrat Parti
CRM	: Customer Relationship Management
Darpa	: Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu
ICQ	: I Seek You
IoT	: Internet of Things
Mp3	: MPEG-1 Audio Layer III
NP	: No Problem
NWLC	: National Womens Law Center
OG1, RTS1	: Odak Grup 1, Radyo Televizyon ve Sinema 1. Sınıf
OG2, HİR3	: Odak Grup 2, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 3. Sınıf
OG3, G1	: Odak Grup 3, Gazetecilik 1. Sınıf
OG4, HİR2	: Odak Grup 4, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 2. Sınıf
OG5, İvT1	: Odak Grup 5, İletişim ve Tasarım 1. Sınıf
OG6, HİR1	: Odak Grup 6, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 1. Sınıf
OG7, İvT2	: Odak Grup 7, İletişim ve Tasarım 2. Sınıf
OG8, G2	: Odak Grup 8, Gazetecilik 2. Sınıf
OG, İvT3	: Odak Grup 9, İletişim ve Tasarım 3. Sınıf
OG10, G3	: Odak Grup 10, Gazetecilik 3. Sınıf
OG11, RTS2	: Odak Grup 11, Radyo Televizyon ve Sinema 2. Sınıf
SMS	: Short Message Service
SPD	: Sosyal Demokrat Parti
TY	: Thank You
Wav	: Waveform Audio File Format
WWW	: World Wide Web
#	: Hashtag İşareti

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Odak Grup 1, 1. Radyo Televizyon ve Sinema 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler ...	69
Tablo 2: Odak Grup 2, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 3. Sınıfı Hakkında Bilgiler	69
Tablo 3: Odak Grup 3, Gazetecilik 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler	69
Tablo 4: Odak Grup 4, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler	70
Tablo 5: Odak Grup 5, İletişim ve Tasarım 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler	70
Tablo 6: Odak Grup 6, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler	70
Tablo 7: Odak Grup 7, İletişim ve Tasarım 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler	71
Tablo 8: Odak Grup 8, Gazetecilik 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler	71
Tablo 9: Odak Grup 9, İletişim ve Tasarım 3. Sınıfı Hakkında Bilgiler	71
Tablo 10: Odak Grup 10, Gazetecilik 3. Sınıfı Hakkında Bilgiler	72
Tablo 11: Odak Grup 11, Radyo Televizyon ve Sinema 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler ...	72

ŞEKİL LİSTESİ

- Şekil 1:** Dünya Çapında En Çok Aktif Kullanıcıya Sahip Sosyal Medya Platformları . 30
- Şekil 2:** Reddit Sitesinin Çalışma Dinamiği..... 37



GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Yaş Aralığı	73
Grafik 2: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	73
Grafik 3: Sosyal Medyada Geçirilen Zaman.....	74
Grafik 4: Suskunluk Sarmalı Teorisinin Bilinirliği	74
Grafik 5: Cinsiyetçi Söylem veya Uygunsuz Bir Hitap Diline Maruz Kalma Oranı	75
Grafik 6: Sosyal Medya Üzerinden Uygunsuz Mesaj Alma Oranı	76
Grafik 7: Toplum İçerisinde Sessiz Kalma Oranı	77
Grafik 8: Sosyal Medya Hakkındaki Düşünceler	79
Grafik 9: #MeToo Hareketinin Bilinirliği	79
Grafik 10: Toplumun #MeToo Hareketine Olan İhtiyacı	80
Grafik 11: #MeToo Hareketine Katılım Oranı	81
Grafik 12: Diğer İlişkili Sosyal Medya Aktivizm Hareketlerine Katılım Oranı	82

ÖZET	
Başlık:	Suskunluk Sarmalı Bağlamında #MeToo Hareketinin Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği
Yazar:	Ferit Mehmet EREN
Danışman:	Dr. Öğr. Üyesi Tuba Çevik ERGİN
Kabul Tarihi:	Sayfa Sayısı: ix (ön kısım) + 125 (ana kısım)
Sosyal medya ağları gün geçtikçe bireylerin hayatında oldukça önemli bir yere sahip olmaya başlamıştır. Sosyal medya, kişilerin kendi seslerini duyurmaya başladıkları ve benzer şeyleri tecrübe eden insanlarla iletişime geçtikleri bir ortam haline gelmiştir. Suskunluk sarmalı teorisine göre bireyler toplumun geneline uymayan bir görüşe sahipse, dışlanma korkusu hissedebilir ve buna bağlı olarak görüşlerini toplum içerisinde beyan etmeyip susma eğilimi gösterebilmektedir. Bireyler sosyal medyanın gücüne güvenerek hem toplumsal hem de bireysel olarak eksikliğini hissettikleri herhangi bir konu hakkında fikirlerini paylaşabilmektedir. #MeToo sosyal medya hareketi, 2017 yılından itibaren süregelen bir aktivizm hareketidir. Sosyal medyada, Akademi ödüllü eski film yapımcısı Harvey Weinstein'in cinsel taciz ile suçlanmasıyla patlak veren #metoo hareketi sürecine dünyanın birçok milletinden yüz milyonlarca insan sosyal medya ortamlarında destek vermiştir. Bu bağlamda araştırma çalışmasının uygulama aşamasında Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi kadın öğrencilerinin, cinsiyetçi söylem ve taciz durumlarına karşı hem bireysel ve toplumsal olarak hem de sosyal medyada ne tarz tepkiler verdiklerini öğrenmek için niteliksel araştırma yöntemi olan odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Her odak grup görüşmesinde 6 katılımcı vardır ve toplam 11 farklı odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. 66 kişinin katıldığı bu odak grup görüşmelerinde her katılımcıya 10 adet soru sorulmuştur ve bütün görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Katılımcıların, #MeToo ve diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketleri hakkındaki görüşleri ve bu hareketlere katımları hakkında bilgiler edinilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu hayatları boyunca cinsiyetçi söylem ve taciz durumuna maruz kaldıklarını belirtmiştir. Katılımcıların hiçbiri sosyal medyada #metoo hareketine katılmamıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu kendi yaşadıkları cinsiyetçi söylem ve taciz olaylarını sosyal medyada paylaşmadıklarını belirtmiştir. Sadece sosyal medyada gündem olan kadına karşı şiddetin önüne geçmeye çalışan sosyal medya etiketlerine destek olup toplumun geneline uyma davranışı göstermişlerdir. Burada sosyal medya üzerinden suskunluk sarmalının kırılmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.	
Anahtar Kelimeler:	Suskunluk Sarmalı, #MeToo, Dijital Aktivizm, Sosyal Medya

ABSTRACT	
Title of Thesis: The Impact of #MeToo Movement on Social Media Users in the Context of the Spiral of Silence: The case of Sakarya University Faculty of Communication	
Author of Thesis: Ferit Mehmet EREN	
Supervisor: Assist. Prof. Tuba Çevik ERGİN	
Accepted Date: 03/02/2023	Number of Pages: ix (pre text) + 125 (main body)
Social media networks have started to occupy a very important place in the lives of individuals day by day. Social media has become a medium where people start to make their voices heard and communicate with people who have experienced similar things. According to the spiral of silence, individuals may feel fear of isolation when they have an opinion that does not fit the general public, and accordingly, they may tend to remain silent by not expressing their opinions in public. By relying on the power of social media, individuals can share their views on every issue they feel lacking both socially and individually. The #MeToo social media movement is an ongoing activism movement since 2017. Millions of people from many nations of the world supported the #metoo movement, which broke out on social media when the Academy Award winning former filmmaker Harvey Weinstein was accused of sexual harassment, on social media. In this context, focus group interviews, which is a qualitative research method, were conducted to reveal what kind of reactions the Sakarya University Faculty of Communication female students gave to sexist discourse and harassment, both individually and socially, and on social media. There were 6 participants in each focus group meeting and a total of 11 different focus group discussions were held. In these focus group meetings attended by 66 people, 10 questions were asked to each participant and all interviews were audio recorded. Information was obtained about the views of the participants about #MeToo and other related social media activism movements and their participation in these movements. The majority of the participants stated that they have been exposed to sexist discourse and harassment throughout their lives. None of the participants participated in the #metoo movement on social media. The majority of the participants stated that they did not share their own sexist discourse and harassment on social media. They supported the social media hashtags that try to prevent violence against women, which is only on the agenda in social media, and showed the behavior of conforming to the general society. Here, the result is that the spiral of silence can not be broken through social media.	
Keywords: Spiral of Silence, #MeToo, Internet Activism, Social Media	

GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insanoğlu toplumun üyesi olmak, fikirlerinin toplum tarafından onaylanmasını güdüsel olarak istemektedir. Birey, fikirlerinin toplumun genel fikirleriyle örtüştüğünü kavradığı zaman kendine güveni artar ve toplum içerisinde kendini daha rahat bir şekilde ifade eder. Azınlık fikre sahip olan bireyler ise toplum içerisinde suskunluğa bürünme eylemine daha fazla yönelmektedir. Suskunluk sarmalı teorisine göre azınlık fikirleri benimseyen bireyler toplum içerisinde daha çok susma davranışı göstermektedir. Bireyler, fikirlerinin toplumun genel fikirleriyle örtüşmediğini anladığı zaman toplumdan dışlanma tehdidiyle karşı karşıya kalabileceklerini düşünmektedir. Bu durumda bireyler toplumdan dışlanma korkusu yaşar ve genellikle sessizliği bürünür ve toplumun geneline uymaya çalışarak fikirlerini değiştirme davranışı gösterebilirler. Kitlel medya çok büyük oranda kamuoyunun benimsediği egemen fikirleri ele almaktadır. Toplumun benimsediği egemen fikirlere inanmayan fakat kendi fikirlerini beyan etmeye çekinen veya buna cesaret bulamayan kişiler suskunluk sarmalının bir parçası olur. Ve bu şekilde topluma uyma davranışı göstererek kendi fikirlerini törpülemek durumunda kalır. Birey bu şekilde toplum içerisinde kendini nispeten daha güvende hissetmektedir. Kendi fikirlerini toplumun genel fikirleriyle uyuşmasa da ifade etmeye çalışan nispeten daha cesur bireyler toplumdan dışlanmayla karşı karşıya kalmaktadır.

Kitlel medya tek yönlü iletişim modeline sahip olması sebebiyle çok büyük oranda toplumun genelini ilgilendiren enformasyonlar dağıtmaktadır. Bu şekilde çoğunluk grup azınlık gruba karşı seslerini her zaman daha fazla duyuracak ve daha baskın hale gelecektir. Kitlel medya azınlık görüşlerine yer vermeze suskunluk sarmalı daha da büyüyecektir. Gelişen ağ teknolojisiyle ortaya çıkan yeni medyada çift yönlü iletişim modeli kullanılmaya başlanmış ve insanlar sanal mecralar aracılığıyla etkileşime girmeye başlamıştır. Sosyal medya platformlarının ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte insanların hayatında önemli bir yere sahip olmaya başlamıştır. Bireylerin her alanda fikirlerini özgür bir şekilde dile getirebildikleri sosyal medya platformları, azınlık görüşler için büyük önem arz etmektedir. Bireyler toplum içerisinde ifade etmekte zorlandıkları düşüncelerini, tecrübelerini sosyal medya üzerinden anlatmaktadır. Sosyal medyada aynı şeyleri tecrübe eden bireylerin bir araya gelerek sanal cemaatleri oluşturmaktadır. Bu sanal cemaatler kolektif bir yapıyla toplumda eksikliklerini

gördükleri konular hakkında sosyal medya üzerinden aktivizm hareketleri gerçekleştirmeye başlamıştır. Azınlık hakları, cinsiyet eşitliği, cinsel özgürlük, kadın hakları, ırksal eşitlik, toplumsal farkındalık dâhil her konu hakkında yapılan sosyal medya aktivizm hareketleri azınlık fikre sahip bireyler için kendilerini ifade etme şansı doğurmuştur. Bu yüksek lisans çalışmasında ise #MeToo sosyal medya aktivizm hareketi ele alınmıştır.

#MeToo sosyal medya aktivizm hareketi 2017 yılında Amerika’da başlayan ve hala süren bir toplumsal harekettir. Bu sosyal medya hareketindeki amaç cinsiyetçi söyleme ve tacize maruz kalan kadınların bu durumları sosyal medya üzerinden paylaşmasıdır. Hollywood’da başlayan bu toplumsal hareket, ünlü aktrislerin Harvey Weinstein adlı film yapımcısı tarafından işlenen cinsel taciz suçlarının sosyal medya üzerinden ifşa etmesiyle bütün dünyada gündem olmuştur. Daha sonra bu toplumsal hareket toplumun her kesimine inerek dünya çapında birçok kadının katılımcının dâhil olmasıyla birlikte büyüyerek devam etmiştir. Kadınların cinsiyetçi söylem ve taciz durumlarına karşı sosyal medya üzerinden seslerini duyurmaya başlaması adeta suskunluk sarmalının kırılmasını gerçekleştirmiştir.

Bu tez çalışmasında kadınların günlük hayatta karşılaştıkları cinsiyetçi söylem ve taciz olaylarına karşı vermiş oldukları reaksiyonlar ve sosyal medya üzerinden suskunluk sarmalını kırıp kıramadıkları irdelenmiştir. Bu durum kadınların #MeToo ve diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketleri hakkındaki düşünceleri ve bu hareketlere katılım gösterme oranlarıyla saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Konusu

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi kadın öğrencilerinin #MeToo ve diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım oranları öğrenilmiştir. Bu şekilde kadınların sosyal medya üzerinden suskunluk sarmalı içerisinde olup olmadıkları saptanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma çalışmasında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan odak grup görüşmesi seçilmiştir. Katılımcılara 10 adet soru sorulmuştur. Her odak grup görüşmesinde 6 kadın katılımcının yer aldığı 14 farklı oda grup görüşmesinin yapılması hedeflenmiştir. Fakat halkla ilişkiler ve reklamcılık, gazetecilik, iletişim ve tasarım bölümlerinde öğrenim gören 4. sınıf öğrencilerine ulaşılamamıştır. Bunun sebebi ise son sınıf öğrencilerinin staj

ve proje çalışmaları nedeniyle toplu bir şekilde okulda bulunmamalarıdır. Toplamda 11 farklı odak grup görüşmesi yapılmıştır ve 66 kadın katılımcıya ulaşılmıştır.

Veri Toplama

Katılımcıların görüşlerini öğrenmek için odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Her odak grup görüşmesi için İletişim Fakültesi bölümlerindeki derslerde duyurular yapılmıştır. Bu duyurular derslerin hocaları tarafından izin alındıktan sonra yapılmıştır. Öğrencilerin dersleri bittikten sonra boş dersliklerde yapılan odak grup görüşmelerinde katılımcıların imzaları alınmıştır. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar ise ses kaydına alınmıştır. Bu ses kayıtları sadece verilen cevapların tez çalışmasında çözümlenmesi için kullanılmıştır.

Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu araştırma çalışması Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi birinci öğretimden sadece kadın öğrencilerle yapılmıştır. Bunun sebebi ise araştırmanın kadınlara yönelik cinsiyetçi söylem ve taciz durumlarıyla ilgili görüşlerin ortaya çıkarılması ve bu durumlara yönelik olarak sosyal medya aktivizm hareketlerini kapsamasıdır. Araştırmada yapılan odak grup görüşmeleri 12 Aralık – 29 Aralık 2022 tarihleri arasında yapılmıştır. Yapılan en kısa odak grup görüşmesi 10 dakika iken en uzun odak grup görüşmesi 56 dakika sürmüştür.

Araştırmanın Amacı

Kadınların cinsiyetçi söylem ve taciz durumlarına karşı suskunluk sarmalının içerisinde olup olmadıklarını tespit etmek, #MeToo ve diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım durumlarını öğrenerek sosyal medya üzerinden suskunluk sarmalının kırılıp kırılmadığını tespit etmek bu araştırmanın ana amacıdır.

Araştırmanın Önemi

Kadına yönelik şiddet, cinsiyetçi söylem, taciz durumları çok uzun süredir toplumların en büyük ve en hassas sorunlarından biridir. Toplumdan topluma değişen kendini ifade etme sürecine müteakip olarak kadınlar bu tarz durumlarla karşı karşıya kaldıklarında çoğu zaman susma eğilimi göstermiştir. Bunun sebebi ise toplumdan dışlanma, toplumun onlara inanmayacağını düşünme ve hatta can güvenliğinden endişe duymaktır. Öyle ki tacize uğrayan kadınlar utanç duydukları için de sessizliğe büründükleri olmuştur. Yaşayan bir organizma olan toplumlar da insanlarla birlikte bir devinim halinde

gelişmektedir. Gelişen insan toplulukları modern hayatın getirisiyle birlikte daha açık görüşlü bir hale gelmiştir. Günümüzde kadınların bu tarz olumsuz durumlara karşı sessiz kalma durumu geçmişe nazaran daha düşüktür. Bu çalışma cinsiyetçi söylem ve tacize maruz kalan kadınların bu durumlara karşı hem normal hayatta hem de sosyal medyada nasıl tepki verdiklerini bizzat birinci ağızdan anlamaya çalışmıştır. Bundan dolayı bu çalışma sosyal medya aktivizm hareketleri ve özellikle kadın haklarına yönelik sosyal medya aktivizm hareketlerini inceleyen literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.

Bu tez çalışması dört farklı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kavramsal çerçevede kullanılan suskunluk sarmalı teorisine yer verilmiştir. Suskunluk sarmalı teorisinin nasıl ortaya çıktığı irdelenmiştir ve gerekli tanımlamaları yapılmıştır. Suskunluk sarmalıyla ilgili olan, kamuoyu, grup, kanaat ortamı, tutum kavramı, kitle psikolojisi, dışlanma korkusu, dışlanma tehdidi ve Asch deneyi gibi kavramlar irdelenmiştir. Sosyal medya ve suskunluk sarmalı teorisinin ilişkisi hakkında yorumlar yapılmıştır. İkinci bölümde ise gelişen internet ortamı ve sosyal medyanın evrimi ele alınmıştır. Sosyal medyanın tarihsel gelişimi ele alınırken, Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 kavramları tanımlanmıştır. Sosyal medyanın gelişimi tanımlanırken, sosyal medya araçları ve en çok kullanılan sosyal medya platformlarına değinilmiştir. Üçüncü bölümde dijital aktivizm hareketleri ve #MeToo akımı incelenmiştir. Hashtag aktivizminin tanımı yapılırken, çevrimiçi toplumsal hareketlerin nasıl ortaya çıktığı ve nasıl faaliyet gösterdiği irdelenmiştir. Çevrimiçi toplumsal hareketlerden örnekler verilmiştir ve hangi alanlarda yapıldıkları ve nasıl organize oldukları hakkında tanımlamalar yapılmıştır. Weinstein Etkisi'nin ne olduğu tanımlanmıştır ve dünyadaki etkileri üzerinde durulmuştur. #MeToo toplumsal hareketinin tarihsel gelişimi, nasıl sosyal medya aktivizm hareketi haline geldiği ve bu akım üzerinde erkeğin rolünün ne olduğu irdelenmiştir. #MeToo hareketinin Türkiye'deki etkisi ve buna bağlı ortaya çıkan yerel akımlar incelenmiştir. Dördüncü bölümde ise gerçekleştirilmiş olan odak grup görüşmelerinin analizleri yapılmıştır. Araştırma hakkında bilgiler ve araştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları ve araştırma yöntemi hakkında ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları ve karşılaşılan sorunlara değinilmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirilmiştir ve odak grup görüşmelerinin sonuçlarından ulaşılan veriler analiz edilip yorumlanmıştır.

1. BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Siyaset bilimi teorisi ve kitle iletişim kuramı olan Suskunluk Sarmalı Teorisi içerdiği, kamuoyu, kanaat ortamı, grup, dışlanma tehdidi ve dışlanma korkusu gibi kavramlarla aynı zamanda psikoloji ve sosyoloji gibi farklı bilim departmanlarıyla da ilişkilidir. Araştırma çalışmasının bu bölümünde Suskunluk Sarmalı Teorisinin nasıl ortaya çıktığı, nasıl geliştiği ve medya çalışmalarında nasıl kullanıldığına dair literatür taraması yapılmıştır. Suskunluk Sarmalı Teorisinin sosyal medya ve dijital aktivizm akımlarıyla olan ilişkisi değerlendirilmekle birlikte bu teorinin alt başlıkları incelenmiştir.

1.1. Suskunluk Sarmalı Teorisi

Suskunluk Sarmalı Teorisi Alman siyaset bilimci Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen bir siyaset bilimi ve kitle iletişim teorisidir. Bu teori, bireylerin herhangi bir konu hakkında toplumun genel çoğunluğunun aksine farklı bir görüşü benimsedikleri durumda dışlanma korkusu sebebiyle suskunluğa bürüneceklerini ortaya koymaktadır. Hem psikolojik hem toplumsal açıdan birbirine ihtiyaç duyan insanoğlu aidiyet duygusunu hissettiği gruplara mensup olmak istemektedir. Bu nedenle insanoğlu kendini topluma kabul ettirme kaygısı gütmektedir. Azınlık fikre sahip olan bireyler toplumdan dışlanmamak için sessizliğe bürünebilir, birtakım farklı davranışlarını törpülemek zorunda kalabilir veya yalnız kalmamak ve toplumda yer alan bir gruba ait olmak için kendi öz fikrini değiştirmek zorunda kalabilir.

1965 yılındaki Almanya federal seçimlerinde iki farklı kamuoyu araştırma şirketi olan Allensbach Enstitüsü ve Emnid Enstitüsü'nün birbirinden farklı seçim tahminleri olmuştur. Seçim süreci boyunca neredeyse eşit düzeyde oy alması beklenen CDU(Hristiyan Demokrat Parti) ve SPD(Sosyal Demokrat Parti) ön görülemeyen bir yarışın içerisine girmiştir. Aralık 1964 tarihinden Eylül 1965 tarihine kadar süren bu seçim yarışında oy verenlerin seçim niyetlerinde aylarca hiçbir değişiklik olmamıştır. Temmuz 1965 tarihinde CDU anket sonuçlarına göre önde gitmeye başlarken seçimi kazanma beklentisi Ağustos ayında neredeyse %50 oranına ulaşmıştır. Neumann'a göre son anda seçmenlerin %3-4 kadarı adeta akıntıya kapılmış gibi kazanacaklarını düşündükleri partiye oy vermiş ve CDU seçimi kazanmıştır(Noelle-Neumann, 1996: 27-29).

1965 seçimlerinde yaşanan bu olgu 1972 seçimlerinde tekrar yaşanmıştır ve Elisabeth Noelle-Neumann bir hipotez oluşturmuştur. Seçim süreçlerinde yaşanan son dakika değişiklikleri, dönemin koşulları ve kişilerin tutumları Suskunluk Sarmalı Teorisinin temellerini oluşturmuştur. Bu teorini yaratıcısı Neumann'ın ifadelerine göre;

“Hipotezi her şeyden önce 60’ların sonu ile 70’lerin başındaki öğrenci olaylarına borçluyum. Özellikle bir kız öğrencime. Ona bir gün amfinin önünde rastladım, yakasında bir CDU (Christlich Demokratische Union Deutschlands- Hristiyan Demokrat Birliği) rozeti vardı. “Sizin CDU”lu olduğunu bilmiyordum” dedim. “değilim zaten” cevabını verdi ve devam etti: “Rozeti CDU”lu olmanın nasıl bir his olduğunu merak ettiğim için taktım”. Öğleyin tekrar karşılaştığımızda rozet yoktu. Yakasında rozetin bu kez neden olmadığını sordum. “Rozeti çıkarmak zorunda kaldım; öyle korkunçtu ki.” dedi(Noelle-Neumann, 1996: 30).

Bu ifadelerde birlikte Suskunluk Sarmalı Teorisinin temel varsayımlarından biri olan “konuşma ya da susma kanaat ortamını belirler” ortaya konulmaktadır. SPD ve CDU taraftarları sayı olarak birbirlerine yakın olsalar dahi fikir olarak birbirlerinden ayrılmaktadır. SPD rozetlerinin baskın bir şekilde her tarafta görülmesi partiler arasındaki güç dengesinin yanlış yorumlanmasına sebep olmuştur. İlerleyen dönemlerde yaşanan gelişmelerle birlikte doğu politikasını destekleyen kişiler bu düşüncelerinin farklı kişiler tarafından da desteklendiğinin farkına varmaya başlamıştır. Bu sayede farklı sesler yükselmeye başlamıştır. Doğru politikasına karşı olan kesim ise kendini yalnız hissederek sessizliğe bürünmektedir. Yaşanan bu olgu birinci grubun daha güçlü ikinci grubun ise daha zayıf gözükmesine sebep olmaktadır. Bu ortamda yapılan gözlemde ise bazı kişiler fikirlerini yüksek sesle ifade etmesi bazı kişileri fikirlerini yutmasına sebep oluyordu. Bu durum tıpkı bir sarmal gibi bazı kişilerin toplumda baskın olması ve bazı kişilerin kamu sahnesinden tamamen sürünene kadar devam eden bir süreçte tekabül eder. Bu süreç “Suskunluk Sarmalı” olarak ifade edilir(Noelle-Neumann, 1996: 30).

Bir toplumda çoğunluğun görüşü her zaman çoğu insanın hem fikir olduğu anlamına gelmeyebilir. Suskunluk Sarmalı bağlamında gözlem yapıldığı zaman bireylerin korkuları ve endişeleri birtakım şeyleri ifade etmelerine engel olabilir ve toplumda çoğunluğun görüşü olarak addedilen kavram baskın görüş konuma gelebilir. Çalışma hayatında bir üst birim tarafından alınan karar ast birim tarafından desteklenmeyebilir. Fakat ast birimin yaşadığı endişe ve korku durumu sessizliğe bürünüşe dönüşebilir. Bu

sessizlik üst birim tarafından bir kabul ediliş olarak algılanabilir. Böylelikle kişilerin kendilerini özgürce ifade edemedikleri despot bir çalışma ortamı oluşur. Benzer durum daha şiddetli bir şekilde azınlık bir siyasi partinin iktidara gelmesiyle de yaşanabilir. Bunun en büyük örneği Hitler Almanya'sı döneminde gözlemlenebilir. Çoğu Alman vatandaşının, alınan savaş kararları, ırkçı politikalar ve sonunda Yahudi soykırımı karşı koyamaması ve hatta bu tarz eylemlerin destekleyicisi olmasının sebeplerinden birinin de kitle iletişim araçlarının kullanımı olarak gösterilmektedir. Suskunluk Sarmalı bağlamında kitle iletişim araçlarıyla kullanılan propaganda metotları insanların görüşlerini etkilemek ve değiştirmek için bazı şeyleri dikte eder. Nazi Almanya'sında kurulan Propaganda Bakanlığı insanların zihnine Yahudi düşmanlığını zerk etmek için kurulmuştur. I. Dünya Savaş'ındaki kayıpların neticesiyle birlikte Yahudilerin, Alman karşıtı zararlı bir grup olarak gösterilmesiyle Yahudilere yapılan saldırılar devlet politikası nezdinde yasallaştırılmıştır. Alman vatandaşlarının zihnine yansıtılan Yahudi korkusu, radyo programları, posterler, filmler, çizgi filmler gibi kitle iletişim araçlarıyla yapılmıştır. Yapılan propagandalarda Yahudi ırkı ortadan kaldırılırsa Alman halkının sorunları çözülecektir varsayımının halka enjekte edilmesiyle birlikte insanlık tarihinin en büyük suçlarından biri Holokost'un ön zemini hazırlanmıştır(Hedge, 2022).

Suskunluk Sarmalı kuramının sınanmasının oldukça karmaşık olduğunu belirten Neumann, bu kuramı dört ana varsayım ve bunları birbirine bağlan beşinci bir varsayımla açıklar. Bu varsayımlar;

- “1. Toplum, genel uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlamakla tehdit eder.
2. Bireyler sürekli dışlanma korkusu içindedirler.
3. Bireyler dışlanma korkusundan ötürü sürekli kanaat ortamlarını gözlemleyip değerlendirmeye çalışırlar.
4. Bu gözlemler sonucu edindiği izlenimler bireyin toplum içindeki davranışlarını, özellikle de görüşlerini ifade etme ya da saklama (konuşma ya da susma) konusunda etkiler.
5. Son varsayım bu dört varsayımı birleştirir ve buradan kamuoyunun oluşumu, korunması ve değişimine dair çıkarımlarda bulunur”(Noelle-Neumann, 1996: 274).

Tez çalışmasının bu bölümünde Suskunluk Sarmalı Teorisiyle birebir ilişkili olan kamuoyu, grup, kitle psikolojisi, dışlanma tehdidi, dışlanma korkusu ve kanaat ortamı gibi kavramlarda irdelenecektir.

1.2. Kamuoyu

Politika bilimi, sosyoloji, psikoloji ve kitle iletişimi için oldukça önemli bir kavram olan kamuoyu farklı dönemlerde birçok bilim insanı ve araştırmacı tarafından irdelenmiştir. Kamuoyu birçok farklı bilim alanıyla ilişkisi olduğu için tek bir tanımı yoktur.

Kamuoyu kelimesinin anlamı Latince dilinde “pulicus” ve “opinion” sözcüklerinden üretilerek İngilizce diline giren “public opinion” sözcük öbeğiyle ifade edilen bir kavramdır. İlk zamanlar batılı ülkelerden bizim lisanımıza “efkâr-ı umumiye”, “halk efkârı”, “amme efkârı”, “kamu efkârı” şeklinde geçen kamuoyu kavramı günümüzde kamu ve oy sözcüklerinin birleşimiyle tek bir sözcük halinde kullanılmaktadır(Atabek, 2002: 223).

Genel olarak kamuoyu, belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hâkim olan kanaattir(Kapani, 2007: 161). Bu tanıma müteakip olarak toplumun belli bir konu veya soruna karşı oluşan düşünceleri kamuoyunu oluşturan en basit bileşenlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Neumann, kamuoyu kavramını oluşturan “kamu” (öffentliche) ve “oy” (meinung) ifadeleri üzerinden farklı görüşlerin üzerinde durmuştur. Oy (buradaki oy ifadesi “kamuoyu” sözcüğündeki “oy” dur ve kanaat anlamına gelmektedir.) kavramı Sokrates’e kadar uzanır ve ona göre oy yani kanaat kavramı belirsizdir. Sokrates’ göre orta statüye sahip olan bu kavram birçok kişi kanaate, bilgi inanç ve ikna olmaktan farklı olarak olumsuz bir değer biçer. Kant ise kanaati “hem öznel, hem de nesnel olarak yetersiz yargı” şeklinde nitelendirir(Noelle-Neumann, 1996: 84).

Kamuoyu ifadesinin anlaşılabilmesi için ‘kamu’ kavramının incelenmesi gerekmektedir. Çağdaş sosyal bilim araştırmacıları grup ve kamu kavramlarını eşdeğer olarak kullanmaktadır. Grup kavramının en önemli iki özelliğinin karşılıklı etkileşim ve sürdürülebilirlik olduğunu savunan Atabek’e (2002:224) göre bir grubun kamu olarak tanımlanabilmesi için şu özelliklere sahip olması gerekir:

“a. Kamu bir sorun etrafında geçen iletişim sayesinde var olur.

- b. Kamuyu oluşturan bireyler her zaman sıkı bir şekilde organize olmazlar.
- c. Kamu, aktif ve pasif üyelerden oluşan katmanlara sahiptir.
- d. Kamu geliştikçe büyüklüğü ve şekli de değişir.
- e. Kamu, sorunla birlikte ortaya çıkar ve sorunla birlikte kaybolur. Kamu, belirli bir olay veya sorun etrafında belirli bir zamanda oluşan gruptur. Bazen az sayıda katılımla oluşabilen kamu bazen de toplumun genelini ilgilendiren konular etrafında geniş katılımla oluşur.”

Atabek’e göre (2002:224-225) bir gruba ait görüşün kamuoyu görüşü olarak değerlendirilebilmesi için, belli bir sorunun olması, gruptaki kişilerin etkileşim halinde olması, ortaya atılan fikrin grubun ortak kararının olması, ortaya atılan görüşün bir karar mekanizması olması veya belli güruhu bir amaç doğrultusunda hareket geçirme arzusuna sahip olmalıdır.

Arsev Bektaş’ın çalışmasında yer alan bilgiye göre William Albig ve Harwood L. Childs “kamu” ve “grup” kelimelerinin eşanlamı olarak kullanılabileceği görüşündedir. Childs’a göre aynı zamanda pek çok kamu ortaya çıkabilir ve bunlar örgütlü ya da örgütsüz, birincil ya da ikincil, güçlü ya da zayıf, mantıklı ya da mantıksız ve önemli ya da önemsiz olabilirler. Bundan yola çıkarak herkes farklı kamuoyu oluşturma şansına sahiptir. Kamular, iki veya daha fazla kişinin bir araya getirerek oluşturdukları gruplardır(Bektaş, 1996: 46).

Burjuva kesiminde kamusal topluluk alanı çekirdek ailenin yapısıyla birlikte başlamıştır. Ev bir aile için ortak bir çatı olsa da bireyler özel bir alana ihtiyaç duymaktadır. Bireyin özel olma durumu başkaları tarafından oluşturulan bir kamuya muhtaçtır. Bu durum “kurgu”ya dönüşen edebiyatta görülmektedir. Okuyucu edebiyatta kendisine sunulan içeriği hissederek öznelletirebilir ve burada oluşturulan mahremiyet sınırında kendi deneyimlerini tecrübe eder. Dahası, edebiyat ile okuyuculara iletilen mahremiyet geniş bir okuyucu topluluğuna mâl olabilir. Kamusal topluluğu oluşturan özel şahıslar okudukları içerikler hakkında kamusal düzlemde akıl yürüterek beraber geliştirdikleri bir aydınlanma süreci başlatırlar. İngiltere’de 1750’li dönemlerde kamusal kitapçıların açılması, günlük gazete ve haftalık dergi okuma alışkanlıklarının yayılmasıyla birlikte burjuva kültüründe roman okuma alışkanlığı daha da artmıştır. Bu burjuva kesimleri, kahvehanedeki etkileşim, salon davetleri ve akşam yemekleri gibi davetlerle, basın ve

profesyonel eleştiri organlarını bir arada tutarak kamusal topluluğu oluşturmuştur. Bu gelişmeler, çekirdek ailenin öznellik biçiminde bir edebi akıl yürütmeye dayanan kamuoyunu meydana getiren bir olgudur(Habermas, 2003: 126-127).

Yapılan bu tanımlamalar ışığında kamuoyu hakkında belli başlı bazı çıkarımlar yapmak mümkündür. Kamuoyu kolektif bir şekilde yaşayan insanların siyasi ve toplumsal bir meseledir. Kamuoyu demokratik bir şekilde uygulanan bir sistemdir. Kamuoyu her zaman her kişinin görüşlerini yansıtmayabilir, genel olarak çoğunluğun görüşlerini yansıtan bir sistemdir. Tıpkı demokrasi sistemi gibi çoğunluğun görüşlerini yansıtan kamuoyu aynı zamanda bütün insanlığın sesi olmaya çalışarak azınlık haklarını da korumaktadır. Her demokratik ülkede olduğu gibi efektif bir şekilde kullanılan kamuoyu halkın egemenliğini ifade eder, bu da demokrasi hâkimiyetinde vatandaşların en temel haklarından biridir. Toplumun ahlaki değerlerini korumaya özen gösterip her kesimin kendisine ifade etmesine olanak tanıyan kamuoyu, kitle iletişim araçlarının en önemli enstrümanlarından biridir. Bu nedenle kamuoyu, medya ve demokrasi kavramları birbirleriyle girift bir şekilde çalışan organlardır.

1.3. Grup Kavramı

İnsanlar grup kavramının içerisinde çalışır, sosyalleşir ve kendi tutum ve yargılarını dâhil oldukları gruplar aracılığıyla ifade ederler. Üyesi olduğumuz gruplar insani yönlerimizi belirler ve ne tür bir hayatımız olduğu hakkında çeşitli doneler verir. Dâhil olduğumuz gruplar, konuştuğumuz dili ve aksanı, benimsediğimiz tutumları, yaptığımız kültürel aktiviteleri, aldığımız eğitimi, refah düzeyimizi ve bütün bunlar ele alındığında tamamıyla benliğimizi, kim olduğumuzu belirler. Gruplar birçok farklı değişkene göre başkalaşım gösterir. Milletler ve cinsiyet grupları çok sayıda üyeye sahipken, aile, cemiyet gibi gruplar daha az sayıda üyeye sahiptir. Arkadaş grupları kısa süreli ömre sahipken, etnik gruplar binlerce yıl varlığını sürdürebilir. İnternet üzerinden oluşan çevrimiçi cemiyetler dağınık grup yapısı gösterirken, seçici kurul ve uçuş mürettebatı gibi gruplar belli bir ortamda yoğunlaşmıştır. Ordu ve sağlık çalışanları gibi gruplar organize bir yapıya sahipken, kulüp taraftarları gayri resmi bir şekilde organize olan gruplardır. Bu ifadeler göz önünde bulundurulduğunda herhangi bir sosyal grup özellikleri bakımından hangi gruba ne kadar benziyor ya da ne kadar farklı olduğu incelenerek ortaya çıkarılabilir(Hogg ve Vaughan, 2007: 304).

Grupların birden fazla tanımı yapılabilir fakat her bir tanımın ifade ettiği şey, her insan topluluğunun bir grup olmamasıdır. Gruplar genellikle yığınlarla karıştırılan bir kavramdır. Küçük bir grup iki veya daha fazla kişinin, yüz yüze etkileşim halinde olduğu, her üye bireyin kendi bilincinde olduğu, her bireyin gruba üye olan diğer bireylerin farkında olduğu ve ortak bir amaca ulaşmaya çalışırken kendi pozitif bağımlılıklarının farkında olduğu bilinçli bir oluşumdur(Johnson ve Johnson, 2016: 8).

Grup kavramının belli başlı özellikleri vardır. Bu özellikler:

- ”a. Grup, hem üyeleri hem dışarıdaki gözlemciler tarafından tanınabilir.
- b. Toplumsal bir yapı olan grupta statü dağılımı vardır.
- c. Grupta her üyenin kendine ait sosyal rolü vardır.
- d. Grupta sürekli etkileşim ve temas olmalıdır. Grupta iletişim kalmazsa grup ortadan kaybolur.
- e. Her grup içerisinde davranış normları vardır.
- f. Grup üyelerinin ortak ilgileri ve çıkarları vardır.
- g. Grupların belli toplumsal hedefleri vardır. Her grup farklı amaçlara sahiptir.
- h. Bir grup zaman içerisinde ölçülebilir ve sürekli olmalıdır. Grupları yığınlardan ayıran en özelliklerden biri de budur”(Bozkurt, 2010: 153-154).

Gruplara dâhil olmak hem psikolojik hem de sosyal gereksinimlerimizi karşılamamıza yardımcı olur. Bir yere ait olmak, başkalarından ilgi görme isteklerini gruplara dâhil olarak gideririz. Belli bir kapasitesi olan insanın her işi tek başına yapabilmesi mümkün değildir. Bireyler üye oldukları gruplar sayesinde tek başına yapamayacakları işleri grup yardımıyla yapabilirler. İnsanlar üye oldukları gruplar sayesinde farklı donanım ve bilgiler öğrenir. İnsanı güvende hissetmesine yardımcı olan gruplar, grup dışı farklı tehditlere karşı savunma mekanizmaları gerçekleştirebilir. Grup üyesi olan bireyler kazandıkları sosyal statü sayesindeki benlik bilincinin önemini kavrar(Kağıtçıbaşı ve Cemalciler, 2019: 273).

1.4. Kanaat Ortamı

Tutumlar birçok defa kanaatlerle karıştırılsa da aynı kavramlar değildir. Kanaatler “söze dökülmüş tutumlar” şeklinde tarif edilebilir. Kanaatler farklı bir psikolojik düzlemde yer

alan olgulardır. Bir eylemin oluşum süreci içerisinde tutumlar arasında karşılıklı eylemleşme hali başlar. Belli bir durumda yer alan bireyin içerisindeki veya bir grubun üyeleri arasındaki tutumların ortaya koyacakları konuşma sonucunda ara bulucu unsur olarak kanaat olgusu oluşur. Kanaatler bir eylemle doğrulanıncaya kadar tutumlar içerisinde ortaya çıkan durum ve konumu saptayana kadar ileriye yansıtan ve sınıyıcı bir biçimde kalır. Bu durumlarla birlikte kanaat yalnızca bir tutumu değil yaşanan durumun bireyi aşan görünümüyle birlikte ortaya çıkan hali hazırda obje kompleksine uygun tutumlar kompleksini de ele alır. Böylece kanaat içeriğinde yapılacak olan eylemin şartlarına göre tutumları birbirine uyumlu bir hale getirmiş olur(Oskay, 1992: 16-17).

Neumann (1996:249), kanaat ortamını ölçmeye yönelik olan soruları şu şekilde ifade ediyor:

“İnsanların çoğu ne düşünüyor?”, “hangi taraf güç kazanıyor...?”, “ne moda, ne demode?”, “insan hangi konularda en iyi arkadaşlarıyla bile bozuşabilir?”, “kiminle alay ediliyor?”, “kimin afişleri yırtılıyor?”. “Bireyin çevre gözlemlerini ve toplumsal doğasını ortaya çıkaran sorular, kamuoyu araştırmaları çözümlemesinde, özellikle de seçim araştırmalarında bugüne dek sistematik olarak yer almamıştır.”

Bir kamuoyu kuramı olmadan medyanın etkisi anlaşılamamakla birlikte, bir medya etkisi kuramı olmadan da kamuoyu süreçlerinin doğru bir şekilde anlaşılması mümkün olamaz. Agenda setting olarak bilinen medya gündem belirleme işlevinden bütün kamuoyu kavramı etkilenmektedir. Herhangi bir konu ancak kitlesel medyada yoğun bir şekilde ele alındığı takdirde dışlanma tehdidi ve dışlanma korkusu durumu medya çıkar. Bireyin çevre gözlemleri bağlamında kamuoyu sürecinde medya oldukça önemlidir. Bireyler kanaat ortamını incelerken iki farklı kaynaktan yararlanır. Bunlardan birincisi bireylerin doğrudan gözlemlediği çevre ve ikincisi ise dolaylı bir algılama yöntemi olan medyadır. Bireyler kanaat ortamına yönelik en büyük izlenimlerini medya vasıtasıyla edinir. Medyanın söylemleri dışlanma tehdidi yaratırken, birçok durumda bireyler medyanın ilettiği bilgilerden başka bir kaynağa sahip değildir. Medyadaki tek yönlülük bireylere bir seçim şansı tanımaz. Medyanın belirli bir kanaati daha çok ön plana çıkartma işlevi de vardır. Buna müteakip olarak belirli bir davranış veya kanaatin varyasyonları, destekçileri veya karşıt düşüncüleri medyada eşit bir şekilde var olma şansına sahip değildir. Ortaya çıkan tartışmalı bir konuda baskın olarak temsil edilen bir kanaat

medyada daha fazla yer bulur ve bu görüşü destekleyen insanlar kamu içerisinde daha rahat konuşma eylemi gösterir(Noelle-Neumann, 1996: 275-276).

1.5. Tutum Kavramı

Sosyal psikolojinin ana unsurlarından biri tutum kavramıdır. Tutum kavramı bireylerin hem sosyal algısını hem de davranışlarını etkilemektedir. Tutumlar bir kişiye atfedilen eğilimlerdir. Tutumlar doğrudan gözlemlenebilir bir özellik olmadığı için bireyin gözlemlenebilen davranışları yorumlanarak o bireye atfedilen eğilimler olarak yorumlanabilir. Tutum gözlemlenebilen bir davranış olmamakla birlikte bireyi davranışa hazır eden eğilimlerdir. Tutumlardaki önemli noktalardan biri de psikolojik objedir. Psikolojik objeler birey için anlam taşıyan ve yine bireyin farkında olduğu herhangi bir objedir. Herhangi basit bir nesne bir kişi için önem arz ederken farklı bir kişi için hiçbir anlam ifade etmeyebilir. Birey için her şey potansiyel olarak psikolojik obje değerini taşıyabilir. Vatanseverlik, aile, herhangi bir eşyaya veya çok farklı şeylere karşı bireyin belli tutumları vardır(Kağıtçıbaşı, 2014: 130-131).

Tutumlar genel olarak içedönüklük ve dışadönüklük şeklinde ikiye ayrılır. Tutumlar, duygu, düşünme, his ve sezgi dâhil dört farklı fonksiyona sahiptir. Her bir fonksiyon türüne göre değişen genel tutumlar sekiz varyasyon üretir. Bu dört farklı fonksiyon tam bir bütünlük oluşturmaktadır. Duyumlar aslında nelerin mevcut olduğunu saptar, düşünme anlam farkındalığını saptar, duygu bize değerler hakkında bilgiler verir, sezgi nereden geldiği ve nereye gittiği belli olan olasılıklara işaret eder(Jung, 2017: 492-493).

Tutum kavramı kişinin etrafındaki olgu ve nesnelere karşı olan eğilimlerini ifade eder. Olgu ve nesnelere karşı oluşan bu eğilim, bilgi, duygu ve güdülerin örgütlendiği davranışsal bir tepki ön eğilimi olarak karşımıza çıkar. Tutumların belirlenmesinde önemli olan nokta kişinin sahip olduğu deneyim ve donanımları nasıl bir örgütlendirmeye ilişkilendireceğidir. Örgütlendirme durumu belirli bir sürece dâhil olduğu için söz konusu deneyim ve donanımlarda değişimler yaşanabilir ve dolayısıyla örgütlenme biçimi değişir. Bu durum da en basit anlamda tutumların da değişebileceğini ortaya koymaktadır. Genç yaşlarında daha farklı fikirlere açık olan bireyin hayat standartları değiştiğinde ve aile kurduğunda farklı bireylerin sorumluluğunu üstlendiğinde bu fikirlerden uzaklaşma eğilimi gösterdiği olabilir. Önyargılarda ise dolaylı ve yanlış yoldan edinilen bilgiler doğrultusunda herhangi bir konu, herhangi bir

bireye karşı geliştirilen tutumlardır. Doğru bilgiler ışığında bu tutumlar geliştirilebilir(İnceoğlu, 2010: 13-14).

Tutumların konusu herhangi bir birey, farklı üyeleri olan toplumsal gruplar, herhangi bir nesne, inanç ve duygular gibi soyut kavramlar olabilir. Bireyin çevresinde sınırlı sayıda tutum oluşturabileceği kavram bulunduğu için bu kavramların hepsi hakkında tutum oluşturabilmek oldukça zordur. Bundan dolayı bireyler bu kavramları tasnif eder ve bu tasniflere göre tutumlar oluşturma eğilimini gösterir. Bireylerin bir konu hakkında tutum geliştirilebilmesi için o konu hakkında doğrudan bilgi sahibi olması gerekmez. Başkalarından duyduğu bilgiler ile tutum geliştirme durumu da gerçekleşebilir(Baysal, 1981: 121-122).

1.6. Kitle Psikolojisi

Tarih boyunca insanın düşünceleri sürekli devrim halinde olmuştur. Bu devrimin temelinde uygarlıkların özünde yer alan dini ve politik inançlarının tamamen değişim geçirmesi yer almaktadır. Bilimin gelişmesi ve yeni buluşların ortaya çıkması, yeni yaşam ve düşünce şekillerini ortaya çıkartmıştır. Toplamların oluşmasında yeniçağda egemen bir güç olarak karşımıza çıkan yeni bir güç tanımı olan “kalabalıkların gücü” kavramı doğmuştur. Zamanında doğru olarak bilinen ve günümüzde geçerliliğini yitiren fikir ve devrimlerin sonunu getirdiği iktidarın kalıntılarının üzerinde sadece kalabalıkların gücü yükselmiştir. Bu yıkılış ve yeniden yükseliş sürecinin bir devrim şeklinde devam etmesi muhtemeldir. Eski inançların ve fikirlerin sarsılarak yitip gitmesine rağmen kalabalıkların gücü sürekli büyüyen bir olgu haline gelmiştir. Bu durum da içinde bulunduğumuz “Kitleler Çağı” olarak nitelendirilmektedir. Kitle gücünün ortaya çıkması ilk olarak zihinlere zerk edilen fikirlerin yayılması ve o döneme kadar sadece düşüncede kalan bu fikirlerin uygulama aşamasına geçilmesiyle birlikte bireylerin birleşmesi şeklinde olmuştur(Bon, 1997:10-12).

Birey bir toplum tarafından kabul edilen davranışların neler olabileceğini kavrayabilmek adına çaba sarf ederken, bir kitleye dâhil olduğunda nasıl davranması gerektiği zaten bellidir. Bütün bunlara rağmen farklı kalabalıkları oluşturan insanları bir araya getirme güdüsünü oluşturan motivasyonlar tamamen farklıdır ve bu kalabalıklar bu farklı sınıflara göre oluşturulur. Somut kitleler bir ortaklık sonucu güncel fikirlerle kurulan devrim zamanlarının tipik bir olgusudur. Somut kitleler bir kamuoyu görevi de görmektedir.

Bireyin pozisyonu somut kitle ve soyut kitle arasında farklılık göstermektedir. Birey ifade etmek istediği kavramı açıklamaya çalışırken bir özen gösterirken, spontan bir kalabalıkta dışlanma korkusu ortadan kalktığı için kendini bir bütünün parçası olarak görür ve yargılanma durumundan korkmaz. Somut kitlelerden farklı olan soyut yani örtük kitlelerde ortak bir idea ve duyguya dayanan bir bütünlük olmasına rağmen bu kitlenin bir araya gelmesi gerekmez (Noelle-Neumann; 1996: 135-136).

1.7. Dışlanma Tehdidi ve Dışlanma Korkusu

Dışlanma durumu tipik olarak göz ardı edilmek, toplumsal grupların dışında kalmak olarak açıklanabilecek bir kavramdır. Dışlanma durumu sıklıkla kişiye reaksiyon verilmeden, herhangi bir açıklama yapılmadan gerçekleştirilen bir süreç dizisidir. Genel olarak dışlanma durumu bir etkileşim veya bir ayrılık sonrasında gelişen, kişinin sosyal olarak dışlandığı, toplumdan izole edildiği ve yalnız kaldığı bir durumdur(Williams, 2007: 429).

Suskunluk sarmalı kuramı toplumun genel olarak benimsediği fikirlerin dışına çıkan kişileri toplum dışında bırakmakla tehdit eden ve dahası kişilerin de çoğu zaman bilinçdışı ve büyük ihtimalle genetik olarak bir dışlanma korkusuna sahip oldukları görüşünden yola çıkmaktadır. Bu durum kişileri toplum içerisinde hangi davranışların uygun karşılanacağı, hangi davranışların uygunsuz karşılanacağı konusunda gözlemler yapmaya yönlendirmiştir. Kişiler toplumun çoğunluğuyla uyuşan görüşlerinden emin olduğu zaman bunları hiç çekinmeden, emin bir şekilde hem özel alanlarda hem kamusal alanlarda rahat bir şekilde dile getirebilmektedir. Kişiler fikirlerinin azınlıkta olduklarını düşündükleri zaman daha dikkatli davranmaya özen gösterir veya suskunluk haline bürünmeyi tercih edebilirler. Bu davranışlara yönelmek durumunda olduğunu hisseden kişi toplum içerisinde daha zayıf bir izlenim bırakabilir. Bu süreç bu grubun gittikçe küçülerek eski yargılarına daha sıkı sarılan bir grup oluşturana kadar devam eder(Noelle-Neumann; 1996:234).

“Kuramın sınanması hayli karmaşıktır, çünkü dört ana varsayıma ve bunları birbirine bağlayan beşinci bir varsayıma dayanır. Bu dört varsayım şunlardır:

1. Toplum, genel uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlamakla tehdit eder.
2. Bireyler sürekli dışlanma korkusu içerisinde.

3. Bireyler dışlanma korkusundan ötürü sürekli kanaat ortamlarını gözlemleyip, değerlendirmeye çalışırlar.
4. Bu gözlemler sonucu edindiği izlenimler bireyin toplum içindeki davranışlarını, özellikle de görüşlerini ifade etme ya da saklama(konuşma ya da susma) konusunda etkiler.

Beşinci varsayım bu dört varsayımı birleştirir ve buradan kamuoyunun oluşumu, korunması ve değişimine dair çıkarımlarda bulunur”(Noelle-Neumann; 1996:234).

Dışlanma korkusuna sebep olan kavramlardan biri de sosyal anksiyete durumudur. Birey toplum içerisinde bulunduğu sosyal etkileşimlerde olumsuz değerlendirilme korkusu yaşayabilir ve bu durumda kişide kaygı bozukluğu belirtileri gözlemlenebilir. Sosyal anksiyetenin ortaya çıkmasındaki temel dayanak egodur. Birey toplumda beğenilmek ve iyi bir izlenim bırakabilmek motivasyonu ile kendisini ortaya koyabilmek adına birtakım etkileşimler gerçekleştirmektedir. Bu durumun başarısız olabilme ihtimali bireyde sosyal anksiyete denilen kaygı bozukluklarını ortaya çıkartmaktadır(Akın ve Akın, 2013: 50).

1.7.1. Asch Deneyi

Solomon Asch'in çalışması olan "Asch Deneyi" klasik bir sosyal psikoloji deneyi olarak önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada deneklerin, oybirliği ile alınan karara karşı oluşan sosyal baskı nedeniyle çoğunluğun aldığı karara uyum sağlama eğilimini gösterebilecekleri ortaya koyulmuştur. Asch bu araştırmasını McCarthyciliğin (antikomünizm) hala aktif olduğu 1950'li yıllarda göze batmayan, mütevazı öğrencilerle birlikte gerçekleştirmiştir. Araştırmanın ana sorunsalı ise toplumsal baskıların basit algısal görevlere yönelik bir etkisinin olduğunu saptamaya çalışmaktır(Larsen, 1974: 303).

Yapılan deneyde deneklere iki farklı kart verilmiştir. Bu iki farklı kartın birinde A,B,C harflerinin belirttiği birbirinde farklı uzunluğa sahip çubuklar varken diğer kartta ise X harfinin belirttiği tek bir çubuk bulunmaktadır. Bu deneye katılan deneklere sorulan soru ise X harfinin belirttiği çubuğun diğer kartta bulunan hangi harfin belirttiği çubuğa eşit olduğudur. Daha önceden bilgilendirilen deneklere B çubuğunun X çubuğuna denk olduğu söylenilirken tek başına kalan denneğin aslında C çubuğunun X çubuğuna denk olduğunu görüp anlamasına rağmen ne cevap vereceğini ortaya çıkartmak bu deneyin ana sorunsalıdır. Burada araştırılmak istenen konu ise tek başına kalan denneğin kendi fikrini

savunacağı mı yoksa geriye kalan çoğunluğa mı uyacağını saptamaya çalışmaktır(Çobanoğlu, 2007: 30).

Tek başına kalan denek geri kalan çoğunluğun eşit uzunlukta olduğunu iddia ettikleri iki çubuğun aynı olmadığını görmektedir. Deneğin çoğunluğun görüşüne katılmasının sebebi ise oldukça açıktır. Birey dışlanmaktan korktuğu için çoğunluğa uyma davranışı sergilemiştir(Noelle-Neumann; 1996:65).

1.8. Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı Teorisi

Alman siyaset bilimci Elisabeth Noelle-Neumann'ın geliştirdiği suskunluk sarmalı teorisi kitle medya araçlarının bireylerin tutumlarını nasıl etkilediği ve yine bireylerin toplum içerisinde neden dışlanma durumuyla karşı karşıya kaldığı üzerine detaylı analizler yapmaktadır. Bu araştırma çalışmasında yeni medya teknolojisi olan sosyal medya platformlarındaki söylemler ele alındığı için suskunluk sarmalı ve sosyal medya arasındaki ilişkinin incelenmesi gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarının aksine çift yönlü iletişim biçimine sahip olan sosyal medyada insanlar sürekli etkileşim halindedir. İnsanların ortak zevklerine göre etkileşime girdiği bireylerin de bulunduğu sanal grup olgusu meydana gelmiştir.

Suskunluk sarmalı teorisine göre kitle iletişim araçları genellikle toplumda çoğunluk tarafından benimsenmiş fikirleri kamuoyuna yansıtmaktadır. Azınlık fikirlere sahip bireylerin görüşleri kitlesel medyada hak ettiği ilgiyi her zaman göremeyebilir. Bu durumda azınlık fikirleri benimseyen bireylerde toplumdan dışlanma korkusu oluşabileceği için genele uyma veya suskunluğa bürünme halleri gerçekleşebilir. Diğer kişilere göre biraz daha cesur olarak addedebileceğimiz bazı bireyler toplumdan gelecek tepkilere aldırış etmeden kendi fikirlerini beyan edebilmektedir. Bazı bireylerin ise toplum içerisinde kendini açıklayabilme durumu çok daha zordur. Buradaki değişkenler ise, toplumdan dışlanma korkusu, psikolojik hal, sosyal anksiyete gibi farklı kavramlardır.

Sosyal medyanın kitlesel medyadan farklarından bazıları, ana akım medyada yer bulamayan sorunlar hakkında gündem oluşturulması ve azınlık fikirleri destekleyen bireylerin görüşlerini nispeten daha kolay bir şekilde ifade edebilecek platformlar olmasıdır. Sosyal medya insanların anonim veya gerçek profillerle her konu hakkında

seslerini duyurabildikleri bir sanal mecradır. Bu bilgilerden yola çıkarak, sosyal medya platformları suskunluk sarmalının kırılabileceği ortamlar olarak nitelendirmek mümkündür.



2. BÖLÜM: GELİŞEN İNTERNET VE SOSYAL MEYDANIN EVRİMİ

1969 yılında geliştirilen Arpanet ağı ile birlikte, günümüzde hayatımızın her alanında kullanmış olduğumuz internet kavramının ilk temelleri atılmıştır. İnternet sistemi ilerleyen yıllarla birlikte daha kişisel bir kullanım imkânı sunmuştur. Buna bağlı olarak farklı sosyal medya ağları geliştirilmiştir. Bu bölümde gelişen internet teknolojisi, gelişen web sistemlerinin farklılıkları ve gelişen sosyal medya ağları hakkında literatür taraması çalışması yapılmıştır.

2.1. İnternetin Doğuşu ve Web 1.0

1960'lı yılların başlarında ilk temelleri atılan internetin dayanağı A.B.D. Savunma Bakanlığı'na bağlı Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu'na (DARPA) dayanır. 1969 yılında yalnızca dört farklı üniversitedeki ana bilgisayarları birbirine entegre eden arpanetin icat edilmesi, 1991 yılında bugün kullandığımız www (world wide web) kavramının İsviçre'de Cern Enstitüsü'nde geliştirilmesine değin daha pek çok yöntemsel gelişmelere yoğunlaşan internetin geçmişi, 1993 tarihinden beri görsellere dayalı arayıcıların ortaya çıkmasıyla gelişmesini hızlandırmıştır. 1995 tarihinde ise servis sağlayıcısı olarak çok sayıda ticari girişimcinin pazara dâhil olmasıyla birlikte hayatımızda internet çağı dönemi başlamıştır(Kahraman, 2010: 17).

1990'lı yıllarda internet altyapı sisteminin gelişmesiyle birlikte insanlar bu teknolojiyi evlerinde de kullanmaya başlamıştır. Geleneksel medyanın aksine tek yönlü iletişimi ortadan kaldıran internet sistemi kullanıcılarına bir etkileşim imkânı sağlamıştır. İnternet kullanıcıları bu şekilde, aramak ve görmek istediği konuları veya içeriklere istedikleri zaman erişim sağlamışlardır. İnternet sisteminin ucuz bir şekilde dağıtımının gerçekleştirilmesi, herhangi bir kısıtlamasının olmaması ve belli kişilerin tekelinde bulunmaması bu teknolojiyi dünya çapında milyarlarca kişi tarafından kullanılabilir hale getirmiştir(Şeker, 2005: 66-67).

Gelişen bilgi teknolojileriyle birlikte günümüzde kullandığımız internet sitelerinin temeli 1989 yılında Tim-Bertens Lee tarafından atılmış ve Web 1.0 teknolojisi geliştirilmiştir. Web 1.0 teknolojisine sahip internet sitelerinde herhangi bir etkileşimin bulunması mümkün değildir. Bu siteler sadece okumak ve bilgi edinmek için ziyaret edilmekteydi.

İnternet kullanıcıları bu sitelerde herhangi bir paylaşım yapamaz, yorum ekleyemez ve yine yer alan bilgileri değiştiremezlerdi. Dinamik bir yapıya sahip olmayan bu web sitelerinde tek yönlü bir iletişim modeli hâkimdir. Web sitesinin yöneticisinin eklemiş olduğu bilgiler, farklı kişiler tarafından güncellemediği için tek taraflı bir bilgi akışı hâkimdir. Web 1.0 teknolojisine sahip internet sitelerinde herhangi bir etkileşim özelliği olmadığı için internet kullanıcıları bu sitelere katkı yapamazlar ve sadece okuyucu konumundadırlar. Çoklu kullanıma izin veren web 1.0 siteleri kullanmış olduğumuz ansiklopedilerin bir sanal mecraya yansımaları olarak kabul edilir(Koçyiğit, 2015: 17-18).

2.2. Yeni Medya Olgusu

20. yüzyılın son dönemlerine doğru artarak devam eden dijitalleşme süreci geleneksel medya alanını da büyük bir şekilde etkilemiş ve birtakım değişiklikler yaşanmıştır. Geleneksel medyanın antitezi olarak değerlendirebileceğimiz yeni medya teknolojilerinin temelleri bu dönemde atılmıştır. Yeni medya, toplum ve birey fark etmeksizin bütün kişilerin içerik üretebildikleri, fikirlerini paylaşabildikleri bir medya biçimidir. Yeni medya, bilgisayar, cep telefonu, dijital kayıt cihazı, dijital fotoğraf makinesi gibi internet altyapısına entegre bir şekilde çalışan cihazlarla ayrılmaz bir bütün halinde çalışmaktadır. Bu cihazların daha yaygın bir şekilde kullanılması da birtakım yeni dijital iletişim biçimlerinin doğmasına sebep olmuştur. Veri depolaması ve arşivlemesi dijital bir dönüşüme uğramış ve internet üzerinden bilgilere erişim daha kolay hale gelmiş, analog cihazlardan dinlediğimiz ses kayıtları ve müzik dosyaları mp3, wav gibi dijital ses dosyalarına dönüşmüş, filmli yapılan fotoğrafçılık yerini yüksek oranda dijital fotoğrafçılığa bırakmış ve internet tabanlı yayın izleme dönemine giriş yapılmıştır. Yeni medya sürecinin başlamış olmasıyla birlikte internet altyapı hizmetleri bireyler tarafından daha kolay ve daha ucuz bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Yeni medyanın getirmiş olduğu en büyük farklılık ise internet sistemini dünya çapında vazgeçilemez bir iletişim platformu haline getirmesidir(Laughey, 2010: 158).

“Rogers’a göre yeni medyanın üç temel özelliği vardır;

- a) Etkileşim: İletişim sürecinde etkileşimin varlığı gereklidir.
- b) Kitlesizleştirme: Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir.

- c) Eşzamansız: Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırırlar”(Geray, 2003: 18-19).

Bu temel dinamikler ele alınarak oluşturulan birçok internet sitesi ve platformu oluşturulmuştur. Bu siteler zaman içerisinde dünya çapında popüler olan sanal iletişim ağları haline geldi ve kısa süre içerisinde sosyal medya platformları meydana geldi.

2.3. Web 2.0 ve Etkileşim Çağı

Web 2.0 terminolojisi ilk kez 2004 yılında Tim O'Reilly tarafından kullanılmıştır. Bu ifade ikinci nesil internet hizmetlerini tanımlamak için kullanılmıştır. Tim O'Reilly'e göre Web 2.0'ın tanımı şudur “Web 2.0 bilgisayar endüstrisinde internetin bir düzlem olarak ilerlemesiyle bir işletme devrimi ve bu düzlemin kurallarını başarı için anlamaya çalışmaktır. Bu kurallar arasında başlıcası şudur: Ağ etkilerini daha çok insanın kullanabilmesi için programlar kurmak”(O'Reilly, 2006).

Web 1.0'ın statik tabanlı internet hizmetlerine karşı olarak Web 2.0 internet teknolojileri, kullanıcı tabanlı altyapıya sahip dinamik bir donanımdadır. Web 2.0 tabanlı internet sitelerinde bütün internet kullanıcıları artık sadece pasif bir tüketici konumunda değil, aktif bir durumunda olan içerik üreticisi sıfatına nail olmuştur. İnternet kullanıcıları belli bir konu hakkındaki düşüncelerini, belli bir konu hakkındaki içeriklerini kendilerinin belirledikleri hedef kitle doğrultusunda paylaşımlar yaparak sanal mecralarda etkileşime girmeye başlamışlardır. Kullanıcılar oluşturmuş oldukları profillerle birlikte dünyanın herhangi bir noktasında bulunan çevrimiçi kullanıcılarla iletişim haline geçmiştir ve bu şekilde sanal arkadaşlık ifadesi ortaya çıkmıştır. Bu şekilde sosyal medya sitelerinin dinamiklerini oluşturacak olan ilk noktalar belli olmuştur(Güçdemir, 2017: 8).

Web 2.0 teknolojisi çevrimiçi internet kullanıcılarının katılımcı ve üretici olmaya başladığı bir dönemdir. 1998 yılından Bruce Ableson ve Susan Ableson tarafından kurulan “Open Diary” adlı internet sitesi erken dönemli bir sosyal ağ platformu olarak tarihe geçmiştir. Open Diary, çevrimiçi internet kullanıcılarını bir araya getiren sanal platformdur. “Weblog” kavramı ilk kez bu platformun kurulmasıyla birlikte ifade edilmiştir. Kullanıcılar bu platform üzerinden istedikleri konular hakkında dijital bir günlük tutmaya başlamışlar ve bu veriler açık birer kaynak özelliği taşımaktadır. Bu platformda kullanıcılar birbirlerinin yazdıkları içerikleri görebilmekle birlikte bu

içeriklere yorum yapabilmektelerdi. İnternet teknolojisinin gelişen ağ bağlantıları nedeniyle daha ucuz bir hale gelmesi ve Open Diary platformunun insanlar arasından popüler olmasıyla birlikte sosyal medya gelişmeye başlamış ve Facebook, MySpace gibi birçok yeni platformun ortaya çıkması gerçekleşmiştir(M.Kaplan ve Haenlein, 2010: 60-61).

Open Diary platformunun popüler olmasıyla birlikte blog siteleri dünya çapında yayılım göstermeye başlamıştır. Böylelikle web 2.0 tabanlı dinamik internet sitelerinin sayıları artmaya başlamıştır. İnternetin yazılımsal diline hâkim olmayan kişiler bile kendi web sitelerini oluşturmuş ve bununla birlikte internetin kişiselleşmesi konusunda elle tutulur ilk örnekler ortaya çıkmıştır(Demirli ve Kütük, 2010: 99).

Web 2.0 teknolojisiyle birlikte kullanıcılar, internet sitelerinde ve sosyal ağlarda paylaşılan bir olayın merkezinde yer almaya başlamışlardır. Kullanıcılar internet sitelerinde görmüş olduğu bir haberi sadece okumakla kalmayıp bu enformasyona yorum yapabilir hale gelmiştir. Kullanıcılar görmüş oldukları habere katılıp katılmadıklarını bildiren birçok fonksiyonu kullanabilir hale gelmiştir. Hatalı buldukları konuları düzeltmeye giden birçok kullanıcı adeta bağımsız gazeteci konumunda interneti kullanmaya başlamıştır. Bu durum enformasyon ve iletişimle olan ilişkimizi değiştirmiş ve çığır açıcı bir devrim meydana getirmiştir(Yılmaz, 2011: 345).

Web 2.0 teknolojisini kamuoyuna en çok duyuran mekanizma sosyal medya ağları olmuştur. Tez çalışmasının bu bölümünde sosyal medya ağları hakkında farklı kaynaklardan literatür taraması yapılmıştır.

2.4. Sosyal Medya Kavramı

Gelişen internet teknolojileriyle birlikte birçok farklı yeni trend ortaya çıkmıştır. Zaman ve mekân sınırı olmadan, paylaşımın ve etkileşimin esas alındığı platformlar sosyal medya olarak tanımlanmıştır. Bu platformlarda kullanıcılar, fotoğraf, video ve metin gibi birbirinden farklı multimedia öğelerini paylaşarak etkileşimde bulunmaya başlamıştır. Kullanıcılar arasında adeta viral etkisi göstererek büyüyen bu platformlar dünya çapında oldukça meşhur hale gelmiştir. Kullanıcıların bu platformlar aracılığıyla diyalog kurmaya başlamaları, sanal arkadaşlık kavramını doğurmuştur. Geçmiş tecrübelerini bu platformlarda paylaşan insanlar benzer tecrübeleri yaşayan kişilerle etkileşime geçebilme

şansı bulmuştur. Buna müteakip olarak zaman ve mekâna dayalı olmadan, dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insanlar, belli bir konu çerçevesinde sanal toplumsal gruplar oluşturmaya başlamışlardır(Vural ve Bat, 2010: 3351).

Sosyal medya en basit haliyle, kullanıcılara çevrimiçi bir profil veya kişisel bir web sayfası oluşturmaya izin vermiştir ve bununla birlikte kullanıcılara adeta şahsi internet sitelerini oluşturma imkanı sağlamıştır. Kullanıcılar profillerine, cinsiyet, doğum tarihi, siyasi görüş ve hobileri hakkında bilgiler vererek bir nevi kendi kişiselleştirilmiş internet platformlarını oluşturmaya başlamışlardır. Buradaki amaç ise insanların direkt olarak yabancı kişilerle iletişime geçmeden kendi varlıklarını ispatlama güdüsünü besleyecek bir davranış şeklini ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformları insanları görünür olma şansını sağlamakla birlikte farklı insanları birbirine bağlayan bir iletişim modeli ortaya koymaktadır(Çelik, 2014: 30).

Web 2.0 tabanlı internet iletişim sistemi olan sosyal medya, kullanıcıların sohbet etmesine, enformasyon paylaşmasına, eğlenceli vakit geçirmesine ve içerik oluşturmaya olanak tanımaktadır. Sosyal medya ortamlarının, blog, mikroblog, sosyal ağ platformu, fotoğraf paylaşım sitesi, video paylaşım sitesi, podcast, rss, widget ve anlık mesajlaşma dâhil birçok farklı şekli vardır. Sosyal medya, bilgi paylaşmak ve varlığını kanıtlamaya çalışan sınırsız sayıda insanın birbirleriyle iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya, internet üzerinden farklı multimedya materyallerinin ve enformasyonların, sanal topluluklarda paylaşıldığı, yüksek etkileşimin bulunduğu sanal platformdur. Kullanıcılar, benzer ilgi alanlarına sahip olduk kişilerle sosyal medya platformlarında etkileşime geçip, normal hayatlarında da ilişkiler kurmaya başlamıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte insanlar farklı yaşam tarzlarından ve farklı kültürlerden de haberdar olmaya başlamıştır. Kullanıcılar, akrabalarından, arkadaşlarından ve çevresinde yer alan diğer yakınlarından haberdar olmak için sosyal medya platformlarını oldukça yoğun bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Değişen ağ teknolojileriyle birlikte daha hızlı internet hizmetlerinin daha ucuz bir şekilde kullanılabilir olması ve mobil internetin de yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte elektronik cihazlarda da bir devrim yaşanmıştır. Kullanıcıların kullanmış olduğu, cep telefonu, dizüstü bilgisayar ve tablet bilgisayar büyük bir değişime uğramıştır. Kullanıcılar zaman ve mekân sınırı olmadan, bu cihazlarından sosyal medyayı kullanmaya başlamıştır(W.Akram ve R.Kumar, 2018: 347).

Sosyal medya platformlarının kullanımı sadece bilgi edinmek, eğlenceli zaman geçirmek veya kişilerin aidiyet hissini tatmin etmesi değildir. Sosyal medya kullanıcıları yardıma ihtiyaç duydukları konu hakkında birçok farklı kişiden yardım talep edebilir ve sorunları hakkında birçok çözüm yolu bulabilirler. Sosyal medya kullanıcıları, ortak bir amaç uğruna işbirliği yapma niyetine de sahip olabilirler. Kullanıcılar bu şekilde toplumda eksikliğini gördüğü konular hakkında gerekli bilgileri içeren paylaşımlar yapabilir ve bu paylaşımları çok sayıda kişinin görmesini sağlayabilirler. İnsanlar buna benzer davranışlar gösterdiğinde sosyal bilinç kavramını sosyal medya platformlarında da göstermiş olurlar(Elciyar ve Küçük, 2020: 200).

Sosyal medyayı daha iyi anlamak için tarihsel gelişimi ve özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Tez çalışmasının bu aşamasında sosyal medyanın gelişimiyle ilgili farklı kaynaklardan literatür taraması yapılmıştır.

2.4.1. Sosyal Medyanın Gelişimi

Sosyal medyanın günümüzdeki kullanım halini alabilmesi için birçok farklı gelişme yaşanmıştır. Özellikle internet altyapısının değişmesi, internetin kullanım şeklinde ve kullanım amacıyla yaşanan değişiklikler sosyal medyanın güncel şeklini almasını sağlamıştır. Bilgisayarın kişiselleşmesiyle başlayan süreç internet teknolojisinin dağıtımına başlanması, kişiselleşmesi ve ucuzlamasıyla birlikte birçok farklı platformun açılmasına önayak olmuştur. İnternet teknolojisinin geliştirilmesi 1960’li yıllardan itibaren başlamıştır. Fakat internet bu dönemde sadece devletlerin savunma bakanlıkları tarafından kullanılan bir güvenlik ağıydı. 1990 yılında Tim Bertens Lee tarafından WordWideWeb’in bulunmasıyla birlikte internetin kişiselleşmesi konusunda büyük bir adım atılmış ve Web 1.0 döneminde yer alan etkileşimsiz internet platformları doğmuştur. Web 2.0 dönemiyle ortaya çıkan etkileşimli internet siteleriyle birlikte birçok sosyal medya platformu doğmuştur.

Tom Truscott ve Jim Ellis tarafından 1980 yılında kurulan Usenet, tarihin ilk bilgisayar ağ iletişim sistemlerinden biridir. Usenet topluluğu başta sadece Arpanet postalarını okuyabiliyordu fakat bu postalar üzerinden herhangi bir değişim yapamıyordu. Usenet kullanıcıları Arpanet posta listeleri aracılığıyla yürütülen tartışma gruplarının paylaşımlarını görebilirlerdi. Kullanıcılar aynı zamanda haber gruplarının paylaşılmış olduğu mesajları ve makaleleri görebilirlerdi fakat burada herhangi bir etkileşim söz

konusu değildir. Tek yönlü bir iletişim söz konusu olsa dahi Usenet, erken sosyal medya tarihi için oldukça önemli bir yere sahiptir(Çalışkan ve Mencik, 2015: 256).

Sosyal medya, fotoğraf ve video gibi multimedya materyallerinin paylaşıldığı, farklı alanlarda araştırmalar yapıp enformasyonlara erişildiği, kullanıcıların birbirlerine arkadaşlık isteği göndererek arkadaş listeleri oluşturduğu ve anlık mesajlaşmanın mümkün olduğu ortamlardır. 1996 yılında kurulan ilk anlık mesajlaşma uygulamalarından biri olan ICQ, geniş bir kullanıcı pazarına erişen, metin tabanlı ortamların ilk örneklerinden birisidir. Çok kullanıcıli sohbet ve dosya paylaşımına izin veren ICQ platformu aynı zamanda aranabilir kullanıcı özelliğini de bulundurmaktadır. 2001 yılında 100 milyon kayıtlı kullanıcıya sahip olan ICQ platformunun kullanıcıları, günümüzde sms ve anlık mesajlaşma uygulamalarında kullanılan yazışma dili jargonunun oluşmasında büyük paya sahiptir. ICQ platformu kullanıcıları mesajlaşma esnasında, TY(Thank you), NP(No Problem) gibi kısaltmalar yaparak sosyal medya jargonuna katkı sağlamıştır(Petronzio, 2012).

Günümüzde kullandığımız sosyal medya platformlarının babası olarak adlandırılan SixDegrees web sitesi 1997 yılında kurulmuştur. Günümüzdeki sosyal medya platformlarında kullanılan ‘‘sosyal çevre ağ platformu’’ özelliğini ilk kullanan sitelerden biri olan SixDegrees web sitesine milyonlarca kullanıcı kayıt olmuştur. Sitenin amacı, üyelerin okul bağlantılarını ekleyerek arkadaş çevrelerini bulması ve farklı kişilerle sanal sohbet aracılığıyla etkileşime geçmesini sağlamaktır. Fakat 90’lı yılların sonlarında çevrimiçi internet ağına sahip olan kişi sayısının az olması ve kullanıcıların sanal mecralar üzerinden farklı kişilerle konuşmaya sıcak bakmaması ve bu kişilerin arkadaşlık isteklerini yanıtlama konusunda da çekimser kalması nedeniyle SixDegrees web sitesi, gelecekteki türdeşi Facebook kadar büyümemiş ve zamanının ötesinden bir proje olarak sosyal medya tarihinde büyük bir öneme sahip olmuştur(Ngak, 2011).

İnternet altyapı hizmetlerinin gelişmesiyle birlikte daha hızlı internet servisi alan kullanıcıların sosyal medya ortamlarında geçirdiği vakit artmıştır. Bununla birlikte sosyal medya ortamları daha popüler hale gelmiştir. Özellikle 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook platformu, sosyal medya dinamiklerini tamamen değiştirerek bir devrim gerçekleştirmiştir. Başta sadece Harvard öğrencilerinin birbirleriyle etkileşime geçebildikleri Facebook platformu çok kısa süre içerisinde dünya

apında popüler olmuştur ve günümüzde en değerli işletmelerden biri olarak yer almaktadır(History, 2019).

Sosyal medya dinamiklerini anlamak için sosyal medya araçlarını ve ortamlarını incelemek gerekmektedir. Tez çalışmasının bu aşamasında sosyal medya araçları ve ortamları farklı kaynaklardan literatür taraması yapılmıştır.

2.5. Sosyal Medya Araçları

Web 2.0 tabanlı internet teknolojisinin ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte sanal mecralarda etkileşim gerçekleşmeye başlamıştır. İnternette gözlemlenen en büyük etkileşim oranı sosyal medya platformlarında gerçekleşmektedir. Sosyal medya ortamları kullandış biçimlerine göre farklılıklar gösterir ve birden fazla araca sahiptir. Bu araçlar, blog, mikroblog, podcast, viki, forum siteleri, katılımcı sözlükler, içerik paylaşım siteleri ve sosyal ağlar olarak değerlendirilebilir.

2.5.1. Blog

Kullanıcıların herhangi bir teknik beceriye ve bilgiye sahip olmadan kullandıkları sanal gnlklerdir. İngilizce’de “weblog” kelimesinin kısaltılmasıyla ortaya çıkan blog kavramı, web günlüğü, sanal günlük manalarına gelmektedir. Günlük kavramının kişiye özel bir olgu olması nedeniyle bloglar internetin kişiselleştirdiği ilk sosyal medya araçlarından biridir. Aynı zamanda blogların gelişimi Web 2.0’ın gelişmesiyle paralellik gösterir. Kullanıcıların yazmış olduğu metinler ve paylaşmış olduğu görsellere farklı kullanıcılar erişebilir ve yorum yapabilmektedir. Bu durum erken sosyal medya dönemi etkileşiminin en önemli özelliğidir. Kişiselleştirilmiş internet sayfaları açısından dönüm noktası olan blogların birçok farklı türü bulunmaktadır. Kullanıcıların kendi içeriklerini üretmeye başlamasıyla birlikte kendi hayatları hakkında paylaşım yapması paralellik göstermektedir. Kullanıcılar gezdiiği yerleri, yaptığı yemekleri, öğrenmiş olduğu yeni becerileri veya genel olarak hayatları hakkında birçok şeyi kendi kişisel bloglarında yazmaya başlamıştır ve durum okuyucular tarafından da oldukça merak uyandırıcı bulunmuştur. Bireysel blogların yanı sıra, reklamcılık, pazarlama, halkla ilişkiler faaliyetleri amacıyla kurulan kurumsal bloglar da vardır(Alıkılı ve Onat, 2007: 903-905).

2.5.2. Mikroblog

Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların pasif konumdan üretici bir konuma geçmesiyle beraber mikroblog kavramı doğmuştur. Kullanıcılar tıpkı blog sayfalarında olduğu gibi diledikleri konu hakkında herhangi bir teknik donanım veya beceriye sahip olmadan serbest bir şekilde içeriklerini yazabilmektedir. Mikroblog platformlarının bloglardan farkı ise yazılan içeriğin karakter sınırlaması olmasıdır. Mikroblog platformları açısından dünya çapında en önemli etkileşim alanı Twitter mecrasıdır. Twitter’da paylaşılan bir iletide 280 karakter sınırlaması vardır. Bu sınırlama ise mikroblog ortamlarının en belirgin özelliğidir. Ayrıca mikrobloglarda paylaşılan içeriğin anlık ve kısa olması, dünyadaki gelişimlere hızlı bir şekilde ayak uydurabilmek açısından çok değerlidir. Mikroblog kullanımları genellikle mobil cihazlar üzerinden yapılmaktadır(Cingiz ve Diri, 2012: 1-5).

2.5.3. Podcast

Seri halindeki dijital ses dosyalarının internet aracılığıyla mobil cihazlar ve bilgisayarlara indirilmesine imkân tanıyan Podcast kavramı, günümüzde en çok kullanılan sosyal medya araçlarından biridir. 2000’li yıllarda iPod kelimesindeki ‘Pod’ ve broadcast(yayın) kelimesindeki ‘Cast’ bölümlerinin birleştirilmesiyle türetilen Podcast başlarda sadece iPod kullanıcıları için geliştirilmiş olan bir sosyal medya aracıydı. Bu araç günümüzde gerekli internet ve yazılımsal donanıma sahip olan bütün mobil cihazlar ve bilgisayarlar üzerinden kullanılabilir. Üretici kullanıcıların oluşturmuş olduğu dinletileri belli bir zaman aralığına yayarak yayınladığı Podcast ortamı sosyal medya özelliği olan etkileşimli dijital radyo olarak değerlendirilebilir. RSS protokolüyle yayınlanan seri ses dosyalarının içeriği, üretici kullanıcı tarafından seçilmekle birlikte herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır. Bu yüzden podcast’in eğitici bir yanı bulunmaktadır(Güzel, 2020: 100).

2.5.4. Viki

Viki, kullanıcıların web tarayıcıları üzerinden yeni sayfalar oluşturmaya izin veren ve bu sayfalarda düzenleme yapılabilen bir sosyal medya aracıdır. Viki, Hawaii dilinde hızlı anlamına gelen “wikiwiki” kelimesinden türetilmiştir. Kullanıcıların basit bir şekilde sayfa oluşturabilmesi, kolayca bu sayfalardaki bilgilere ulaşp aynı zamanda bu bilgileri

güncellemesi wiki isminin karşılığını vermektedir. Wiki sayfalarına erişen kullanıcılar çok kısa süre içerisinde çok geniş dokümanlara erişebilme şansına sahiptir. Bilgisayar sisteminde bulunan diff özelliğiyle birlikte, kullanıcılar sayfaların bir önceki sürümünü görebilmektedir. İlk wiki sayfası olarak değerlendirilen “WikiWikiWeb” 1994 yılında Ward Cunningham tarafından kurulmuştur. Yapı itibarıyla blog sayfalarına benzeyen wiki sayfaları, bloglar gibi tek yazarları bir sisteme sahip değildir. Bloglarda tek bir yazarın paylaşmış olduğu içeriğe sadece yorum yapabilen veya mesaj gönderebilen kullanıcılar wiki sayfalarındaki bilgileri tamamen değiştirme yetkisine sahiptir. Wiki sayfaları sadece yazılı metinlerin bulunduğu bir platform olmamakla birlikte, video, fotoğraf ve ses dosyaları dâhil farklı multimedya dosyalarının yüklenebileceği bir ortamdır(Aytekin, 2011: 9).

2.5.5. Forum Siteleri

Forum siteleri kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin yayınlandığı bir web uygulamasıdır. Latince bir sözcük olan “forum” insan topluluklarını tanımlamak için kullanılır. Belirli toplulukların yer aldığı forum siteleri genel olarak tartışma panoları, mesaj panoları, tartışma grupları ve bülten panolarından oluşmaktadır. 1980 yılında kurulan “Usenet” platformundaki haber panoları forum sitesi özelliğini taşımaktadır. Forum sitelerini kullanmak için ağ etiği (küfür, müstehcen içerik ve kötüye kullanım yasaktır) kurallarına uymak gerekmektedir. Forum sitelerinde gönderilen mesajları kronolojik olarak görüntüleme seçeneği bulunmakla birlikte forum için sayfalar gerekli anahtar kelimelerle birlikte arama yapılabilir. Forum sitelerinde oluşturulan başlıklarda alt başlıklar oluşturulabilir ve bu şekilde bu sayfalar daha girift bir hale getirilebilir. Etkileşim oranının çok yüksek olduğu forum sitelerinde kullanıcıların içeriğe vermiş olduğu katkı ve sayfalarda geçirmiş olduğu zamana göre birtakım rütbeleri oluşur ve bununla birlikte site içerisinde farklı yetkilere sahip olmuş olurlar(Morzy, 2013: 1-2).

2.5.6. Katılımcı Sözlükler

Esin kaynağı günlük hayatta kullandığımız dil sözlükleri olan katılımcı sözlükler, platforma üye yazarların belli konular hakkındaki fikirlerini paylaştıkları yüksek etkileşimli bir internet ortamıdır. Klasik sözlüklerde yer alan bilimsel anlatımında kısmen yer aldığı katılımcı sözlüklerde üye yazarlar, herhangi bir sınırlama olmaksızın istedikleri

konu hakkında başlıklar açabilir, bu konu hakkında bilimsel bilgi verebilir ve konuyla ilgili düşüncelerini ve deneyimlerini de yazabilir. Açılan bu başlıklara diğer yazarlar da katkı sağlayarak belli kurallar çerçevesinde “entry” adı verilen girişler yazabilir. Ansiklopedik sözlüklerden farklı olarak katılımcı sözlük üyeleri “nickname” yani kullanıcı adıyla yazar statüsüne kabul edildikten sonra istediği başlığı açabilir veya istediği başlığa entry yazabilir. Yazarların belirlemiş oldukları kullanıcı adı ile yazdıkları entry’ler objektif olmaktan uzak olabilir. Yazarlar gerçek kimliklerini belirlemek zorunda olmadıkları için farklı yazarların oluşturdukları başlıklara saldırgan tavırlar içeren enty’ler girebilir veya bu yazarlar direkt olarak tehditkâr mesajlar atma durumu gerçekleştirebilir. Gerçek hayattaki sınırlamaların olmadığı bu platformlar bazı tehditkâr kişiler tarafından kötüye kullanılabilir(Ürgüner, 2019: 2884-2887).

Farklı türleri bulunan katılımcı sözlükler, genel, tematik ve üniversite sözlükleri olarak ayırım gösterebilir. 1999 yılında kurulan Ekşi Sözlük ilk katılımcı sözlük unvanına sahiptir.

2.5.7. Multimedya Platformları

Kullanıcılar multimedya platformlarında, video, fotoğraf, müzik ve ses dosyalarını paylaşabilir. Sosyal medya araçları açısından oldukça önemli bir yere sahip olan multimedya platformları kullanıcılar tarafından en çok zaman geçirilen internet ortamlarından bazılarını barındırır. Multimedya dosyaları paylaşılan bu platformlarda kullanıcıların kendilerine ait veya farklı konsepte ait fotoğrafları, videoları ve ses dosyalarını üye oldukları web siteler üzerinden veya uygulamalar üzerinden paylaşabilir. Kullanıcılar bu dosyaların paylaşımlarını bilgisayar üzerinden veya mobil uygulamaları destekleyen cep telefonlarından ve tablet bilgisayarlarından yapabilir.

2.5.8. Sosyal Ağlar

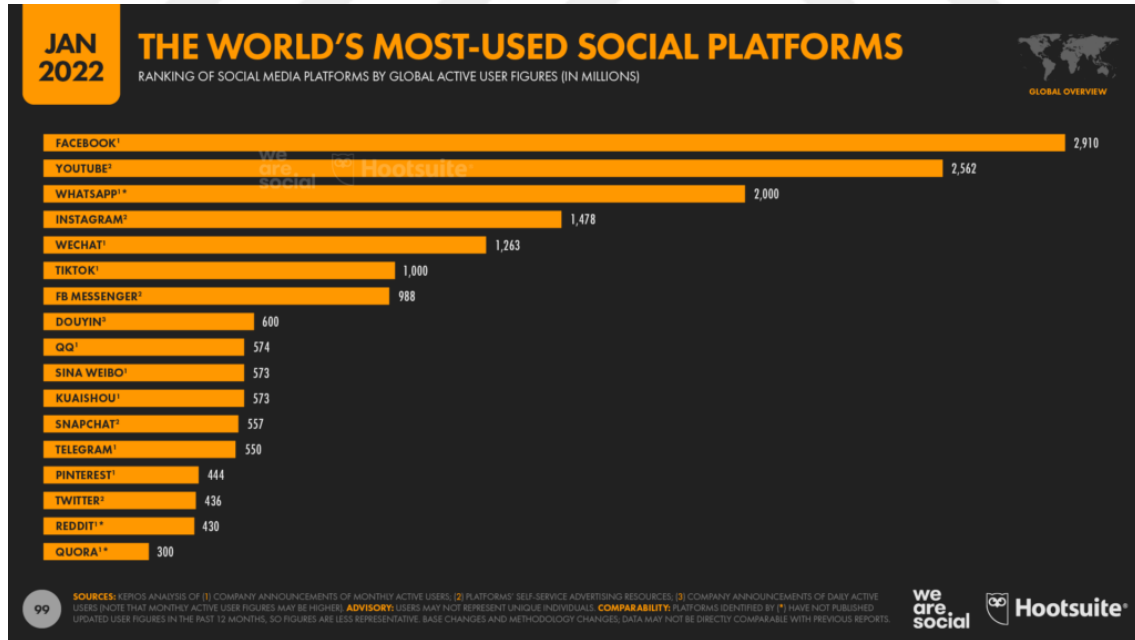
Sosyal ağlar web 2.0 yazılımlı internet teknolojisiyle birlikte çevrimiçi kullanıcıların bir araya gelmesi sonucu çeşitli enformasyon değiş tokuşunun yapılması, kullanıcılar arası iletişim kurma, yüksek etkileşimle birlikte fotoğraf, video, metin, ses dosyası ve müzik gibi multimedya öğelerini tek tek veya farklı kombinasyonlarla paylaşım olanağı tanıyan mecralardır. Sosyal ağlar, yeni içerik üretme, mevcut içeriğin gözden geçirilmesi veya revize edilmesi, markaları, hizmetleri, ürünleri değerlendirmek, ilgi alanları, geçmiş

deneyimler, uzmanlık alanları ve genel anlamda her şeyin paylaşılıp, dağıtılabildiği dijital kanallardır(Ryan ve Jones, 2009: 152-153).

Yer ve zaman sınırlaması olmadan dünya çapındaki yüz milyonlarca çevrimiçi kullanıcının iletişimde olmasını sağlayan sosyal ağlar, iletişim kanallarına ve biçimlerine yeni bir soluk getirmiştir. Sosyal ağlar Facebook, MySpace, Friendster gibi iletişim ve arkadaşlık ağlarının ön plana çıktığı platformları, YouTube ve Flickr gibi yaratıcı multimedya çalışmalarının paylaşıldığı platformları, Wikipedia gibi çevrimiçi bilgi paylaşma platformlarını, Twitter gibi mikroblog uygulamalarının hepsini kapsar(Chu ve Kim, 2011: 48).

2.6. Sosyal Medya Platformları

Tez çalışmasının bu bölümünde sosyal medya araçlarının farklı özelliklerini kullanarak hizmet veren sosyal medya platformları incelenmiştir. We are social sitesinin Ocak 2022 tarihinde yayınladığı dijital rapora göre en çok aktif üyeye sahip olan sosyal medya platformları belirlenmiştir. Tezin bu bölümünde bu listede yer alan ve yer almayan sosyal medya platformlarına yer verilmiştir.



Şekil 1: Dünya Çapında En Çok Aktif Kullanıcıya Sahip Sosyal Medya Platformları

Kaynak: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

Erişim Tarihi: 07.11.2022

2.6.1. Facebook

2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrenci Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook platformu başlarda kapalı bir yapıya sahip olarak sadece Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında kullanılabilen bir sosyal medya platformuydu. Platformun ilk kurulduğu dönemlerde üye olabilmek için kullanıcıların 18 yaşından büyük olması ve harvard.edu ile biten e-mail adreslerinin olması gerekmekteydi. Kullanıcılar kendi gerçek kişisel bilgilerini girerek bir profil oluşturabilir ve hatta kendileri, sevdikleri bir konu veya birey için de sayfa açabilirlerdi. Facebook platformu diğer üniversite öğrencilerinin davet sistemiyle kabul edilmesiyle birlikte dışı açılım politikası göstermeye başlamıştır. 2005 yılından itibaren lise öğrencilerinin de bu platforma üye olmaya başlamasıyla birlikte Facebook kısa sürede 6 milyon üyeye sahip olmuştur(Brügger, 2015: 1).

Gün geçtikçe büyüyen, kendini güncel tutan, öncülleri aksine zamanın ruhunu her zaman yakalayabilen Facebook platformu bugün dünya çapında hala en yaygın ve en çok bilinen sosyal medya uygulamalarından biridir. Mark Zuckerberg 2021 yılında “Dünyayı birbirine yakınlaştıran” misyonunun yer aldığı açıklamada,

“İnsanlara topluluk oluşturma ve dünyayı birbirine daha da yakınlaştırma gücü verin. Bu, bunu kendi başımıza yapamayacağımızı, sadece insanları topluluklar oluşturmaları ve insanları bir araya getirmeleri için yetkilendirerek yapabileceğimizi gösteriyor. Hayatlarımız birbirine bağlı. Gelecek nesilde, ancak birlikte üstesinden gelebileceğimiz en büyük fırsatlarımız ve zorluklarımız - yoksulluğu sona erdirmek, hastalıkları tedavi etmek, iklim değişikliğini durdurmak, özgürlük ve hoşgörüyü yaymak, terörü durdurmak. Hiçbir grup, hatta ülke bunu tek başına yapamaz. İnsanların bu büyük anlamlı çabaları üstlenmek için bir araya geldiği bir dünya inşa etmeliyiz.”

ifadelerini kullanarak Facebook’un sadece sosyal medya olmadığını, insanlığa karşı sorumluluğu bulunan bir şirket olduğunu ortaya koymaya çalışmıştır(Zuckherberg, 2021).

Neredeyse bütün sosyal medya araçlarını kullanma imkânı sağlayan Facebook’ta kurulan profillerle birlikte kullanıcılar birbirlerine arkadaşlık isteği gönderebilir, güncel olarak Facebook Messenger uygulaması ile mesaj gönderebilirler. Kullanıcılar aynı zamanda beğendiği filmleri, müzikleri, dizileri, kitapları, sanatçıları duvarına ekleyerek kendileri hakkında sanal mecralarda varoluş güdüsünü de gerçekleştirmiş olur. Kullanıcılar

Facebook, üzerinden fotoğraf ve videolar paylaşabilir, bu paylaşımlarda birbirlerini etiketleyebilir ve durum güncellemeleri yazarak adeta kendi kişiselleştirdikleri bir mikroblog veya kişisel web sitesine sahip olabilirler.

2.6.2. YouTube

YouTube 2005 yılında çevrimiçi bankacılık uygulaması olan PayPal çalışanları Jawed Karim, Steve Chen ve Chad Hurley tarafından kurulmuştur. YouTube platformu çevrimiçi video yükleme ve izleme ortamları açısından bir ilk olmamasına rağmen öncülleri ve daha sonra kurulan birçok platformdan daha başarılı olmuş ve günümüzde dünya çapında en çok tercih edilen sosyal medya ortamları arasında yer almaktadır. Başlarda sadece kayıtlı kullanıcıların video yüklemesine, video beğenmesine, yorum yapmasına ve bu videoları paylaşmasına izin veren YouTube, sosyal ağ özelliklerini de bünyesine eklemiştir(Soukup, 2014: 3).

Ücretsiz bir şekilde herkese açık olan YouTube platformu gelişme döneminde “Broadcast yourself” mottosuyla kullanıcılarına kendilerini yayınlama fırsatı sunarak sosyal ağ özelliğini devreye sokmuştur. 2006 yılında Google şirketi tarafından satın alınan YouTube platformu, “herkese ses, onlara dünyaya göstermek” güncel misyonuyla kullanıcılarına kendi içeriklerini yaratma şansı doğurmuştur. Kullanıcıların herhangi bir sınırlama olmadan çektikleri video bloglar izleyiciler tarafından da büyük ilgiyle izlenmeye başlamıştır ve bununla birlikte “Youtuber” kavramı ortaya çıkmıştır. Gelişen mobil uygulamalar ve kamera teknolojileriyle birlikte kullanıcıların youtuber olabilmek için sadece internet bağlantısı ve kameraya ihtiyaçları vardır. Evrimleşen YouTube reklam uygulamalarıyla birlikte kullanıcılar ürettikleri içerikler sayesinde para kazanmaya başlamıştır. Öyle ki, YouTube platformunda başarılı olan içerik üreticileri birçok ücretli sponsorluk anlaşması kazanmakla birlikte içeriklerini Netflix gibi paralı içerik izleme platformlarına taşıma şansı yakalamıştır.

2.6.3. WhatsApp

Brian Acton ve Jan Koum tarafından 2010 yılında kurulan WhatsApp platformu anlık mesajlaşma uygulaması olarak geliştirilmiştir. 2000’li yılların sonlarına doğru tuşlu telefonların daha az tercih edilmeye başlanmasıyla birlikte kısa mesaj servisi (sms) daha az kullanılır olmuştur. 2010’lu yılların başından itibaren kullanımı artan dokunmatik

ekranlı akıllı telefonlarla birlikte WhatsApp uygulaması dünyanın en çok kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması haline gelmiştir. 2014 yılında Facebook'un sahibi Mark Zuckherberg tarafından satın alınan WhatsApp platformu anlık mesajlaşma dışında, fotoğraf, video, ses kaydı, gif dosyası gönderme seçeneklerini de bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca uygulama içerisinde de fotoğraf, video çekme ve ses kaydı alma opsiyonları da bulunur. İnternet bağlantısıyla kullanılan bu uygulamayla, sesli arama ve görüntülü arama işlemleri yapılabilir. Kullanıcılar, telefon numaralarını girerek oluşturdukları profillere kendi fotoğraflarını ekleyebilir ve aynı zamanda durum güncellemesi de paylaşabilir. Aynı zamanda bir sosyal ağ özelliği taşıyan WhatsApp platformunda grup kurarak mesajlaşma ve görüntülü konuşma işlemleri yapılabilir(Ssali, 2022).

2.6.4. Instagram

Kevin Systrom ve Mike Krieger ve tarafından 2010 yılında kurulan Instagram, fotoğraf ve video paylaşılan konum tabanlı bir sosyal medya platformudur. Bir mobil uygulama olarak geliştirilen Instagram, başlarda sadece iPhone (ios yazılımı) marka telefonlarda kullanılmaktaydı. Konum tabanlı bir uygulama olan Instagram'da fotoğraf paylaşıldığı zaman uygun coğrafi konumlar eklediğinde diğer kullanıcılar da bu içerikleri görebilir(eğer profil gizli değilse). Tıpkı Twitter platformunda olduğu gibi hashtag kullanım özelliğine sahip olan Instagram uygulaması farklı kullanıcılarla etkileşime açık bir platformdur. Kullanıcılar yaratmış olduğu profilleri diğer sosyal ağlarına ekleyebilir, farklı kullanıcıları takip edebilir, içeriklerine beğeni ve yorum atabilir. Instagram'ı kullanma motivasyonları değişmekle birlikte, bireysel ve işletme hesapları olarak farklı biçimler görülmektedir. Şirketler Instagram'ı sadece fotoğraf veya video paylaşmak için değil, bir marka imajı yaratmak için kullanır. Günümüzde en yoğun sosyal medya reklam uygulamalarından bazılarına sahip olan Instagram platformunda yer alan markalar bireysel isimlerle işbirliği yapma opsiyonunu da kullanmaktadır. Bireyler Instagram'ı sadece sosyalleşmek ve etkileşim kurmak için değil, kendi içeriklerini ve markalarını yaratmak için de kullanabilir(Amaral, 2015: 943-944).

2.6.5. Twitter

Jack Dorsey tarafından 2006 yılında kurulan Twitter platformu başlarda 140 karakterli metinleri paylaşma ve alma teknolojisine sahip olan “internet sms’i” olarak tanımlanmıştır. Kuruluş döneminin başlangıcında, kısa mesaj servisi, telefon görüşmesi, e-posta ve blog arasında bir şey olarak tanımlanan Twitter, bir mikroblog özelliği göstermektedir. Twitter platformunda kullanıcılar oluşturdukları profilleri anonim, bireysel ve kurumsal hesaplarda kullanabilir. Kullanıcılar güncellenen özelliklerle birlikte 280 karakter sınırlamasıyla yazdıkları metinleri paylaşabilir ve ayrıca fotoğraf ve video paylaşımları da yapabilir. Bu paylaşımlara “tweet” denir. Kullanıcılar bu tweet’leri tekrar kendi profillerinde gönderi olarak ekleyebilir ve buna da “retweet” denir(Djick, 2011: 336-337).

Kullanıcılar herhangi bir konu sınırlaması olmaksızın yazdıkları tweetleri bir etiket yani “hashtag” ile paylaşmaktadır. Yaratılan bir hashtag eğer çok fazla kullanılırsa, trend topic adı verilen yerel veya dünya çapında en çok kullanılan etiketler listesinde 24 saat yer alabilir. Kullanıcıların gündemi kendileri belirlemesi veya ana akım medya yer almayan konuları gündeme taşımasıyla Twitter platformu mikroblog özelliğinin dışında bağımsız gazetecilik platformuna benzer bir özellik de taşımaktadır. Twitter platformunun diğer sosyal medya ortamlarından en büyük farkı ise belli bir siyasi gücünün olmasıdır. Siyasi liderlerin yoğun bir şekilde kullandığı Twitter platformu, seçmen davranışlarını ve isteklerini görebilmek için eşsiz bir platformdur. Twitter’da bulunan anket seçeneği ise siyasi kişiliklere bir ön tahmin verme imkânı sunmaktadır. Tıpkı diğer sosyal medya platformları gibi kendine has reklam uygulamaları bulunan Twitter’in bir diğer önemli özelliği ise kullanıcı verilerini toplamak için uygun bir ortam olmasıdır. Özellikle 2008 yılında A.B.D. başkanlık seçimlerinde Barrack Obama tarafından etkin bir şekilde kullanılan Twitter, dünya liderlerinin vazgeçilmezi olmuştur(Sancar, 2013: 184-185).

2.6.6. LinkedIn

2003 yılında kurulan LinkedIn, iş arayan veya çalışanlarla işverenin fiziksel olarak aynı ortamda bulunmasına gerek kalmadan sanal olarak profesyonel bir şekilde iletişim kurabildikleri bir sosyal medya ağıdır. Dünya çapında birçok lise ve üniversite öğrencisinin staj yeri aradığı, mezun adayların ise yarı zamanlı ve tam zamanlı iş bulmasına imkân sağlayan bu platform tamamen profesyonel bağlantılar içindir.

Kullanıcıların özgeçmişlerini yükleyerek profil oluşturdukları bu mecrada, kişiler birbirlerini takip ederek ağlarına ekleyebilir ve aynı zamanda profesyonel kurumlara da ait olan sayfaları takip edebilirler. Kullanıcılar kendi çalışma alanlarına uygun olan anahtar kelimeleri arama butonunda aratarak kendilerine en uygun iş ilanlarını bulmaya çalışırlar. LinkedIn kullanıcıları diğer sosyal medya platformlarına kıyasla farklı kişilerle irtibata geçme konusunda kendilerini biraz daha rahat hissedebilirler. Çünkü bu platformda profesyonel bir arayış olduğu için görünüşle alakalı bir durum söz konusu olamaz(Cooper ve Naatus, 2014: 300).

2.6.7. Snapchat

2011 yılında kurulan Snapchat akıllı telefonlar için geliştirilmiş olan bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Bu anlık mesajlaşmalarda kullanıcılar birbirlerine fotoğraf, video, ses dosyası ve metin yazısı gibi multimedya öğeleri gönderebilmektedir. Kullanım şekillerinde bazı limitler barından Snapchat uygulamasında kişiye özel olarak gönderilen dosyalar gönderenin isteğine bağlı olarak 1 ile 10 saniye arasında iki kere görüntülenebilir. Stories adı verilen hikâye paylaşma bölümünde paylaşılan dosyalar 24 saat içeriğinde kaybolur. Kullanıcılar SnapMap özelliği ile birlikte etkileşime geçtiği kişileri veya diğer kullanıcıları harita üzerinden görebilmektedir. Genç jenerasyon arasında oldukça popüler olan Snapchat uygulaması dünya çapında en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biridir. Snapchat'te kullanılan sayısız filtre ve uygulamaya uygun olarak entegre edilen reklam modelleriyle birlikte festivaller, özel etkinlikler, markalarına yeni ürünleri tanıtılmaktadır(Rettber, 2018: 188-189).

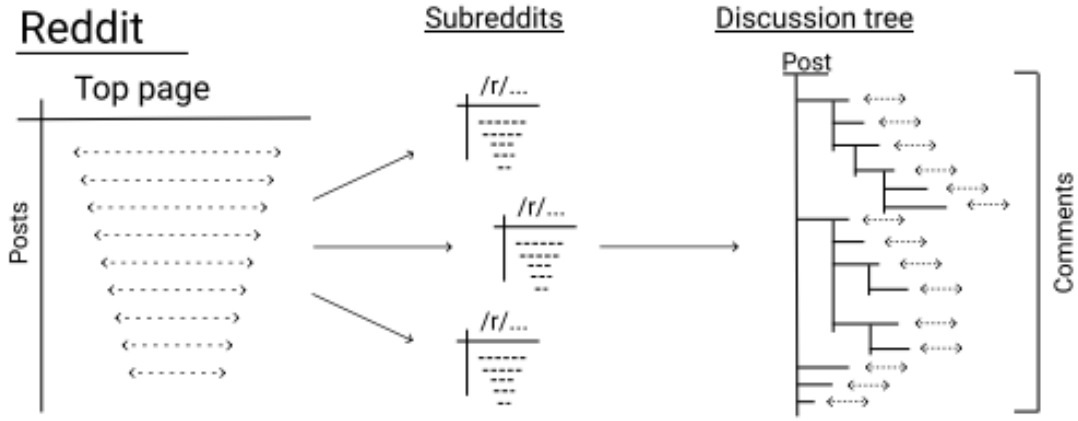
2.6.8. Wikipedia

2001 yılında Jimmy Wales ve Larry Sanger tarafından kurulan Wikipedia platformu, içerisinde yer alan bilgileri herkesin düzenleyebileceği çevrimiçi bir ansiklopedidir. Milyonlarca insanın ücretsiz ve gönüllü olarak katkıda bulunduğu Wikipedia platformu, insanların koordineli bir şekilde çalışarak geleneksel ansiklopedi sistemini çevrimiçi mecraya taşımasıyla birlikte gelişip büyümüştür. Sadece çevrimiçi sürümle sınırlı olmayan Wikipedia platformunda 300'den fazla dile ait enformasyonlar yer almaktadır. Wikimedia Vakfı aynı zamanda, Vikisözlük gibi çok dilli projeleri yürütmekle birlikte Wikikitap ortamında toplu yazılmış kitapları yayımlar ve Vikihaber adlı platformunda ise

genel anlamda haberler yer vermektedir. Mediawiki ve birçok farklı ticari viki sayfası açık kaynaklı yazılımlar ve projelerle birlikte bir milyon sayfadan fazla içeriğe sahiptir. Wikipedia platformunda milyonlarca biyografi, bilimsel kuram, teoriler, coğrafi ve tarihi bilgiler, bitki ve hayvan tasnifleri başta olmak üzere sınırsız içerik bulunmaktadır ve bu bilgiler her saniye kullanıcılar tarafından kontrol edilip, düzeltilip, güncellenmektedir. Wikipedia genel anlamda sosyal ağ etkileşimine sahip dijital bir ansiklopedidir(Massa, 2011: 221-222).

2.6.9. Reddit

2005 yılında Steve Huffman, Alexis Ohanian ve Aaron Swartz tarafından kurulan Reddit platformu çok dilli sosyal haber toplama, web içeriği değerlendirme ve tartışma ortamıdır. Dünyanın en çok ziyaret edilen internet sitelerinden biri olan Reddit’de herhangi bir içerik sınırlaması yoktur. Reddit platformuna kayıt olan kullanıcılara “Redditor” denir. Redditor’ler, hazırlamış oldukları içerikleri veya site haricindeki paylaşımlarını ilgili subreddit’leri (paylaşımların yapıldığı alt gruplar, topikler) yöneten adminlerin onayına gönderir ve eğer içerik paylaşıma uygunsa ve gerektiği kadar puan topladıysa ana sayfaya çıkabilir. Redditor’ler paylaşılan içerikleri değerlendirerek artı puan veya eksi verebilir. Redditor’lerin aldığı pozitif oylamalara göre karma puanı yükselir ve böylece statüleri artmış olur. Redditor çok beğendikleri içeriklere reaksiyon ve madalyaların bulunduğu ikonlarla birlikte hediye gönderebilir. Bu hediyeler Reddit Coin adı verilen sanal para ödeme sistemiyle yapılır. Sınırsız bir içeriğe sahip olan Reddit platformunda, bilim, sanat, sinema, politika, moda, din, tartışma gibi birçok konunun sınırsız subredditi yer almaktadır. İnternete jargonuna inanılmaz derecede önemli bir katkı yapan Reddit platformu çok sayıda alt kültürün doğmasına önayak olmuş bir sosyal ağdır(Medvedev vd., 2019: 183-204).



Şekil 2: Reddit Sitesinin Çalışma Dinamiği

Kaynak: Medvedev vd., 2019, 185.

2.6.10. Ekşi Sözlük

15 Şubat 1999 tarihinde Sedat Kaplanoğlu tarafından soutimes.org sitesinin bir parçası olarak kurulan Ekşi Sözlük platformu bir katılımcı sözlük ortamıdır. Kutsal bilgi kaynağı mottosuyla kurulan Ekşi Sözlüğün ilham kaynağı Douglas Adams'ın dünya çapında meşhur olan ünlü roman serisi “Otostopçunun Galaksi Rehberi”dir. Bünyesinde bulunan yazarlar tarafından her türlü kavram ve kelimenin açıklamasının ve yorumlamasının yapıldığı Ekşi Sözlük aynı zamanda herhangi bir konsept sınırlaması olmaksızın herhangi bir durum hakkında her şeyin yazılabildiği özgür bir platformdur. Yazarları “entry” adı verilen metinleriyle içeriğe katkı sağladıkları Ekşi Sözlük aynı zamanda çoklu sosyal medya ağına sahip bir platformdur. Ekşi Sözlük'te yer alan çarpıcı başlıkların en çok favori alan entry'lerinin derlenip, konuyla alakalı görseller ve videolarla desteklenerek düzenli bir şekilde yayınlandığı Ekşi Şeyler platformu kendine has bir alt kültür oluşturmuş bir sitedir. Ekşi Sözlük platformunda oluşturulan ilk başlık ve entry'nin pena(gitar çalmak için kullanılan nesne) olmasına referans gösterilerek kurulan Pena YouTube kanalı, sözlükteki kurgusal olan veya olmayan en sıra dışı entry'lerin canlandırıldığı ve aynı zamanda sistematik aralıklarla sözlüğe konuk edilen kişilerin soru cevap söyleşilerinin kayda alınıp paylaşıldığı bir ortamdır(Gürel ve Yakın, 2007: 203-205).

2.7. Web 3.0 (Semantik Ağ)

Web 2.0 internet teknolojisinin ötesine geçen Web 3.0, anlamı organize ederek ve yöneterek en uygun sonuçları üretmek için yapay zekâdan yardım almaktadır. Tim Bertens Lee tarafından aktarılan bilgiye göre makinelerin birbiriyle konuşması ve bunlardan bir anlam çıkarılması, yaratılmasını sağlayan semantik veriler bütünüdür. Buna istinaden Web 3.0 “Semantik Ağ” (Anlamsal Ağ) olarak da anılmaktadır. Web 3.0 dönemiyle büyük bir dönüşüm geçiren internet mecrası, işletmelerin ve bilgisayar mühendislerinin işbirliğinden yararlanan ve web sitelerindeki verileri düzenleyerek, daha küçük ve mobil uygulamalar geliştirerek yeni veri tabanı sistemini entegre edilmiştir. Sistemsel olarak Wikipedi platformuyla bazı benzerlikleri bulunan Web 3.0 teknolojisinde kavramlar bağlamsallaştırılır ve ortaya çıkan enformasyonlar kullanıcının arama sonuçlarında gözükür(Barassi ve Treré, 2012: 1272-1273).

Web 3.0’ın ortaya çıkmasıyla birlikte kullanıcılar internet üzerinden enformasyona ulaşma hızı artmış ve daha net cevaplar almaya başlamıştır. Öyle ki Google arama motoruna “Who won Wimbledon 2012” şeklinde bir soru yazılıp aratıldığında Web 2.0 teknolojisi ile birlikte 0,73 saniye içerisinde 22.100.000 sonuç bulunacaktır ve sorunun cevabı bu enformasyonlar içerisinde aranıp bulunacaktır. Fakat aynı soruya Web 3.0’ın vereceği cevap ise direkt olarak “Roger Federer” olacaktır ve diğer bulunan enformasyonlar bu cevabın altında yer almaya devam edecektir. Anlamsal ağın tıpkı bir insan gibi sorulan soruya vermiş olduğu cevap bu örnekte görülmektedir. İnternet kullanımını bir üst seviyeye taşıyan anlamsal ağ, çevrimiçi eğitim alanında da kullanıcılara büyük katkı sağlamaktadır. Öyle ki kara delik hakkında araştırma yapacak olan bir öğrenci Google arama motoruna basit anlamda “kara delik” veya “black hole” yazarak çalışmasına başlayabilir. Öğrenci bu arama sonucunda konuyla ilgili olarak en çok tıklanan kaynakları en üst sıralarda görecektir. Fakat bu arama anlamsal ağ ile yapıldığında kara delik ile ilgi en çok tıklanan sonuçlar yerine diğer kullanıcıların sormuş olduğu sorular, farklı makaleler, YouTube’da yer alan belgeseller, farklı bilim adamlarının çalışmaları, Web 2.0’da olduğu gibi liste şeklinde değil farklı varyasyonları içeren enformasyonların yer aldığı raporlar şeklinde sunulacaktır. Bu şekilde öğrenci farklı kaynaklara erişebilmekle birlikte zamanını da daha verimli şekilde kullanacaktır(Baz ve Meral, 2021: 410).

Semantik ağın ortaya çıkmasıyla birlikte internet mecrasında birçok yenilik yaşanmıştır ve bu yenilikler Web 2.0 sisteminin üstüne eklenerek gelişim sağlamıştır. Günlük hayatta kullandığımız nesnelerin birbirleriyle veya daha büyük bir sistem üzerinden bağlantılı olduğu bir olan nesnelerin iletişim ağı ve yapay zekanın entegre bir şekilde çalışması anlamsal ağı en önemli özelliklerinden biri olmuştur. Bu teknolojiyle birlikte yapay zekânın insan davranışlarını anlayabilmesi ve bu davranışları yorumlayıp işleyebilmesi, kişisel mahremiyet açısından tartışmalı bir durum olsa dahi fütüristik bir yenilik olmuştur. Öyle ki A.B.D.’de bir alışveriş merkezinin kasası, alışveriş yapan kişinin vücut kremi, kalsiyum, çinko destek tableti ürünleri taratıldığında bu ürünlerin hamile bir kişi tarafından alındığını tespit ederek alışveriş yapan kişiye hamilelik ürünlerine dair bir indirim kuponu göndermiştir. Kişilerin verilerinin toplandığı “Big Data” sistemine de örnek olabilecek olan bu durumu her ne kadar teknolojik bir gelişme olsa sahi bu verilerin manipülatif bir şekilde kullanıp kullanılamayacağının garantisini veremez(Coşan, 2022: 2465).

2.8. Web 4.0 (Simbiyotik Ağ)

Web 4.0’in net bir tanımı bulunmamakla birlikte genel olarak bazı yapı hatlarından söz etmek mümkündür. Web 4.0 ultra akıllı internet ağ sistemi olarak kabul edilir. İngilizcede “symbiotic” kelimesinin anlamı “birlikte yaşayan”, “ortakyaşar” anlamına gelmektedir. Her zaman her yerde kullanılabilen, insanlar ve makineler arasında etkileşim kurma konusunda geleceğe yön vermesi düşünülen Web 4.0 aynı zamanda “simbiyotik ağ” olarak adlandırılır. İnsan beyni kadar güçlü olduğu belirtilen Web 4.0 telekomünikasyon ve nanoteknoloji alanlarında ilerleme kaydetmiştir(Choudhury, 2014: 8099-8100).

Son dönemlerde müşteri ilişkileri yönetimi(Crm) departmanlarında, firmaların müşteri ağı profili oluşturulmasında büyük veri(Big data) sisteminin önemli bir payı vardır. Bu müşteri profillerinin oluşturulmasındaki en önemli sebeplerden biri firmaların pazarlama stratejilerini oluşturulabilmesi ve müşterilerin satın alma tutumlarını belirleyerek anlamları verilere dönüştürülmesinde nesnelerin interneti(IoT) kavramının kullanılmasıdır. Firmalar müşteri profillerinden edindikleri bu bilgileri daha kapsamlı hale getirmek için akıllı ajanlar ve akıllı sensör desteklerini kullanarak büyük verileri analiz edebileceği platformlar kurma çabası içerisinde. Örneğin, bir müşteri bir mağazaya girdiği zaman akıllı ajanlar tarafından telefonuna mesaj gönderilebilir.

Müşterinin telefonuna gelene mesajda, müşterinin daha önce yapmış olduğu ürün alışverişleri ve ürün araştırmalarına istinaden kişinin bir portföyü oluşturulur. Müşterinin satın alma ve arama geçmişine göre telefonuna ilgili ürünlerle alakalı bilgiler gelebilir. İnternet arayüzünün gelişmesiyle birlikte makine zekâsı, insan zekâsına benzer şemaya kurmaya başlayabilir. Geliştirilen algoritmalarla birlikte kreatif özelliklere sahip olacağı öngörülen Web 4.0 teknolojisinde insan ve makine beyninin ortak alan haline gelmesi beklenmektedir(Ersöz, 2020: 61-62).

Web 4.0 ile çok yakından ilişkili olan nesnelerin interneti kavramı dar anlamda, internete bağlı olan geleneksel cihazların dışındaki nesnelerin internet üzerinden kontrol edilmesi ve analizinin yapılabilmesidir. İnsan müdahalesine veya elle veri girilmesine ihtiyaç duymayan nesnelerin interneti, makinelerin kendileri arasında veri iletişimi yaptığı, bilgi topladığı ve toplanan bilgileri işleyip kendi başına karar verebilen bir ağ yapısına sahiptir. Nesnelerin interneti, insanların hayatını kolaylaştıran akıllı uygulamalar bütünü olmakla birlikte dünya çapında yaygın bir ağ ve bu ağdaki nesnelerin belirli bir protokolle birlikte iletişim halinde bulunmasını sağlayan akıllı bir ekosistemdir(Gündüz ve Daş, 2017: 328).

3. BÖLÜM: DİJİTAL AKTİVİZM VE ME TOO AKIMI

Tez çalışmasının bu bölümünde dijital aktivizm akımları hakkında literatür taraması yapılmıştır. Bu bölümde çevrimiçi toplumsal hareketlerden bazı örnekler yer almaktadır. #Metoo hareketinin doğuşu, dünya çapında yayılımı, bu hareketle ilişkili diğer akımlar hakkında literatür taraması yapılmıştır. #Metoo hareketinin Türkiye’deki yansıması ve ilişkili olarak ortaya çıkan çevrimiçi toplumsal hareketler hakkında araştırma yapılmıştır.

3.1. Hashtag Aktivizmi

Hashtag, sosyal medya ortamlarının toplumsal hareketlere ve sivil katılıma katkıda bulunan en önemli internet organlarından biridir. Hashtag aktivizmi sadece sosyal medya ortamlarında etkileşim için kullanılan bir araç olmanın çok ötesinde olup bir amaç için halk desteğini oluşturan bir olgu haline gelmiştir. Dünya çapında çok geniş toplumsal hareketlerin başlamasına önayak olan hashtag aktivizmi birçok sosyopolitik değişimi meydana getiren popüler bir kavramdır. Bu olguyla birlikte insanlar sanal medya ortamlarında belirttiği duygu ve düşünceleri organize edilmiş bir şekilde gerçek dünyaya yansıtmaktadır(Humphreys, 2015: 246).

Hashtag aktivizmi basit olarak sosyal medyada gündem olan hashtag’lerdeki paylaşımları beğenmek, tekrardan paylaşmak, kendi yorumlarını yazmak gibi gözükse de çok daha kompleks bir yapıdadır. Ana akım medyada yer bulmayan gelişmeler, farklı toplumlar tarafından daha az bilinen sorunlar sosyal medyada belli gruplar tarafından gündeme getirilir ve bu konular hakkında harekete geçme çabaları gösterilir(Maples, 2008: 6).

Hashtag aktivizmine inanan dünya çapındaki bütün sosyal medya kullanıcıları birbirleriyle birkaç saniyelik süre içerisinde haberleşerek bilgi akışını sağlamaktadır ve bu şekilde kısa bir zaman diliminde sosyal medya cemaatleri oluşmaktadır. Belirledikleri bir amaç uğruna sosyal medya üzerinden toplanan ve ortak bir düşünce yapısına sahip olan katılımcılar dünyada çapında eksikliklerini gördükleri her alanda bir değişim yapmayı hedef edinmişlerdir. Hashtag aktivizmi ele alınabilecek her konuda faaliyet göstermektedir. Azınlık hakları, kadın hakları, toplumsal farkındalık, politika, genel trendler ve lgbt hakları hashtag aktivizminde en çok yer alan başlıca meselelerdir.

Hashtag aktivizmi sosyal medya kullanıcılarına, farklı konumlarda ve farklı saat dilimlerinde olsalar dahi gün içerisinde herhangi bir zamanda saniyeler içerisinde

etkileşim kurma imkânı tanımaktadır. İnsanların basılı medyaya olan ilgisi her geçen gün azalırken sosyal medya üzerinden okunulan metinler bile oldukça küçülmektedir. Twitter’da atılan bir tweet’de 280 karakter sınırının olmasıyla birlikte daha az okuma çabasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple çarpıcı bir başlığa sahip olan hashtag’ler ve bu tweet’lerde yer alan çarpıcı kısa metinler kısa bir süre içerisinde çok fazla insana ulaşabilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları bu şekilde kendi deneyimlerini ve hayat hikâyelerini oldukça kısa ve çarpıcı bir şekilde anlatıp seslerini bütün dünyaya duyurabilme imkânına sahip olmuştur. Sosyal medya kullanıcılarının yaşadıkları ve normal hayatta hiç bahsedemedikleri travmatik durumları bütün dünya çapında duyulan #Occupy ve #BlackLivesMatter gibi hashtag’ler sayesinde anlatabilmeleri, birbirlerini desteklemeleri ve farklı ağızlardan değişik anlatılar duymaları bir çeşit toplumsal farkındalık yaratmaya önayak olmuştur(Yang, 2016: 14).

Hashtag aktivizmiyle birlikte son dönemlerde ortaya çıkmış bir kavram olan siber zorbalığın da önüne geçilmeye çalışılmıştır. Modern zorbalık olarak da ifade edilen siber zorbalık, kişinin hak ve özgürlüklerine zarar veren, imajını zedeleyen ve hatta kişiyi intihara kadar sürükleyebilecek, tehdit etmek, şantaj yapmak, aşağılamak, küçümsemek, cinsel saldırıda bulunmak, kişinin özel bilgilerini ifşa etmek gibi birçok suç teşkil eden eylemlerin sanala mecralar aracılığıyla yapılmasıdır. Özellikle #MeToo gibi hashtag aktivizm hareketleriyle siber zorbalık ve sanal suçların da açığa çıkması konusunda birçok eylem yapılmıştır(Kaygısız, 2019: 164).

3.2. Çevrimiçi Toplumsal Hareketler

Çevrimiçi toplumsal hareketler, yeni medya teknolojilerinin etkin bir şekilde kullanılmasıyla birlikte belirli bir amaca ulaşmak için ortaya konulan çabalardır. Çevrimiçi toplumsal hareketler tıpkı geleneksel toplumsal hareketler gibi toplumlarda bulunan eksik noktaları ortadan kaldırmak için yapılan eylemlerdir. Ana akım medyada yer bulmayan toplumsal eksiklikler, duyarlı sosyal medya kullanıcılarının dikkatiyle çevrimiçi toplumsal harekete dönüşebilir. Toplumlarda eksikliği bulunan ya da düzeltilmesi gereken konular, dünyanın her ülkesinde gerçekleştirilen çevrimiçi toplumsal hareketlerle ve özellikle sosyal medya sayesinde birçok insanın kısa sürede etkileşime geçerek büyük farkındalıklar oluşturabilecekleri fenomenlere dönüşebilir.

21.yüzyılda internetin daha da yaygınlaşmasıyla birlikte toplumsal hareketlerin maliyetlerinde düşmeler yaşanmaya başlanmış ve daha fazla insana ulaşılmaya başlanmıştır. İnternet âlemi aynı zamanda insanların şikâyetlerini ve eşitsizlik yaşadıkları durumları belirtebildikleri büyük bir forum paneli işlevini görmektedir. Sosyal adaletsizlikler ve eşitsizlikler hakkında rasyonel kararlar alabilen toplulukların oluşması ve koordineli bir şekilde iletişimde bulunması daha kolay bir hale gelmiştir(Mills, 2000: 238).

Sosyal medya platformları farklı geçmişlere sahip, farklı kültür ve bölgelerde bulunan insanları bir araya getirerek toplumsal hareketleri başlatacak olan kolektif kimlikler yaratma özelliğine sahiptir. Sosyal medyada oluşan bu kolektif kimlik, farklı bölgelerden insanların ortak bir amaç uğruna bir arada bulunmasını betimler. İlk olarak A.B.D’de ortaya çıkan “İşgal Hareketi” sosyal medyada oluşan kolektif bilinçle ortaya çıkan çevrimiçi toplumsal hareketlerin en önemli örneklerinden biridir. 2010 yılında başlayan “Arap Baharı” toplumsal hareketinden ilham alarak başlayan “İşgal Hareketi” 2011 yılında A.B.D.’de başlayarak bütün dünyaya yayılacak olan öncü bir akım olmuştur(Skinner, 2011: 4).

Sosyal medyada #Occupy olarak bilinen bu çevrimiçi toplumsal hareket Türkiye’de de etkisini göstermiş ve Gezi Protestolarında bu etiketle birlikte yapılan paylaşımlarla yüzbinlerce insan sosyal medya üzerinden etkileşime geçip fikir alışverişinde bulunmuş ve kolektif bir kimlikle hareket etmiştir(Tüfekçi, 2017: 31-32).

Arap Bahar’ından etkilenerek ortaya çıkan ve dünyanın farklı noktalarındaki çevrimiçi toplumsal hareketlere ve daha da ötesinde uzun süreli protestolara önyak olan İşgal Hareketi yaşanan bu etkileşimin aksine ortaya çıktığı ilk süreçte ana akım medya tarafından oldukça eleştirilen bir aktivizm olarak görülmüştür. Bunun temelinde yatan sebep ise herhangi bir temel hedeflerinin ve kolektif bilinçlerinin tam olarak bulunmaması olmuştur. İşgal Hareketi ile sosyal medyada örgütlenen gruplar gerçek hayatta farklı bölgelerde protestolar düzenlemeye başlamıştır. Fakat yine de bu durum protestocuların ortak bir istek ve taleplerinin net ve doğru bir şekilde ifade edilememesiyle birlikte ana akım medya tarafından ciddi bir şekilde eleştirilmiştir. Bu akımda ilk spesifik istekler Micah M. White ve Kalle Lasn adlı aktivistlerden gelmiştir. Bu kişiler “Occupy” hareketine bağlı olan “Occupy Wall Street” hareketini kurmuşlardır.

Tutumları ise genellikle tüketim karşıtlığı ve eşitlik üzerinedir. Üzerine durdukları esas nokta ise 2008 yılında A.B.D’de patlayan ekonomik krizin sorumlularının tutuklanıp yargılanması ve bu konuyu araştırmak için başkanlık komisyonunun kurulmasıdır. Buradaki esas nokta ise siyasi yolsuzluğu gidermek, ekonomik keşmekeşin sorumlularını bulmak, gelir adetsizliğini ortadan kaldırmak, daha iyi yaşam şartları, daha iyi gelir ve bankacılık reformlarına önayak olmaya çalışmaktır. Bu istekler ise genel olarak çevrimiçi toplumsal hareketler mantığıyla örtüşmektedir. Çünkü çevrimiçi toplumsal hareketlerin yegâne amacı sosyal mecralar üzerinden etkileşime geçip kolektif bir bilinç içerisinde toplumun eksik noktalarının giderilmeye çalışılmasıdır(Forgey, 2015: 3-7).

Çevrimiçi toplumsal hareketler sadece ekonomik ve politik durumları kapsamakla sınırlı kalmayıp, ırkçılık gibi bütün toplumların yaşamış olduğu en büyük ayrımcılık ve önyargılarından biri olan, davranış ve düşmanlığa yönelik yapılan başkaldırıları da olmuştur. Bu konudaki en büyük örneklerden biri ise #BlackLivesMatter çevrimiçi toplumsal hareketidir. Türkçe “Siyahların Yaşamları Değerlidir” anlamına gelen çevrimiçi toplumsal hareket özellikle A.B.D’de yaşayan Afrikalı-Amerikan kökenli insanlara yapılan sistematik ırkçılıklara karşı oluşan bir örgütlenme şeklidir. A.B.D’de yaşanan adalet sistemindeki eşitsizlik, yargı sisteminde insanları tensel renklere göre değerlendirip suçlu profili oluşturma, polis şiddeti ve yine polis tarafından öldürülen siyahi insanlardaki artış bu çevrimiçi toplumsal hareketin doğmasında sebep olmuştur(Campbell, 2021).

#BlackLivesMatter hareketinin başlangıç fitilini ateşleyen olay ise 26 Şubat 2012 tarihinde 17 yaşındaki Trayvon Martin adlı siyahi genci öldüren ve 13 Temmuz 2013 tarihinde polis memuru George Zimmerman’ın mahkeme tarafından serbest bırakılması olmuştur. George Zimmerman’ın serbest bırakılmasından sonra #BlackLivesMatter hareketi hakkında ilk tweet atılmıştır ve dünya çapında büyük ses getiren çevrimiçi toplumsal hareket başlamıştır. Bu kolektif bilinç sadece sosyal medya etkileşimleriyle sınırlı kalmayıp, milyonlarca insanın gerçek hayatta düzenledikleri protestolarla birlikte ırkçılığa karşı savaş açması ve adalet aramasına zemin hazırlamıştır(History, 2022).

#BlackLivesMatter çevrimiçi toplumsal hareketinde yaşanan kırılma noktası ve bütün dünya çapında duyulmasına neden olan olay ise 25 Mayıs 2020 tarihinde yaşanmıştır. Bu tarihte yaşanan olayda sahte banknotla alışveriş yapamaya çalışan şüpheli siyahi vatandaş

George Floyd'u yakalayan polis memuru Derek Chauvin, George Floyd'un boynuna dakikalar boyunca diziyle bastırmıştır. Yaşanan bu darp esnasında defalarca ‘‘Nefes Alamıyorum’’ ifadesini kullanan George Floyd, polis memurunun uyguladığı orantısız güç sebebiyle can verir. George Floyd'a uygulanan bu şiddet ve ölümle sonuçlanan bu hadisenin görüntüleri sosyal medya üzerinden paylaşılmış, milyonlarca kez izlenmiş ve çok ağır tepkilere neden olmuştur. Yaşanan bu olay sadece A.B.D'de değil bütün dünya çapında toplumsal infiale sebep olmuştur(Deliso, 2021).

George Floyd'un görüntülerinin ağızdan ağıza (Word of mouth) yayılmasıyla birlikte insanlar sosyal medya üzerinden kolektif bilinçle organize olarak A.B.D. çapında protestolara başlamıştır. George Floyd'un tutuklanıp öldürüldüğü eyalet olan Minneapolis'te başlayan protestoların ateşi A.B.D. çapında yayılım göstermiş ve hatta dünya çapında 60'dan fazla ülkede kendini göstermiştir. George Floyd'un ölümünü protesto eden katılımcıların sayısının toplamı sadece A.B.D. çapında 15 milyondan fazla olduğu belirtilmektedir ve bu katılımcı sayısı ile birlikte bu toplumsal hareket A.B.D. tarihinin en büyük toplumsal hareketlerinden biri olarak tarihe geçmiştir(Buchanan vd., 2020).

#BlackLivesMatter çevrimiçi toplumsal hareketinin de desteğini alan protestocular George Floyd'un son sözleri olan ‘‘I Can't Breath’’, Türkçe çevirisiyle ‘‘Nefes Alamıyorum’’ sözlerini hareketlerinin ana sloganı haline getirmiştir. Bu sloganın ana temeli 2014 yılında yine polis tarafından öldürülen siyahi vatandaş Eric Garner'ın son sözleri olmuştur. 2020 yılında yayınlanan raporda, polis şiddetine kurban giden 70 siyahi vatandaşın son sözleri ‘‘I Can't Breath’’ olmuştur(Baker vd., 2020).

Günümüzün en önemli çevrimiçi toplumsal hareketlerinden biri olan #BlackLivesMatter organizasyonunun desteğiyle birlikte A.B.D. ve dünya çapında yapılan George Floyd protestoları, toplumların önemli eksikliklerinden olan eşitsizlik, ırkçılık, polis şiddeti gibi noktalara parmak basmasının haricinde birtakım kanunsuzluk ve vandal eylemlerin yaşanmasına da sebep olmuştur. Ölen vatandaş George Floyd ve siyahi vatandaşlara karşı günümüze kadar yapılan sistematik ırkçılığa karşı cevap verme ve intikam alma motivasyonu ile hareket eden bazı kişi toplulukları kamu alanlarına zarar vermiş, çeşitli alışveriş merkezleri ve dükkânlar yağmalanmıştır. Öyle ki, sadece George Floyd

protestoları sırasında, 26 Mayıs 2020 ve 6 Haziran 2020 tarihleri arasında A.B.D’de yaklaşık 2 milyar dolarlık sigortalı hasar kaybı meydana gelmiştir(Polmubo, 2020).

#BlackLivesMatter çevrimiçi toplumsal hareketine karşı birçok eleştirel görüş dile getirilmiştir. Bu hareketin ayrımcılığa yönelik olduğunu savunan kısım, bu akımın ve gerçekleştirilen protestoların ırkçılık savaşını körükleyen ve polis karşıtı tavır olduğunu savunmaktadır. Bu karşıt düşünceleri temel alan gruplar, #BlackLivesMatter hareketine karşılık #AllLivesMatter çevrimiçi toplumsal hareketini oluşturmuştur. Bu hareketin amacı, tüm yaşamların eşit olduğunu savunmak, ırklar arasında pozitif ayrımcılık göstermemek, etnik şiddeti körükleyen kişilere karşılık tepki göstermek ve polis şiddetine karşı çıkmak olmuştur(Stollznaw, 2021).

#AllLivesMatter çevrimiçi toplumsal hareketinde tematik bir sorun olduğunu düşünen büyük bir kesim bulunmaktadır. Colorado Boulder Üniversitesi’nde görev alan filozof Andrew D. Chapman, #AllLivesMatter hareketine dil felsefesi açısından bir eleştiride bulunmuştur. Chapman’a göre hem #BlackLivesMatter hem de #AllLivesMatter hareketleri doğrudur ve karşıt olan hareket aslında birinci olan hareketi doğrulamaktadır. Dilsel anlamın önemli ve pragmatik bileşenleri olduğu için kelimeler ve deyişlerin kullanım şekilleri göz ardı edilemez. Chapman’ın çalışmasında ‘‘Bütün hayatların önemli olduğunun vurgusunun yapılması, siyahilerin hayatlarının önemli olduğunu iddia eden bir harekete karşı meydan okuyarak ve siyahilerin hayatlarının önemli olduğunu söyleyenlerin seslerini bastırarak veya bastırmanın bir yolunu arayarak yapılamaz’’ ifadeleri yer almaktadır(Chapman, 2020).

Çevrimiçi toplumsal hareketler veya hashtag aktivizmi olarak adlandırılan oluşumlar sadece toplumda yaşanan adaletsizlikler, ırkçılık ve cinsel taciz gibi olaylarla sınırlı kalmayıp bireylerin çözüm bulamadığı sağlık sorunlarını da gündeme getirmektedir. Sağlık farkındalığı konusunda dünya çapında en büyük etkiyi gösteren çevrimiçi toplumsal hareket #IceBucketChallenge olmuştur. ALS hastalığı için farkındalık yaratmaya çalışan Pat Quinn ve Pete Frates bunun için bir çevrimiçi meydan okuma akımı yaratmıştır. 2014 Temmuz ve Ağustos ayları arasında dünya çapında çok büyük bir etkileşim elde eden meydan okumada katılımcılar ALS hastalığının farkındalığının artması için kafalarına bir kova buzlu su döküp istedikleri herhangi bir kişiye meydan okuyup aynı eylemi gerçekleştirmesini ister ve bunu video kayda alıp #IceBucketChallenge

ifadesini kullanarak paylaşır. Bu meydan okumada sosyal medya platformlarında kişilerin birbirini etiketlemeye başlayıp yüksek etkileşimler sağlamasıyla birlikte viral videolar ortaya çıkmıştır. Katılımcıların aynı zamanda ALS hastalığı farkındalığı için hayır amaçlı para yardımı da yapmışlardır. Dünya çapında viral olan ve hayır amaçlı para yardımı toplanılan bu akımda dünyanın farklı ülkelerinden yüzlerce sayıda ünlü bu çevrimiçi toplumsal harekete katılım göstermiştir. #IceBucketChallenge sayesinde ALS hastalığı için dünya çapında 220 milyon doların toplanılmış olması bu akımın etkinliğinin oldukça güçlü olduğunu göstermektedir(Kick Star Side Hustle, 2022).

Tez çalışmasının bu bölümünde #MeToo hareketi ve bu akımla ilintili olan bazı dijital aktivizm hareketleri, bu hareketin Türkiye’deki yansımaları ve bu hareketin başlamasına sebep olan Weinstein Effect hakkında farklı kaynaklar incelenip literatür çalışması yapılmıştır.

3.3. Weinstein Etkisi

300’den film ve televizyon dizisinin yapımcılığını üstlenen ve yine yapımcısı olduğu Shakespeare in Love filmiyle Akademi Ödülleri’nde En İyi Film ödülünü kazanan Harvey Weinstein Hollywood tarihinin en başarılı film yapımcılarından biridir(Imdb, 2022). Bu başarılı kariyerin aksine modern çağın en büyük skandallarından birine sebep olan Harvey Weinstein, aralarında çok sayıda ünlü aktris, set çalışanı ve müzisyen olan seksenden fazla kadına cinsel tacizde bulunarak hüküm giyen bir mahkûm haline gelmiştir(Moniuszko ve Kelly, 2017).

Gazeteci Ronan Farrow tarafından hazırlanan raporlarda Harvey Weinstein’in 13 kadını taciz ettiği ve 3 kadına tecavüz ettiğine dair iddialar ilk kez 5 Ekim 2017 tarihinde kayıtlara geçmiştir(Farrow, 2017). Bu iddialar üzerine Harvey Weinstein sahibi olduğu The Weinstein Company’dan acilen görevinden alınmıştır. Yaşanan bu olaylardan sonra şirket 5 ay içerisinde iflas edip 16 Temmuz 2018 tarihinde tamamen kapanmıştır(Desta, 2018).

Harvey Weinsten, 11 Mart 2018 tarihinde, kendisi aleyhine tanıklık eden 6 mağdur kadının da bulunduğu duruşmada işlediği seks suçları nedeniyle 23 yıllık hapse mahkûm gösterilmiştir(Ransom, 2020). A.B.D’de cinsel taciz, ırkçılık, cinsel özgürlüğü kısıtlayıcı tutumlar, kadına karşı şiddet ve genel olarak belli bir ırkın, azınlık ırka karşı yaptığı

aşağılamalara karşı “milli hesaplaşma” olarak değerlendirilecek bu süreç zamanla “Weinstein Effect” olarak adlandırılacak süreci başlatmıştır.

Amerikan basınının çeşitli medya organlarında ilk kez kullanılan “Weinstein Effect” ifadesi birçok ünlü ve güçlü erkeğin karıştığı cinsel taciz suçlamalarının çeşitli basın ve yaygın organları aracılığıyla ifşa edilmesiyle başlayan süreci tetikleyen en büyük etken olmuştur. Bu etki A.B.D.’den başlayarak bütün dünyaya yayılacak olan “#Metoo” adlı sosyal medya aktivizm hareketinin meydana gelmesine sebep olmuştur.

Harvey Weinstein’e yöneltilen suçlamalar ve aldığı hapis cezasından sonra, Kevin Spacey, Ben Affleck, Louis C.K. gibi Hollywood’un en elit ve önemli aktörlerinin de içinde bulunduğu birçok ünlü ismin yapmış olduğu cinsel tacizler sosyal medya vasıtasıyla tek tek ortaya çıkarılmıştır. Yaşanan bu taciz skandalları sadece Hollywood endüstrisiyle sınırlı kalmamıştır. Gazetecilik endüstrisine de sıçrayan bu taciz iddiaları, vatandaşların ve otoritelerin güvenmiş olduğu Charlie Rose, Mark Halperin ve Matt Lauer gibi yüksek profilli gazeteci ve televizyon figürlerinin de dâhil olduğu birçok editör, yayıncı, yazar, sunucu ve yöneticilerin işinden kovulmasına neden olmuştur(Rogers, 2017).

Yaşanan bu zincirleme taciz olaylarının ortaya çıkması A.B.D.’de çok büyük yankılar uyandırmış ve özellikle Hollywood’un ünlü aktrislerinin de destek vereceği “Time’s Up” adlı kar amacı gütmeyen kuruluşun oluşturulmasına önayak olmuştur(Sparksman, 2018).

1 Ocak 2018 tarihinde Ulusal Kadın Hukuk Merkezi(National Women's Law Center)’nin işbirliğiyle kurulan “Time’s Up” organizasyonu, cinsel tacize maruz kalmış ve işyerinde cinsiyetçi davranışlarla karşılaşmış bireylere yasal destek ve medya desteği sağlayan kar amacı gütmeyen bir kurumdur. Bu kurumu önemli kılan nokta ise Weinstein Etkisi’nden sonra kurulan ilk ciddi organizasyonlardan biri olmasıdır. Organizasyon, Hollywood ünlülerinin verdiği büyük destekle 2020 yılında 24 milyon dolarlık bir bağış toplamıştır(Maddaus, 2020).

Weinstein Etkisi ile birlikte farklı adlarda sosyal medya aktivizm hareketleri ve kurulan organizasyonların yegâne amacı cinsel saldırıya uğramış kadınların sesini duyurmak, onları koruma altına almak, suçlu kişi ve kurumları çeşitli yeni medya organlarını kullanarak bütün dünyaya duyurmak olmuştur. Bu anlamda kurulan ilk organizasyonlardan biri olan Time’s Up, özellikle Harvey Weinstein’in işlemiş olduğu

cinsel suçlar ve sosyal medyada ivme kazanan #Metoo hareketinden güç alarak, 1 Ocak 2018 tarihinde The New York Times’da yayımlanan açık mektupla aktivitelerine başlamıştır(The New York Times, 2018).

Weinstein Etkisi yeni medyanın birçok alanında etkisini çok ciddi bir şekilde göstermektedir. Bu süreç insanların adalet arayışını sosyal medya ortamlarında sürdürmesine olanak tanımıştır. Toplumsal hayatta yaşanan eşitsizlikler, adaletsizlikler ve kimi zaman yargının adalet tecelli etmediği durumlarda insanların sosyal medyayı bir çözüm aracı olarak kullanmaya başlamaları daha da çoğalmıştır ve internet âleminin bu şekilde kullanılmasına ‘‘Hashtag Aktivizmi’’ denilmiştir. Yaşanan bütün bu gelişmeler toplumların sosyal yapılarında büyük değişimlere sebep olmuş ve birçok yeni sosyal medya akımları, feminizm kuramları ve yeni politik akımların öncüsü olmuştur.

3.4. #MeToo Hareketi

#MeToo hareketi, insanların maruz kaldığı cinsel istismar ve cinsel taciz travmalarını sosyal medya ve diğer yeni medya platformlarında paylaştıkları bir çevrimiçi toplumsal harekettir. Bu hareketin temel amacı, cinsel istismara, cinsel tacize ve tecavüz kültürüne kolektif bir şekilde karşı koyup bu alanda toplumsal bilinci uyandırmaktır. Özellikle 2010’lu yılların ikinci yarısından günümüze kadar popülerliğini ve etkinliği arttırarak devam ettiren #MeToo hareketi sanılanın aksine biraz daha eski bir geçişe dayanmaktadır. Cinsel taciz saldırısından kurtulan ve yaşadığı bu olayı 2006 yılında Myspace adlı sosyal medya platformunda paylaşan Tarana Burke, tarihe geçecek bir çevrimiçi toplumsal hareket olan ‘‘Me Too’’ (Ben de) ifadesini ilk kez kullanan kişi ve bu hareketin orijinal bulucusu olmuştur(Ohlheiser, 2017).

2006 yılında, günümüzde aktif olarak devam eden en güçlü çevrimiçi toplumsal hareketlerden biri olan #MeToo’nun temellerini atan Tarana Burke bu girişiminden önce de cinsel tacizden kurtulanlar için çalışmalar yapmıştır. 2003 yılında ‘‘Just Be’’ adlı kar amacı gütmeyen kurumu kuran Tarana Burke, cinsel tacizden kurtulan mağdurlara karşı iyileşmeyi teşvik eden çalışmalara imza atmıştır. Tarana Burke’un bu girişimleri dünya çapında adını duyurmasına sebep olmuştur(Burke, 2013).

Sosyal adalet ve cinsiyet eşitliği konusunda bir çığır açan Tarana Burke’un hakkında Harvard Üniversitesi’nde 2020 yılında ‘‘Leading with Empathy: Tarana Burke and the

Making of the Me Too Movement” adı verilen bir vaka çalışması hazırlanmıştır. Bu çalışmada Tarana Burke’un cinsel taciz mağdurları için yapmış olduğu kamu çalışmalarından, Time dergisinin 2017 yılında seçtiği yılın en etkili 100 kişisi arasında yer almaya deyin yaşanan süreç ve küçük bir organizasyon liderliğinden dünya çapında büyük bir aktivist olmasına kadar gerçekleşen dönemler yer almaktadır(Wilkinson ve Datla, 2020: 1-15).

2006 yılında Tarana Burke’un çabaları ile ortaya çıkan “Me Too” manifestosunda ana amaç cinsel tacize uğrayanları koruma altına almak, özellikle genç ve savunmasız kadınlara ilgi göstermek, bu kişilerle empati kurmak, dayanışma sağlamak ve bu kişileri gözlem altına almak olmuştur. Gözlem altına alınan bu kişilerle iletişim kurmayı sağlamak ve taciz mağduru bu kişilerin tecrübelerini de dinlemek bu manifestonun ana temellerini oluşturmaktadır(Alberksi, 2020). Yaşanan bu gelişmelere rağmen #MeToo hareketi 2017 yılına kadar lokal bir hareket olarak sınırlı kalmıştır. Amerikalı ünlü aktris Alyssa Milano’nun 16 Ekim 2017 tarihinde atmış olduğu tweet dünya çapında büyük bir etki yaratacak ve cinsel taciz, sosyal adalet konularında yeni medya platformlarında büyük bir değişim hareketinin yayılmasına ön ayak olmuştur. Atılan bu tweet’te ise *“Eğer tüm cinsel tacize uğramış kadınlar #MeToo yazarsa, insanlara sorunun büyüklüğü hakkında fikir verebiliriz.”* ifadelerini kullanmıştır. Bu paylaşım fikrini arkadaşından aldığını belirten Alyssa Milano “Me Too” ifadesini hashtag birlikte kullanıp sosyal medyada paylaşan ilk kişi olmuştur. Bu paylaşım ile birlikte yeni bir süreç başlamıştır. Öyle ki 2017 yılında Harvey Weinstein’e karşı ortaya atılan çok sayıda cinsel taciz iddiasının çeşitli medya organlarıyla ortaya çıkmasından sonra atılan bu tweet ve oluşturulan #MeToo ifadesi sosyal medya üzerinden viral olup yayılmaya başlamıştır(Chuack, 2017).

Alyssa Milano’nun attığı tweet dünyanın her noktasında bir çözülme etkisi yaratmıştır. Ünlü oyuncu bu tarz olayları bizzat kaç kişinin yaşadığını ortaya çıkartmak adına cinsel taciz ve bu eylemin boyutlarını göstermek için kullanmış olduğu ifadeleri ve yazdığı metni bir hashtag ile birlikte kullanılmasını teşvik etmeye çalışan bir adım atmıştır. Bu şekilde tacize uğrayan kadınların yalnız olmadığını ve bu kadınların konuşması gerektiğini vurgulamıştır(Burnbaum, 2017).

Milyonlarca sosyal medya kullanıcısı “Me Too” ifadesini hashtag ile birlikte İngilizce dilinde kullandıktan sonra bu paylaşımlar dünyanın farklı ülkelerine yayılmıştır. Bu şekilde farklı ülkelerin vatandaşları kendi özgün dillerinde #MeToo çevrimiçi toplumsal hareketine katılım göstermiş olmuştur. #MeToo kavramının bütün dünya çapında yayılım göstermesiyle birlikte birçok alanda değişiklikler yaşanmaya başlamıştır. Cinsel taciz mağdurlarına olan farkındalık ve empatinin artması, mağdur kişilerin seslerini duyurması için gerekli psikolojik destek ve özgüvenin verilmesi, bazı politika ve kanunlarda yapılan reformlar, konvansiyonel medyanın örtmeye çalıştığı cinsel taciz durumlarının yeni medya platformları üzerinden bütün dünya vatandaşlarıyla şeffaf bir şekilde paylaşılması gibi oldukça revizyonist adımların atılması birçok alanda yaşanacak olan değişimin başlangıcı olmuştur.

#MeToo açılımının A.B.D.’de yaşanmasından sonra dünyada birçok farklı ülkede işyerinde cinsel tacizin ortadan kaldırılması için kültürel normların değişip değişmemesi üzerine tartışmalar yaşanmıştır. Çocuklarla çalışan personellerin işe başlama izinleri verilmeden önce parmak izlerinin alınıp adli geçmişlerinin incelenmesini talep eden Amanda Burke aynı zamanda çocuklara, cinsel avcılarını bildirmeye yönelik seks eğitiminin verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca Burke, daha önce test edilmemiş tecavüz kitlerini işlemiden geçirmek, yerel okulların politikalarını yeniden incelemek, yerel okullarda çalışan öğretmenlerin incelemelerinin daha sıkı yapılması ve cinsel taciz politikalarının değişmesi konusunda attığı adımlarla günümüzde revizyonist bir kanaat önderi olmuştur(Snyder vd., 2022).

Profesör Daniel W. Drezner’e göre 2017’den önce büyük adımlar atılmasına rağmen #MeToo hareketinin viral olmasıyla birlikte yüksek profilli işyerlerinde cinsel taciz hakkındaki normları kısa sürede değiştirmiştir. #MeToo hareketi iki büyük kültürel değişime zemin hazırlamıştır. Bunlar, işyerinde cinsel tacizin kabul edilemez olduğunun kabul edilmesi ve daha az güçlü bir kişinin daha güçlü bir kişiyi cinsel tacizle suçladığında verilecek tepkinin “muhtemelen doğruyu söylüyor çünkü bu durumun halka açıklanma riski oldukça büyüktür” şeklinde olmasıdır. Ayrıca cinsel taciz ve saldırıya ulaşmayan eylemler de işyerleri için büyük tehdit oluşturmaktadır. Normal bir kişi, daha fazla imtiyazlara sahip güçlü birini cinsel tacizle suçladığında verilecek tepkinin “o şunu dedi, bu bunu dedi” şeklinde yapılacak dedikodular değil, suçlayan kişinin söylediği

ifadelerin muhtemelen doğru olduğuna inanılması olacaktır çünkü bu durumun kamuoyuna açıklanma olasılığı oldukça yüksektir(Drezner, 2018).

İşyerinde taciz ve suiistimale uğrama durumu sadece dev şirketler, kamuoyuna yüzünü dönük prodüksiyon şirketleri veya ana akım medyaya hizmet veren şirketlerin karşılaştığı sorunlar değildir. Bu durum küçük şirketleri de ilgilendirmektedir. Karen Firestone'un çalışmasında yer alan bulgulara göre A.B.D'de çalışanların %43'ü 50 veya daha az çalışanı olan kurumlarda çalışmaktadır. Yaygın bir bilginin aksine az çalışana sahip olan kurumlarda cinsel taciz oranının daha az olacağı algısı yanlıştır. Daha küçük firmalarda çalışan insanların ilişkileri potansiyel olarak daha yakın olacaktır. Çalışanların bu kadar sık ve yakın ilişkiler kurması herhangi bir tacizin etkisinin daha büyük olmasına neden olabilir. Ayrıca bu tarz küçük işletmelerde potansiyel olarak yaşanabilecek taciz davalarının maliyetleri, büyük şirketlere nazaran daha az kaynaklara sahip olan bu işletmelerde olumlu karşılanmayabilir ve bu yüzden işletme içinde yaşanabilecek taciz olaylarını daha kolay örtbas edilebilir. Bir diğer önemli nokta ise 30 kişiden az çalışana sahip şirketlerin resmi bir insan kaynakları birimlerinin olmamasıdır. Bu durumda işverenlerin değişen taciz yasalarına göre güncel bir işyeri davranışları kuralları tasarlaması, bu kuralları iletmesi ve çalışanları izlemesi konusunda daha fazla sorumluluk alması gerekmektedir. Bu çalışma koşullarına sahip şirketlerde yaşanabilecek potansiyel taciz durumlarında çalışanların direkt olarak şikâyetlerini iletebilecekleri bir mekanizmanın bulunmamaktadır. Resmi bir insan kaynakları departmanına sahip olmayan şirketlerde bu tarz konuların direkt olarak işveren ile görüşülmesi gerekmektedir. Çalışanların insan kaynakları ile iletişime geçmeleri işveren ile iletişime geçmelerinden daha kolay bir mekanizmaya sahiptir. İnsan kaynakları departmanı olmayan şirketlerde çalışanların karşı karşıya kaldıkları birçok potansiyel cinsel taciz raporu hiç açılmadan kapanmaktadır. #MeToo hareketinin etkisini, göz önünde olan büyük şirketlerde büyük bir şekilde görülmesine rağmen küçük şirketlerde aynı oranda etkinlik gösterememektedir(Firestone, 2018).

#MeToo hareketiyle birlikte okullarda ve işyerlerinde yaşanan cinsel taciz olaylarına karşı yürütülen yasaların ve güvenlik önlemlerinin değişmesi, cinsel taciz ve saldırıya uğrayan reşit olmayan bireyler için de bir farkındalık durumu ortaya çıkartmıştır. Stacy Teicher Khadaroo'nun çalışmasında yer alan bilgilere göre #MeToo hareketinin daha da yaygınlaşmasıyla birlikte üniversite aktivistleri "Başlık IX" kapsamında yer alan haklara

dayanarak kampüslerde yaşanan cinsel tacizleri önlemek ve tepki vermek için daha baskın adımlar atmaya başlamıştır. Fakat eğitim kurumlarında yaşan cinsel taciz olayları sadece üniversite kampüslerinde yaşanmamaktadır. Lise, ortaokul ve hatta ilkokul öğrencilerinin yaşadığı cinsel taciz durumlarına karşı gösterilmesi gereken ilgi gösterilmemiştir(Khadaroo, 2018).

Ulusal Kadın Hukuk Merkezi'nin (NWLC) 2017 yılında “Öğrenmesine İzin Ver” adlı araştırmasına göre, 14-18 yaş arası kız çocukları arasında yapılan ulusal bir ankette, katılımcıların %21'i rızaları olmadan öpüldüklerini veya dokunulduklarını ve yine 14 yaşındaki katılımcıların %8'i tecavüze uğradıklarını ifade etmiştir. Cinsel tacize maruz kalan bu çocukların geçirdiği travmaların, eğitim deneyimlerini nasıl etkilediğine çok az dikkat edilmiştir ve bu nedenle eğitim ihtiyaçları genellikle ele alınmamıştır(Patrick ve Chaudhry, 2017).

Farkındalık yaratmak isteyen ebeveynlerin ve kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan “Okullarda Cinsel Saldırımı Durdurun” çalışmaları sonucu #MeTooK12 hareketi oluşturulmuştur. Bu hareketin amacı ise K-12(12 yıllık zorunlu eğitimden önce verilen eğitim) okullarında potansiyel cinsel taciz ve cinsel şiddete karşı bir farkındalık yaratmak olmuştur. Bu hareket ile ebeveynler, taciz durumlarında okulların gereken sorumluluğu üstlenmesi, erken adım atılması, cinsiyet eşitliği, saygı ve sağlıklı ilişkiler kurulmasını teşvik etmeye çalışmıştır. Ayrıca #MeTooK12 hareketi, uzmanlar tarafından hazırlanan eğitim ve bilgilendirme materyalleri, kısa filmlerle yerel okulları, ebeveynleri ve halkı bilgilendirmeye yardımcı olmaya çalışmaktadır(Stop Sexual Assault in Schools, 2022).

3.5. #MeToo Hareketinde Erkeğin Rolü

#MeToo hareketinin sosyal medyada viral olmasından sonra tartışılan diğer bir önemli nokta ise bu akımda erkeklerin rolü olmuştur. Bu konu hakkında herhangi bir fikir birliği sağlanamamasına rağmen Profesör David Isaacs'ın çalışmasında yer alan bilgilere göre, kadınlara yapılan cinsel tacizin durdurulması için erkeklerin elle tutulur bir şeyler yapmasının ahlaki bir görev olduğu belirtilmektedir. Prof. Isaacs, erkeklerin cinsel tacizin her türüne karşı çıkması gerektiğini savunmaktadır(Isaacs, 2018: 341-342).

Erkeklerin de tıpkı kadınlar gibi cinsel tacize uğradığı yadsınamaz bir gerçek olmakla birlikte erkeklerin bu konuya verdikleri reaksiyon önem taşımaktadır. Harvey Weinstein

tarafından 1997 yılında tecavüze uğradığını açıklayan oyuncu Asia Argento, 2017 yılında viral olan #MeToo hareketinin en büyük ilk temsilcilerinden biri olmuştur. 19 Ağustos 2018 tarihinde The New York Times’da paylaşılan iddialara göre ise daha önce tecavüze uğrayan Asia Argento’nun aktör Jimmy Bennett’e cinsel istismarda bulunduğunu belirten birtakım ifadeler yer almıştır. İddia edilen cinsel istismar 2013 yılında yaşanmış ve bu sırada Jimmy Bennett henüz reşit değil ve 17. yaş gününden 2 ay geçmiştir. Oyuncu Bennett’in verdiği ifadeler göre Asia Argento ona alkol vermiş ve onunla cinsel ilişkiye girmiştir. California yasalarına göre reşit olmayan biriyle cinsel ilişkiye girdiği için tecavüz iddiasıyla suçlanabilecek olan Asia Argento bu olayların medyaya yansımından sonra Jimmy Bennett ile sessizce bir gizlilik anlaşması yapmıştır ve ona 380.000 dolar ödemeyi kabul etmiştir(Severson, 2018).

The New York Times’a vermiş olduğu açıklamalarda korktuğu ve utandığı için sessiz kaldığını söyleyen oyuncu Jimmy Bennett olay yaşandığı sırada reşit olmadığını vurgularken kendi adalet arayışında halktan gelecek reaksiyonu kaldıramayacağını düşündüğü için hikâyesini hemen açıklayamadığını belirtmiştir. O zamanlar(2013) erkek olarak böyle bir olayı yaşadığı için toplumda damgalanacağını düşünen oyuncu artık susmayacağını ifade etmiştir. Yaşanan bu olay ise genel anlamda kadın hakları ve kadına karşı cinsel tacizin durdurulması için oluşturulan #MeToo hareketinde erkeklerin de tacize uğrayabileceğini gösteren en önemli örneklerden biri olmuştur(Severson, 2018).

Feminizm görüşünün hâkim olduğu #MeToo hareketinde erkeğin konumu tartışmalı bir vaziyette bulunmaktadır. Kadınların uğramış olduğu cinsel taciz saldırılarına karşı olarak erkeklerin tutumları, bu toplumsal hareket için önem taşımaktadır. Ayrıca #MeToo hareketinin insanlara tanıtmış olduğu konuşma özgürlüğü sayesinde önemli bir devrim gerçekleştirmiş olması, cinsel taciz ve saldırı hakkında konuşmak için erkekleri de cesaretlendirmiştir. #MeToo hareketine biraz daha maskülen bir bakış açısı getirilerek oluşturulan #MenToo toplumsal hareketi sahte cinsel taciz iddialarına karşı mücadele etmek için Hindistan’da başlatılmış bir toplumsal harekettir. Bu hareketin yayılması ise 34 yaşındaki bir kadının, Bollywood aktörü Karan Oberoi tarafından defalarca tecavüze uğradığını ve ayrıca Karan’ın kendisinden zorla para ve hediyeler aldığını açıklamasının ardından oyuncunun tutuklanmasıyla birlikte meydana gelen süreçte yaşanmıştır. Karan Oberoi, mahkemede vermiş olduğu ifadede, iki tarafın da rızasının bulunduğu bir cinsel birlikteliğin meydana geldiğini ifade etmiştir. Karan Oberoi’nin tutuklanmasının

ardından Bollywood aktristi Pooja Bedi'nin başlatmış olduğu #MenToo kampanyası, insanların cinsiyetten bağımsız olarak yargılandığı bağımsız yasaların ve soruşturma sisteminin getirilmesini talep etmek amacıyla oluşturulmuştur(Bedi, 2019).

Dava sırasında ortaya sunulan deliller ışığında, müşteki ve sanık arasında geçen mesajlaşmaların incelenmesinin ardından davacı kadının gönüllü olarak hediye almış olduğu ve Karan Oberoi'nin hiçbir isteğı olmadığı ortaya çıkmıştır. Duruşmayı yöneten yargıç Dere, soruşturmayı gerektiğı gibi yönetmeyen polisi kınamış ve yeterli delil olmadığına istinaden Karan Oberoi nakit olarak ödenmesi gereken 50.000 Hindistan rupisi kefalet parası karşılığında serbest kalmıştır. Yaşanan bu vaka yanlış cinsel taciz suçlarının önemli bir örneğı olarak kayıtlara geçmiştir(Vidya, 2019).

#MenToo hareketinin dünya çapında yükseliş ve duyulmasına sebep olan ana olay ise ünlü Hollywood çifti Johnny Depp ve Amber Heard arasında gerçekleşen dava ile olmuştur. 2011 yılında gösterime giren “The Rum Diary” adlı filmde başrolleri paylaşan ikili, daha sonra özel hayatlarında da birbirleriyle görüşmeye başlamış ve 2015 yılının Şubat ayında resmi bir törenle evlenmiştir. Amber Heard 2016 yılının Mayıs ayında Johnny Depp'e boşanma davası açmıştır ve mahkemeye verdiği ifadede Johnny Depp'in alkol ve uyuşturucu etkisi altındayken kendisine psikolojik şiddet, sözel ve fiziksel saldırıda bulunduğunu belirtmiştir. Bütün bu ifadelere istinaden Johnny Depp'e karşı geçici bir uzaklaştırma emri çıkmıştır(Real, 2016).

Çiftin arasında geçen birçok telefon görüşmesi ve mesajlaşmanın sosyal medyaya yansımaları, Amber Heard'ün yayınlamış olduğu fotoğraflarda yüzünde yer alan şişlik ve yaraların da gözükmesiyle birlikte Johnny Depp tarafından maruz kaldığı fiziksel saldırı iddiaları daha da ciddileşmiştir. Johnny Depp ve avukatı ise bu saldırıları kabul etmemiştir ve ayrıca avukatın mahkeme dâhilinde Amber Heard'e karşı “durumu kötüye kullanım iddiasıyla birlikte erken bir finansal çözüm sağlamaya çalışma” ifadesi de bulunmaktadır(Npr, 2022).

Çift 2016 yılında mahkeme dışında 7 milyon dolarlık bir anlaşmaya varmıştır. 2017 yılında ise boşanma davası sonuçlanmış ve çift yasal olarak ayrılmıştır. Amber Heard anlaşma sonucu kazanmış olduğu 7 milyon doları ise hayır kurumuna bağışlamıştır. Fakat boşanma eylemi yaşanan olayların sonu olmamış, aksine yaşanacak birçok medya karmaşasının başlangıcı olmuştur. Amber Heard, medya ve kamuoyu nazarında cinsel

taciz ve fiziksel şiddetten kurtulmuş ve dahası erkek şiddetine boyun eğmeyen, #MeToo hareketinin en büyük simgelerinden biri olmuştur. Hollywood'un en meşhur aktörlerinden biri olan Johnny Depp ise medya ve kamuoyuna karşı olan bütün saygınlığını kaybetmiş ve dahası The Sun gazetesinde yayınlanan haberde “eş döven” olarak tanımlanmıştır. The Sun gazetesinin internet sitesinde yayınlanan bu haberdeki “eş döven” ifadesi ise bir süre sonra kaldırılmıştır. Bu gelişmeye karşılık olarak adını temize çıkartmak isteyen Johnny Depp 1 Haziran 2018 tarihinde The Sun gazetesine dava açmıştır. Johnny Depp'in avukatının sunduğu yasal iddialarda yer alan bilgilere göre #MeToo ve Time's Up hareketleri bağlamında kadına yönelik şiddet suçlarının etkisi ve daha önce Harvey Weinstein'in tacizine uğramış kadınların söylemleri ve yayımlanan makaleyle birlikte davacı Depp'in kariyeri bitirilmeye çalışılmıştır(Christodoulou ve Pollard, 2018).

İkili arasında yıllar içinde bazı karşılıklı davalar açılmış ve her iki taraf kendi haklılıklarını ispatlamak için sürekli yargıya başvurmuşlardır. Nihai dava ve duruşma ise 11 Nisan 2022 - 1 Haziran 2022 tarihleri arasında A.B.D.'nin Virginia eyaletinde gerçekleşmiştir. Davacı Johnny Depp kendisine karşı yapılan karalama iddiaları için Amber Heard'e 50 milyon dolarlık bir tazminat davası açmış ve buna karşılık olarak Amber Heard'de, Johnny Depp'e 100 milyon dolarlık bir tazminat davası açmıştır. Yaklaşık 2 ay süren davada jüri, Amber Heard'ün “cinsel şiddet ve aile içi istismar” durumu hakkındaki yorumlarının yanlış olduğuna karar vermiş ve Johnny Depp'e karşı kötü niyetli bir karalama yapıldığı ortaya çıkmıştır. Yargıcın aldığı karara göre Amber Heard, Johnny Depp'in itibarını zedelediği için 10.35 milyon dolar tazminat ödeme yükümlülüğünde olmuştur(Roche, 2022).

Modern tarihin en büyük ve en medyatik davalarından biri olan bu sürecin har anı canlı olarak milyonlarca insan tarafından takip edilmiştir. Özellikle ikilinin mahkeme süreci sırasındaki beden dilleri, ruhsal tavırları sosyal medya kullanıcılarının dikkatini oldukça çekmiştir. İkilinin verdiği mahkeme ifadelerinin görüntüleri sosyal medyada milyonlarca kez izlenilmiş ve paylaşılmıştır. Bu süreçte Johnny Depp sosyal medya kanadında çok büyük bir destek görmüştür. Özellikle Amber Heard'ün mahkemeye sunmuş olduğu delillerin bir dayanağının olmaması ve hatta Johnny Depp'in bu evlilik sürecinde fiziksel saldırıya ve tehdide maruz kaldığını onaylayan ses kayıtlarının mahkemeye sunulması yıllardır süregelen birçok durumu tersine çevirmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının

yorumlarında ise erkeklerinde şiddete ve iftiraya uğrayabileceğini belirten birçok yorum paylaşılmıştır. Bu süreçte Amber Heard'ün dışında en büyük zararı alan oluşum ise #MeToo hareketi olmuştur. #MeToo hareketinin özellikle cinsel tacize uğramış kadınlara karşı konuşma özgürlüğü getirmiş olması yadsınamaz bir gerçek olmakla birlikte bazı kişilerin bu hakkı kötü niyetle suiistimal edebileceği bütün dünya vatandaşlarının gözünün önünde kanıtlanmıştır. Özellikle sonlanan bu davadan sonra #MeToo hareketi farklı topluluklar tarafından ters tepkiler almaya başlamıştır.

3.6. #HimToo Toplumsal Hareketi

#HimToo, cinsel saldırı ve sahte tecavüz iddialarına karşı erkek kurbanları destekleyen, sosyal medyada ortaya çıkmış bir toplumsal harekettir. #HimToo hareketi, cinsel saldırı duruşmalarından önce erkeklerin suçlu olarak belirtilmemesi gerektiğini savunmaktadır. Bu durum ise hukukta yeri olan suçsuzluk karinesi ile bağdaştırılmaktadır. Suçsuzluk karinesine göre herhangi bir bireyin suçu ispatlanmadıkça mahkûm edilmesi mümkün değildir (Arslan, 2021). Özellikle cinsel saldırı duruşmalarında potansiyel olarak yaşanabilecek sahte tecavüz iddialarına karşı erkekler için adalet çağrısı yapan #HimToo hareketi destekçileri #MeToo hareketi destekçilerinin bir antitezi olarak görülmektedir. #HimToo hareketi 2016 yılında siyasi çağrışım yapan bir hareket olmakla birlikte tecavüz iddialarıyla anılan bir oluşum olmamıştır. (O'Neil, 2018).

#HimToo hareketinin dünya çapında duyulmasına neden olan olay ise, "BlueStarNavyMom3" adlı Twitter kullanıcısının 6 Ekim 2018 tarihinde atmış olduğu tweet ile yaşanmıştır. Atılan bu tweet'de bir annenin söylemleri yer almaktadır. Söz konusu olan bu tweet'de *"Bu benim oğlum. O, askeri kamptan birincilikle mezun oldu. USO ödülüyle ödüllendirildi. O, A okulunda birinciydi. O, kadınlara saygı duyan bir centilmen. Radikal feministler tarafından dayatılan sahte cinsel taciz iddialarının olduğu mevcut durumda baş başa bir buluşmaya gitmeyecek. Oy verdim #HimToo"* açıklamaları yer almıştır (Flynn, 2018).

Atılan bu tweet'den sonra Pieter Hanson adlı kişi bu paylaşımı yapan kişinin annesi olduğunu açıklamıştır ve bu konuyla alakalı olarak bir tweet atmıştır. Bu tweet'de ise *"O benim annemdi. Bazen sevdiğimiz insanlar farkında olmadan bizi inciten şeyler yaparlar. Bunu tersine çevirelim. Kadınlara saygı duyuyorum ve inanıyorum (#BelieveWomen ifadesini hashtag ile kullanıyor) #HimToo hareketini hiçbir zaman desteklemedim ve*

desteklemeyeceğim. Ben gururlu bir donanma emeklisiyim. Kedi babası ve dostu. Twitter, bu mizah oyunu ortada” ifadeleri yer almaktadır(North, 2018).

Pieter Hanson annesinin attığı tweet internet âleminde çok konuşulmuş ve viral etkisi göstermiştir. Hatta öyle ki atılan bu tweet üzerine bir sosyal medya akımı başlamış ve bu tweet’i mizahi dille eleştiren birçok paylaşım yapılmıştır. Fakat yine de atılan tweet ile birlikte erkeklerin #MeToo hareketi üzerindeki konumundaki tatışmalar devam etmiştir. Dönemin A.B.D. başkanı Donald Trump, cinsel taciz iddialarını ciddiye almanın erkeklerin hayatlarını gereksiz yere mahvetmek anlamına geldiğini ifade etmiştir ve bu şekilde toplumda oluşabilecek çeşitli karışıklıklara zemin hazırlamıştır(Rietzen, 2018).

3.7. #MeToo Hareketinin Türkiye’ye Yansıması

2017 yılında bütün sosyal medya platformlarında viral etkisi gösterip birçok dünya ülkesinde farklı reaksiyonlar alan #MeToo hareketi Türkiye’de de adından bahsettirmiştir. Cinsel taciz ve şiddete uğrayan kadınlara özellikle sosyal medya üzerinden konuşma özgürlüğü konusunda devrim sağlayan #MeToo hareketi Türkiye’de, medya, sinema, edebiyat, eğitim ve farklı alanlarda isimlerini duyurmuş kişilerin yapmış olduğu cinsel taciz suçlarının, kurbanlar tarafından ortaya çıkartılması durumuyla kullanılmıştır.

#MeToo hareketinin getirmiş olduğu konuşma özgürlüğü ile birlikte Türkiye’de ortaya çıkarılmış cinsel taciz saldırılarının önemli örneklerinden biri Yardımcı Doçent Doktor Murat Parker’in, danışanı Ayşe’ye karşı işlemiş olduğu cinsel taciz suçudur. Yaşamış olduğu stresli günler sebebiyle ilk tez psikoterapi desteği alan danışan, 2015 yılında bu sürecin çok uzadığını ve verim alamadığını düşündüğü için psikoterapi desteği almayı bırakmayı düşünür fakat terapisti tarafından hasta-doktor yakınlığını aşan fiziksel temaslara maruz kalmıştır. Danışan, bu fiziksel temasla ilk kez karşılaştığında bunun bir şefkat göstergesi ve terapi tekniği olduğunu düşünmüştür. Fakat bir sonraki terapi seansında fiziksel temasların daha da artması, terapistin “*Yapmamam gerek, senin terapistinim. Ama seni hep çekici bulmuşumdur*” ifadeleri ve danışanına karşı yapmış olduğu fiziksel temasların dozunun giderek yükselmesi ve daha sonrasında ise attığı sms ile psikolojik şiddet de devreye girmiştir(Alphan, 2019).

Başına gelenlerin tıbben tespitinin yapılabilmesi için Adli Tıp'a başvuran Ayşe'nin ruhsal durumu daha kötü hale gelmiş ve muayene sonuçları, anlatmış olduğu cinsel tacizle örtüştüğü ortaya çıkmıştır. Şikâyetçi olan Ayşe *"Beş yıldır neredeyse her hafta terapiye gittim. Sonuçta bana kalan büyük bir acı, travma ve insanlara güvensizlik oldu. Yargıya intikal etmemesi için tüm seans paralarını ödeme teklifinde bulundular. Kabul etmedim. Sadece adalet duygusuna olan inancımın ve başkalarına da bunu yapacağını bildiğimden, cezasız kalmasını istemedim"* ifadelerini kullanmıştır.

Bu vakadaki önemli nokta ise cinsel tacize uğrayan kişinin adeta suskunluk sarmalını kırarak *"Derdim yaşadıklarımı başkalarının yaşamaması"* ifadesini kullanması ve özellikle bu vakanın araştırılmasında sosyal medyanın kolektif bilinçle kullanılmasıdır. 2019 yılında istinaf mahkemesinden 4 yıl 2 ay ceza alan Yardımcı Doçent Doktor Murat Parker'in cezası 2020 yılında iyi halden tamamen kaldırılmıştır(Alphan, Twitter, 2020).

Türkiye edebiyatı dünyasında da etkisini hissettiren #MeToo hareketi, cinsel taciz suçu işlemiş bazı yazarların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yazarlar ifşa edilmesi sonucu işlemiş oldukları taciz suçlarına müteakip bazı yaptırımlara maruz kalmışlardır. İşlemiş olduğu taciz suçlarını kabul etmiş olan yazar Hasan Ali Toptaş, kendi Twitter profilinden bir özür mesajı paylaşmıştır. Hasan Ali Toptaş'ın bu paylaşımı sosyal medya kullanıcıları tarafından samimi bulunmamakla birlikte çok büyük tepkiler almıştır. Yaşanan bu ifşa durumunun beraberinde birçok farklı yazarın işlemiş olduğu taciz suçları sosyal medya kullanıcıları tarafından ifşa edilmiş ve bu duruma karşı kolektif bir bilinç oluşmaya başlamıştır(Yeşil Gazete, 2022).

Türkiye edebiyatı dünyasındaki #MeToo hareketinin en çarpıcı örneklerinden biri ise yazar İbrahim Çolak tarafından taciz edilen birçok kadının #MeToo etkileşimiyle birlikte sosyal medyada yapmış olduğu paylaşımlar olmuştur. İbrahim Çolak'ın taciz ettiği kadınların sosyal medya üzerinden yaptıkları paylaşımlar ile birlikte bu durum açığa çıkmıştır. Cinsel taciz suçlamalarını kabul eden İbrahim Çolak kendini asarak intihar etmiştir(Atilla, 2020).

#MeToo hareketine Türkiye'de farklı reaksiyonlar almıştır. Bu tarz sosyal medya aktivizm hareketleri Türkiye'de #MeToo hareketi ile başlayan ir süreç değildir. Şubat 2015 tarihinde 19 yaşında bir üniversite öğrencisi olan Özgecan Aslan'ın vahşi bir şekilde tecavüz girişimi sonucu öldürülmesi Türkiye'de hem kamusal hayatta hem de sosyal

medyada büyük bir infial yaratmıştır. Yaşanan bu trajik olaya müteakip ünlü kişilerin de bulunduğu pek çok kadın #SenDeAnlat etiketini kullanarak yaşamış oldukları cinsel taciz vakalarını sosyal medya üzerinden anlatmıştır(Yaman, 2018).

#SenDeAnlat hareketi, 16 Şubat 2015 tarihine kadar (bir gün içerisinde) Twitter trendleri arasında bütün dünyada üçüncü sırada yer almıştır. Bu süre zarfından #SenDeAnlat etiketi altında 440.000 tweet paylaşılmıştır. Paylaşılan tweetlerde hikâyelerini anlatan bazı kadınların 5 yaşında tacize uğradığı, bazı lise öğrencilerinin giymiş olduğu okul kıyafetinden dolayı sözlü tacize uğradığı birçok farklı taciz tecrübesi yer almaktadır(O’Conner, 2015).

Türk medyasında ilk #MeToo ifşası olarak değerlendirilen durum gazeteci Melis Alphan’ın 22 yaşındayken dedesinin gazeteci bir arkadaşı tarafından tacize uğradığını açıklamasıdır. Adı açıklanmayan gazeteci, “*Sen bana dede yadigârısın*” söylemiyle birlikte Melis Alphan’ı eski fotoğraflarını göstermek için evine davet eder. Melis Alphan, dedesi hakkında konuşulacağı ve Cumhuriyet yılları hakkında bir belgesel yapılabileceği düşüncesiyle bu daveti kabul etmiştir. İfade edilen duruma göre taciz iddiasıyla itham edilen kişinin herhangi bir şekilde haber yapma ve buna ilişkin herhangi bir gayesi bulunmayıp tamamen taciz etme isteği bulunmuştur. Davet edildiği evde aniden ışıkların söndürüldüğünü ve kolundan çekildiğini ifade eden Melis Alphan, saldırgandan kurtulmuştur(Eğin, 2020).

Türkiye sosyal medyasında #MeToo hareketi ile ilişkilendirilen bir diğer sosyal medya aktivizm hareketi ise #UykularınızKaçsın etiketi altında paylaşılan tweet’ler olmuştur. Aslında bir sosyal medya hareketi olarak başlamayan bu etiket orijinal olarak ilk defa bir pankart yazısında kullanılmıştır. Bu pankart yazısında “Uykuların kaçsın ben de ne zaman ifşa edileceğim diye” cümlesi yer almaktadır. 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddetle Uluslararası Mücadele Günü için hazırlanan bu pankartın yaratıcısı Sevcan Çamlıdağ, kadınlara karşı sistematik bir şekilde yapılan cinsel taciz, fiziksel ve psikolojik şiddet suçları yüzünden uykusunun kaçtığını ve artık bu suçların ifşa edilmesine müteakip olarak “uykularınız kaçsın” söyleminin naif bir temenni olduğunu ifade etmiştir. Hazırlanılmış bu pankart protesto günü çok fazla ilgi görmemekle birlikte sadece birkaç farklı kişi tarafından fotoğrafı çekilmiştir. Fakat bu pankart #UykularınızKaçsın etiketinin

ana temeli olmuştur ve birçok kadın kolektif bilinçle sosyal medyada bu etiketi kullanarak yaşamış oldukları cinsel taciz tecrübelerini anlatmıştır(İbrahimoglu, 2020).

Türkiye’de sosyal medya platformlarında #MeToo hareketiyle ilişkili olarak birçok dijital aktivizm hareketi ve kampanya başlamıştır. Bu kampanyalardan biri de “Biz Takipteyiz” adlı oluşum olmuştur. Türk dizi sektöründe bir ilk olarak değerlendirilen bu oluşum Fox Tv’de yayınlanan “Yasak Elma” dizisinde yer alan Talat Bulut adlı oyuncunun dizi setinde kostüm çalışanı bir kadını taciz etmesi olayına karşılık olarak verilen takipsizlik kararına karşı olarak verilmiş bir tepki olarak doğmuştur. Burcu Karakaş’ın araştırma çalışmasında yer alan bilgilere göre aynı dizinin setinde yer alan farklı bir kadın set çalışanının da, bu taciz olayının basına yansımından sonra yine Talat Bulut tarafından mesaj yoluyla rahatsız edildiği belirtilmektedir. Yaşanan bu olaylara karşı delil yetersizliği sebebiyle dizinin yapımcısı Fatih Aksoy, adı taciz iddialarıyla geçen oyuncuyla çalışmaya devam etmiştir(Karakaş, 2018).

Türk sinemasındaki ve televizyonculuğundaki cinsiyetçi söylem ve tavırların önüne geçmek için, bu sektördeki kadın yapımcılar tarafından kurulmuş olan “Mor Yapımcılar”, “Yasak Elma” dizisinin setinde yaşanan taciz iddialarına karşı bir imza kampanyası oluşturmuştur. Bu imza kampanyasında, sinemacılık ve televizyonculuk sektöründe çalışan kadınların yanında olduğunu belirten “Mor Yapımcılar” oluşumu üyeleri, adı taciz iddiası ile geçen herhangi bir erkek oyuncu ile çalışmayacağını belirten bir bildiri de yayınlamıştır(Ekmek ve Gül, 2018).

Mor Yapımcılar tarafından gerçekleştirilmiş bir diğer aktivizm hareketi ise #BenGülmüyorum adlı etiketin oluşturulması olmuştur. Yönetmen Mehmet Eryıldız’ın sosyal medyada paylaşmış olduğu, farklı erkek yapımcı ve yönetmenlerin bulunduğu bir fotoğraf karesinde “Me too kampanyasına destek için toplandık :)” ifadesine yer verilmiştir ve bu fotoğrafta yer kişilerin hepsi gülümsemektedir. Mor Yapımcılar bu paylaşımına karşı #BenGülmüyorum etiketiyle bir bildiri yayınlamış ve bildiride, #MeToo hareketinin birçok tacizciyi ortaya çıkartan ciddi bir oluşum olduğu ve Mehmet Eryıldız’ın paylaşımının cinsiyetçi olduğu ifade edilmiştir(Bianet, 2018).

3.7.1. İstanbul Sözleşmesi

İstanbul Sözleşmesi, kadına karşı her türlü şiddeti durdurmayı amaçlayan, kadına karşı her türlü ayrımcılığı ortadan kaldırmaya çalışan, kadın ve erkek eşitliği konusunda gerekli adımların atılmasını sağlayan, aile içi şiddetin önüne geçmeye çalışan, kadına karşı uygulanan sistematik şiddetin önüne geçip bu konu hakkında uluslararası anlaşmalarla birlikte tedbirler almaya çalışmaktadır. 11 Mayıs 2011 tarihinde İstanbul’da gerçekleşen Avrupa Konseyi Balkanlar Toplantısı’nda, “Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi” orijinal adıyla hayata geçmiş olan bu sözleşmeye imzayı atan ilk ülke Türkiye olmuştur ve günümüzde kısaca “İstanbul Sözleşmesi” olarak anılır. Bu sözleşme, Temmuz 2020 tarihi itibarıyla 45 ülke ve Avrupa Birliği tarafından imzalanmıştır(Avrupa Konseyi, 2011: 3-5).

20 Mart 2021 tarihinde Türkiye Cumhurbaşkanlığı’nın yapmış olduğu açıklamada, başlangıçta İstanbul Sözleşmesi’nin kadın haklarının güçlendirilmesine dair teşviklerde bulunduğunu fakat daha sonra Türkiye’nin ailesel ve toplumsal değerleriyle bağdaşmayan eşcinselliği normalleştirmeye çalışan bir kesim tarafından manipüle edildiği yer almaktadır. Bu nedenlerle Türkiye, İstanbul Sözleşmesi’nden tek taraflı olarak çekilmiştir. Bu sözleşmeyi imzalayan ülkeler arasından çekilen ilk ve tek ülke Türkiye olmuştur(Türkiye Cumhuriyeti İletişim Bakanlığı, 2021).

3.7.2. İstanbul Sözleşmesi Yaşatır

Türkiye’nin İstanbul Sözleşmesi’nden çekilmesi hem iç hem dış basında büyük bir yankı uyandırmış. Özellikle sosyal medya kullanıcıları tarafından büyük tepkiler alan bu kararı eleştirmek için #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketi oluşturulmuştur. Bu etiketi kullanan sosyal kullanıcıları, artan kadın cinayetleri ve kadına karşı şiddeti engelleme ve durdurma konusunda İstanbul Sözleşmesi’nin önemini belirten paylaşımlar yapmıştır. #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketiyle birlikte sosyal medya üzerinden kolektif bilinçle örgütlenen kadın toplulukları, alınan bu kararı protesto etmek için Türkiye’nin birçok farklı şehrinde toplanmıştır. Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu’nun paylaştığı verilerde kadın cinayetlerinin her geçen yıl arttığı ve kayda geçmeyen birçok şüpheli ölümün olduğu belirtilmiştir(Gül, 2021).

İstanbul Barosu'nun resmi internet sitesinde paylaşmış olduğu bildiride ise #İstanbulSözleşmesiYaşatır ifadesinin basit bir slogan veya bir etiket olmadığı belirtilmiştir. İstanbul Sözleşmesi'nden tek taraflı gerçi çekilmenin negatif etkilerinin, cinsiyet eşitliği, adil ve hür bir toplum olmaktan uzaklaşmak olduğu da ifade edilmektedir(İstanbul Barosu, 2021).

3.7.3. #ChallengedAccepted

Bir sosyal medya aktivizm hareketi olan #ChallengedAccepted, #MeToo ve #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketleriyle birlikte milyonlarca sosyal medya kullanıcısı tarafından kullanılmıştır. #ChallengedAccepted hareketi, vahşi bir şekilde katledilen Pınar Gültekin'in ölümüne müteakip olarak dünya çapında yayılım göstermiştir. Bu hareketteki amaçlar ise her kadın arasında bir takdir ve teşekkür ifadesi göstererek kadınlar arasındaki dostluk ve kardeşlik bağını daha da güçlendirmektir. Kadın sosyal medya kullanıcıları bu etiketle birlikte siyah beyaz fotoğraflarını paylaşarak kadına karşı işlenen sistematik şiddet eğilimine karşı dur demeye çalışmıştır(Andrew, 2020).

Bu etiket altındaki paylaşımlar başlangıçta sadece Türkiye'deki ünlü kadınlar tarafından yapılmış ve daha sonra dünya çapında tanınan Jessica Biel, Jennifer Aniston, Evan Rachel Wood ve nice ünlü kişiler de bu paylaşımlara katılmışlardır. Bu etiket dünya çapında viral olmuştur ve çok kısa süre içerisinde sadece Instagram üzerinden 4.5 milyon kez kullanılmıştır. #ChallengedAccepted etiketiyle de birlikte kullanılan #İstanbulSözleşmesiYaşatır etiketi de dünya çapında viral olmuştur(Bbc News Türkçe, 2020).

4. BÖLÜM: SUSKUNLUK SARMALI BAĞLAMINDA #METOO HAREKETİNİN SOSYAL MEDYA KULLANICILARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Araştırmanın dördüncü ve son bölümde neden bu konunun seçildiği ele alınmıştır. Odak grup görüşmesinin ne olduğu ve nasıl yapıldığı ele alınmıştır. Yapılan odak grup görüşmeleriyle birlikte #MeToo hareketinin sosyal medya kullanıcıları üzerindeki etkisi maddeler halinde açıklanmaya çalışılmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın çıkış noktası Türkiye’de kadına yönelik cinsiyetçi söylem ve taciz olaylarının yıllardır süren büyük bir toplumsal sorun olduğu düşüncesidir. Türkiye’de toplum gelenekleri hala çok büyük bir önem taşımaktadır. Bu toplum gelenekleri aile yapısı ve çocukların yetiştirilme şekliyle büyük oranda ilintilidir. Türkiye’de bir kadının toplum içerisinde cinsiyetçi söyleme veya tacize maruz kaldığını açıklaması, geleneklerine bağlı bazı bireyler tarafından uygunsuz olarak görülebilecek davranış biçimlerine girebilmektedir. Bu tarz durumlarda toplum içerisinde mağdur olan kişinin suçlanması ve hatta toplumdan dışlanabilmesi görülebilmektedir. Bu yüzden geleneklerine bağlı bölgelerde yaşayan kadınlar toplum içerisinde suskun kalmaya itilmektedir. Bu durum suskunluk sarmalı teorisinin dinamiğine örnek olmaktadır.

Her geçen yılda modernizmi ve gelişimi kucaklayan insanların toplum davranışlarında gelişmeler meydana gelmiştir. Toplumda eksiliği görülen ve kitlesel medyada yer bulamayan önemli olgular sosyal medya aracılığıyla gündeme gelmeye başlamıştır. Türkiye toplumunda hala çözümü bulunamayan en sorunlardan biri de kadına karşı cinsiyetçi söylem, şiddet ve taciz olaylarıdır. Dünya çapında bu durumları gündeme getirmek için birçok sosyal medya hareketi başlamıştır. Bu hareketlerin en çok yankı uyandıran örneklerinden biri ise #MeToo sosyal medya hareketidir. A.B.D.’de başlayan bu hareket milyonlarca katılımcının dâhil olmasıyla birlikte bütün dünyaya yayılmıştır. #MeToo hareketi tacize uğrayan kadınları suskunluklarını bozmaya devam eden dijital aktivizm hareketidir. Tacize uğrayan kadınların tacizcilerini ifşa ettikleri bu hareket farklı ülkelerde değişik reaksiyonlar almıştır.

Çalışmanın ana sorunsallarını oluşturan ögeler ise bir kadın cinsiyetçi söylem veya taciz durumuyla karşı karşıya kaldığı zaman o an nasıl tepki gösterir, toplum içerisinde davranışları nasıl olur? Başından geçen bu durumları sosyal medya üzerinden anlatabilir mi? #MeToo veya diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım gösterip başından geçen bu şeyleri anlatabilir mi? Bütün bu sorular cinsiyetçi söylem veya tacize maruz kalan kadının sosyal medya üzerinde suskunluk sarmalını kırıp kıramadıklarını ortaya çıkarmaya çalışacaktır.

4.2. Araştırmanın Önemi

Kadına yönelik şiddet, cinsiyetçi söylem, taciz durumları çok uzun süredir toplumların en büyük ve en hassas sorunlarından biridir. Toplumdan topluma değişen kendini ifade etme sürecine müteakip olarak kadınlar bu tarz durumlarla karşı karşıya kaldıklarında çoğu zaman susma eğilimi göstermiştir. Bunun sebebi ise toplumdan dışlanma korkusu, toplumun onlara inanmayacağını düşünme ve hatta can güvenliğinden endişe duymaktır. Öyle ki tacize uğrayan kadınlar utanç duydukları için de sessizliğe büründükleri olmuştur. Yaşayan bir organizma olan toplumlar da insanlarla birlikte bir devinim halinde gelişmektedir. Gelişen insan toplulukları modern hayatın getirisiyle birlikte daha açık görüşlü bir hale gelmiştir. Günümüzde kadınların bu tarz olumsuz durumlara karşı sessiz kalma durumu geçmişe nazaran daha düşüktür. Bu çalışma cinsiyetçi söylem ve tacize maruz kalan kadınların bu durumlara karşı hem normal hayatta hem de sosyal medyada nasıl tepki verdiklerini bizzat birinci ağızdan anlamaya çalışmıştır. Bundan dolayı bu çalışma sosyal medya aktivizm hareketleri ve özellikle kadın haklarına yönelik sosyal medya aktivizm hareketlerini inceleyen literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.

4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma çalışması Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi birinci öğretim kadın öğrencileriyle sınırlandırılmıştır. Bu araştırmanın sadece kadınlarla sınırlandırılmasının sebebi ise #MeToo sosyal medya hareketinin kadınlara yönelik cinsiyetçi söylem ve taciz olaylarının kadınlar tarafından ifşa edilmesiyle olan ilişkisinden dolayıdır.

Araştırma çalışmasında iletişim fakültesinin bütün bölümlerinin bütün sınıflarına ayrı ayrı 14 farklı odak grup görüşmesinin yapılması hedeflenmiştir. Halkla ilişkiler ve reklamcılık, gazetecilik, radyo televizyon ve sinema bölümlerinin son sınıfları hariç 11

farklı odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmeleri 12-29 Aralık 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Son sınıflara ulaşamamasının sebebi ise öğrencilerin staj ve proje görevleri sebebiyle okulda toplu bir şekilde bulunmamalarından kaynaklanmaktadır.

Araştırma çalışmasının odak grup görüşmeleri esnasında görülen en büyük dezavantaj gönüllü katılımcıları ikna etmenin zorlukları, her odak grup görüşmesi için aynı sınıftan 6 gönüllü katılımcıyı aynı zamanda bulup ikna etmek ve görüşmelerin sadece kadın öğrencilerle yapıldığı için potansiyel katılımcı sayısının ortalama olarak yarıya düşmesidir.

4.4. Yöntem

Bu araştırma çalışmasında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan odak grup görüşmesi tekniği uygulanmıştır. Odak grup görüşmesinin seçilmesinin sebebi ise araştırmada suskunluk sarmalı teorisinin kuramsal çerçeve olarak seçilmesidir. Ayrıca suskunluk sarmalı teorisiyle kurulan bu araştırmada katılımcılarla bizzat yüz yüze görüşmek ve onların söyleyeceği farklı ifadeleri duymak önem arz etmektedir. Odak grup görüşmelerinde her katılımcıya 10 farklı soru sorulmuştur. Odak grup görüşmelerinde sadece iletişim fakültesi birinci öğretim kadın öğrencileri katılım göstermiştir. Her odak grup görüşmesinde toplam 6 gönüllü katılımcı yer almıştır. Bu araştırmaya toplamda 66 gönüllü katılımcı katılmıştır.

4.5. Veri Toplama

Odak grup görüşmesinde sorular 11 farklı oturum eşliğinde yüz yüze sorulmuştur. Katılımcılara hiçbir şekilde isimleriyle hitap edilmemiştir. Sorular katılımcılara tek tek sırayla sorulmuştur. Her odak grup görüşmesinde ses kaydı alınmıştır. Ses kaydının alınmasının sebebi ise görüşme esnasında katılımcıların vermiş olduğu her detayı eksiksiz bir şekilde öğrenebilmektir. Ses kaydı alınmasının bir diğer sebebi ise katılımcıların verdiği cevapları not almaktan daha kolay bir kaydediş yöntemi olmasıdır. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar hiçbir şekilde değiştirilmeden araştırmaya aynı şekilde aktarılmıştır.

4.6. Araştırmanın Temel Soruları

Sosyal medyadaki aktivizm hareketleri hakkında gerekli araştırmalar yapıldıktan sonra tez çalışması kadın haklarına yönelik olan sosyal medya aktivizm hareketlerine indirgenmiştir. Dünya çapında kadın haklarına yönelik olan en büyük sosyal medya hareketlerinden birinin #MeToo olduğu ortaya çıkmıştır. Odak grup sorularında katılımcıların sosyal medya alışkanlıkları hakkında bilgiler edinilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların #MeToo hareketi hakkındaki bilgileri ve bu harekete katılıp katılmadıkları hakkında bilgiler edinilmiştir. Katılımcıların cinsiyetçi söylem veya tacize maruz kaldıklarında bu durumu sosyal medya üzerinden paylaşp paylaşmadıkları konusunda farklı reaksiyonlar içeren görüşler ortaya çıkmıştır. Araştırma çalışmasında yer alan temel sorular ise şu şekildedir;

- Günde ortalama sosyal medyada ne kadar vakit geçirirsiniz ve en çok tercih ettiğiniz sosyal medya platformu hangisidir?
- Suskunluk sarmalı teorisi hakkında bilginiz var mı?
- Daha önce herhangi bir kişi tarafından cinsiyetçi söyleme veya uygun olmayan bir hitap diline maruz kaldınız mı?
- Sosyal medya üzerinden tanımadığınız bir kişi tarafından uygunsuz bir mesaj aldınız mı?
- Eğer herhangi bir şekilde cinsiyetçi söyleme veya uygunsuz bir hitap tarzına maruz kaldıysanız toplumdan dışlanacağınızı düşündüğünüz için sessiz kaldığınız oldu mu?
- Eğer herhangi bir şekilde cinsiyetçi söyleme veya uygunsuz bir hitap tarzına maruz kaldıysanız nasıl hissettiniz/ne yapmak istediniz?
- Sosyal medyadaki aktivizm hareketleri hakkında ne düşünüyorsunuz?
- #MeToo sosyal medya aktivizm hareketini daha önce duymuş muydunuz?
- Sizce toplumun #MeToo hareketine ihtiyacı var mı?
- Başınızdan geçen bir cinsiyetçi söylemi/taciz olayını #MeToo etiketi veya diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerinin etiketini kullanarak sosyal medya üzerinden paylaştınız mı?

4.7. Cinsiyetçi Söylem ve Taciz Durumuna Verilen Tepkiler, Sosyal Medya

Aktivizm Hareketleri Hakkındaki Düşünceler ve #MeToo Hareketine Katılım

Sosyal medya her geçen yılla birlikte hayatımızda daha fazla önem arz eden bir yere sahip olmuştur. İnsanların sadece eğlenceli vakit geçirdikleri sanal platformlardan çok daha fazlası olan sosyal medya artık toplumda eksiklikleri görülen kavramlar üzerinde gündem oluşturulan önemli mecralar haline gelmiştir.

Bu çalışmanın ana konusu olan cinsiyetçi söylem ve taciz durumlarında kadınların hem toplum içerisinde hem de sosyal medya üzerinden nasıl tepki verdiklerini ortaya çıkartmaktır. 11 farklı odak grup görüşmesinin yapıldığı bu araştırma çalışmasında katılımcıların sosyal medya içerisinde suskunluk sarmalını kırıp kırmadıkları, #MeToo ve diğer ilişkili sosyal medya hareketlerine katılıp katılmadıkları saptanmıştır. Sorulan sorulara oldukça farklı reaksiyonlar gelmiştir. Sorulan her sorunun cevapları farklı başlıklar altında analiz edilmiştir. Odak grup görüşmelerine katılan katılımcıların vermiş olduğu cevaplara, tez metninin akışını bozmaması için ekler bölümünde yer verilmiştir.

4.7.1. Çalışmaya Katılan Grupların Genel Bilgileri

Bu araştırma çalışmasında Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi birinci öğretimde yer alan kadın öğrenciler katılmıştır. İletişim fakültesinin her bölümünü temsil etmesi için her sınıftan 6 kişilik grupların oluşturulduğu odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmaya sadece iletişim fakültesinin son sınıf öğrencilere katılım göstermemiştir. Bunun sebebi ise öğrenciler staj ve proje görevleri sebebiyle okula toplu bir şekilde gelmemeleridir. Aşağıda yer alan tablolarda katılımcılar katıldığı odak grup görüşmelerinin sırası, bölümleri, sınıfları, sosyal medyada geçirdikleri vakit, en çok tercih ettikleri sosyal medya platformları ve katılımcıların yaş bilgileri yer almaktadır.

Tablo 1: Odak Grup 1, 1. Radyo Televizyon ve Sinema 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 1	Ortalama 6-7 saat	Instagram,Twitter	Yaş: 18
Katılımcı 2	Ortalama 5 saat	Twitter	Yaş: 18
Katılımcı 3	Ortalama 3-4 saat	Instagram,Whatsapp	Yaş: 19
Katılımcı 4	Ortalama 5-6 saat	Youtube,Instagram	Yaş: 18
Katılımcı 5	Ortalama 7-8 saat	Instagram,Youtube	Yaş: 18
Katılımcı 6	Ortalama 3 saat	Youtube	Yaş: 42

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2: Odak Grup 2, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 3. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 7	Ortalama 3-4 saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 8	Ortalama 5-6 saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 9	Ortalama 4-5 saat	Instagram,Youtube	Yaş: 20
Katılımcı 10	Ortalama 6-7 saat	Twitter	Yaş: 20
Katılımcı 11	Ortalama 4-5 saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 12	Ortalama 6-7 saat	Instagram	Yaş: 20

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3: Odak Grup 3, Gazetecilik 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 13	Ortalama 18 saat	Tiktok, Instagram	Yaş: 18
Katılımcı 14	Yarımşar saat	Twitter,Facebook	Yaş: 40
Katılımcı 15	Ortalama 5-6 saat	Instagram, Twitter	Yaş: 18
Katılımcı 16	Ortalama 2-3 saat	Instagram,Whatsapp	Yaş: 18
Katılımcı 17	Ortalama 3-4	Instagram,Twitter	Yaş: 18
Katılımcı 18	Ortalama 6 saat	Instagram, Twitter	Yaş: 18

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4: Odak Grup 4, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 19	Ortalama 2-3 Saat	Twitter	Yaş: 21
Katılımcı 20	Ortalama 5 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 21	Ortalama 1 Saat	Tiktok	Yaş: 20
Katılımcı 22	Ortalama 5 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 23	Ortalama 4-5 Saat	Twitter	Yaş: 19
Katılımcı 24	Ortalama 4 Saat	Instagram	Yaş: 20

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5: Odak Grup 5, İletişim ve Tasarım 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 25	Ortalama 4 Saat	Instagram,Whatsapp	Yaş: 18
Katılımcı 26	Ortalama 8 Saat	Instagram,Tiktok	Yaş: 19
Katılımcı 27	Ortalama 5 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 28	Ortalama 5 Saat	Instagram,Whatsapp	Yaş: 18
Katılımcı 29	Ortalama 5-6 Saat	Instagram,Whatsapp	Yaş: 19
Katılımcı 30	Ortalama 3-4 Saat	Instagram	Yaş: 21

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 6: Odak Grup 6, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık 1. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 31	Ortalama2,5 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 32	Ortalama 2,5 Saat	Instagram	Yaş: 22
Katılımcı 33	Ortalama 4 Saat	Instagram	Yaş: 18
Katılımcı 34	Ortalama 5 Saat	Twitter	Yaş: 19
Katılımcı 35	Ortalama 2 Saat	Instagram	Yaş: 18
Katılımcı 36	Ortalama 2,5 Saat	Instagram	Yaş: 22

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7: Odak Grup 7, İletişim ve Tasarım 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 37	Ortalama 3-4 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 38	Ortalama 6-7 Saat	Instagram,Whatsapp	Yaş: 18
Katılımcı 39	Ortalama 5-6 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 40	Ortalama 5-6 Saat	Instagram,Twitter	Yaş: 19
Katılımcı 41	Ortalama 7-8 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 42	Ortalama 7-8 Saat	Instagram	Yaş: 21

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 8: Odak Grup 8, Gazetecilik 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 43	Ortalama 1 Saat	Twitter	Yaş: 20
Katılımcı 44	Ortalama 2 Saat	Instagram	Yaş: 22
Katılımcı 45	Ortalama 2-3 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 46	Ortalama 2-3 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 47	Ortalama 2-3 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 48	Ortalama 2-3 Saat	Instagram	Yaş: 20

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 9: Odak Grup 9, İletişim ve Tasarım 3. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 49	Ortalama 4 Saat	Instagram	Yaş: 23
Katılımcı 50	Ortalama 5 Saat	Instagram	Yaş: 21
Katılımcı 51	Ortalama 4-5 Saat	Instagram	Yaş: 21
Katılımcı 52	Ortalama 5-6 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 53	Ortalama 3-4 Saat	Instagram	Yaş: 21
Katılımcı 54	Ortalama 5-6 Saat	Instagram	Yaş: 23

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 10: Odak Grup 10, Gazetecilik 3. Sınıfı Hakkında Bilgiler

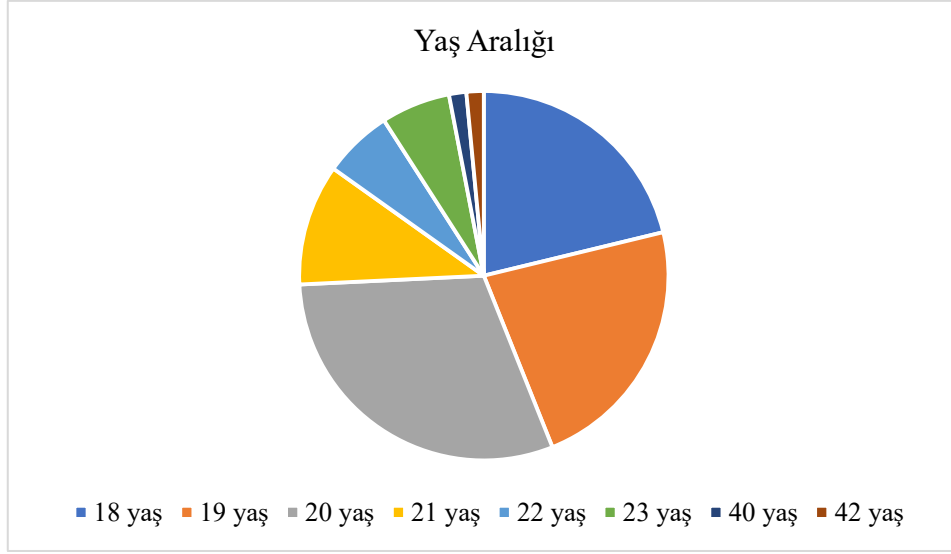
Katılımcı 55	Ortalama 4-5 Saat	Instagram	Yaş: 23
Katılımcı 56	Ortalama 1-2 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 57	Ortalama 4-5 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 58	Ortalama 2 Saat	Instagram	Yaş: 22
Katılımcı 59	Ortalama 3 Saat	Instagram	Yaş: 23
Katılımcı 60	Ortalama 3 Saat	Twitter	Yaş: 21

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 11: Odak Grup 11, Radyo Televizyon ve Sinema 2. Sınıfı Hakkında Bilgiler

Katılımcı 61	Ortalama 2-3 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 62	Ortalama 3-4 Saat	Youtube	Yaş: 19
Katılımcı 63	Ortalama 3-4 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 64	Ortalama 6-7 Saat	Instagram	Yaş: 20
Katılımcı 65	Ortalama 5-6 Saat	Instagram	Yaş: 19
Katılımcı 66	Ortalama 3-4 Saat	Twitter	Yaş: 19

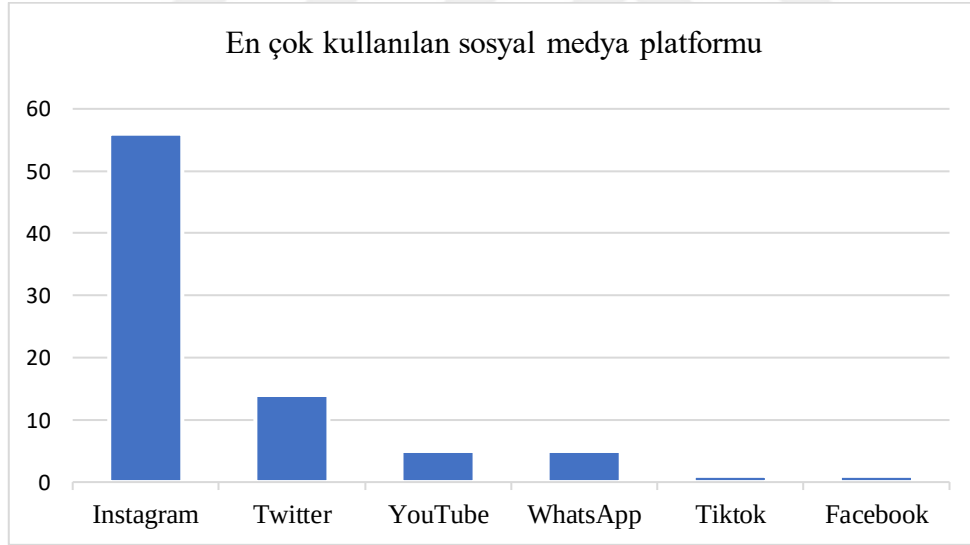
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.



Grafik 1: Yaş Aralığı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

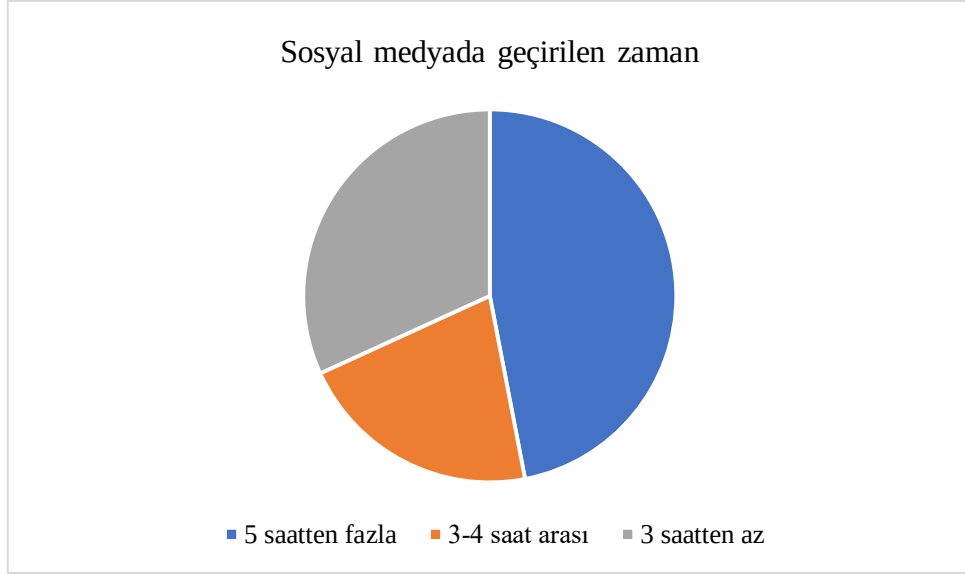
Katılımcıların %30'u 20 yaşında , %23'ü 19 yaşında %21'i 18 yaşında, %11'i 21 yaşında, %6'sı 22 yaşında %6'sı 23 yaşında, %2'si 40 yaşında, %2'si 42 yaşındadır.



Grafik 2: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya platformu Instagram'dır. Bazı katılımcılar verdikleri cevaplarda 2 farklı sosyal medya platformu söylemişler. Katılımcıların %85'inin en çok kullandığı sosyal medya platformu Instagram olurken, Twitter katılımcılar arasında en çok kullanılan ikinci sosyal medya platformu olmuştur.



Grafik 3: Sosyal Medyada Geçirilen Zaman

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıları %47'si 5 saatten fazla, %32'si 3 saatten az, %21'i 3-4 saat aralığında sosyal medyada vakit geçirmektedir.

4.7.2. Suskunluk Sarmalı Teorisi



Grafik 4: Suskunluk Sarmalı Teorisinin Bilinirliği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %52'si suskunluk sarmalı teorisini bildiğini veya bu kuramın içeriğini duyduklarını ifade etmiştir. Katılımcıların neredeyse yarısı suskunluk sarmalı teorisini

bilmediklerini belirtmiştir. Bunun sebebi ise bu kuramı duymayan veya bilmeyen öğrencilerin iletişim kuramları hakkında henüz ders almamasıdır. Çünkü katılımcıların sınıfları ilerledikçe bu kuramın bilinme oranı artmaktadır.

4.7.3. Cinsiyetçi Söyleme Maruz Kalmak ve Sosyal Medya Üzerinde Uygunuz Mesajlar Almak

Bu başlık altında günlük hayatta cinsiyetçi söyleme maruz kalmak ve sosyal medya üzerinden uygunuz mesaj almak sorunsalları karşılaştırmalı biçimde ele alınmıştır. Bu veriler odak grup görüşmelerinde sorulan 3. ve 4. sorulara verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkmıştır.

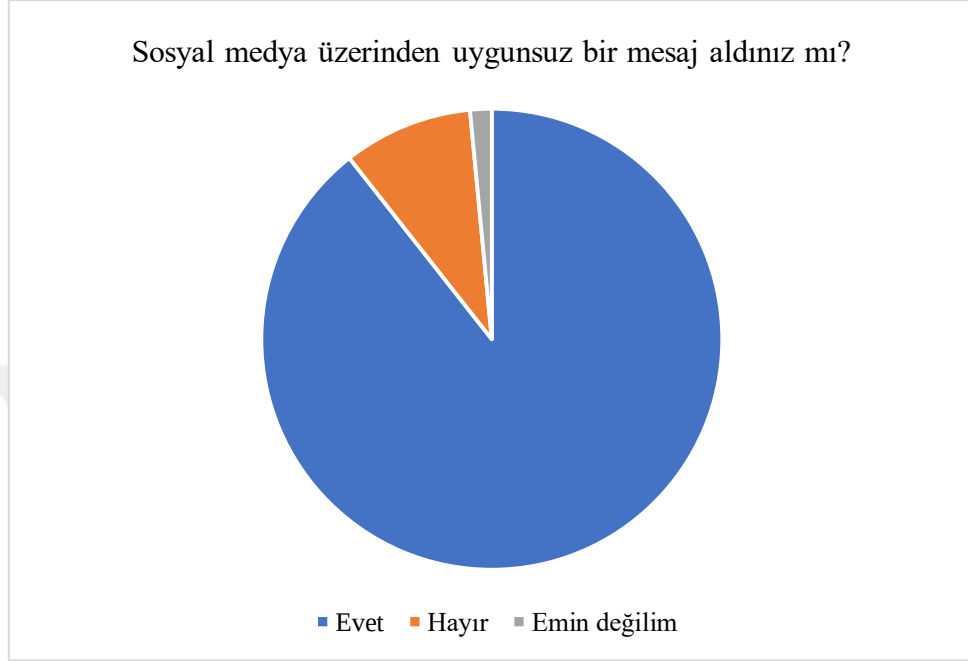


Grafik 5: Cinsiyetçi Söylem veya Uygunuz Bir Hitap Diline Maruz Kalma Oranı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların çok büyük çoğunluğu hayatları boyunca ya da hayatlarının belli dönemlerinde cinsiyetçi söyleme veya uygunuz hitap diline maruz kaldıklarını söylemiştir. Katılımcıların %85'i cinsiyetçi söylem veya uygunuz bir hitap diline maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar bazen aile içerisinde cinsiyetçi söylemlere maruz kalırken, bazen arkadaş ortamında, bazen internet üzerinden oynanan bilgisayar oyunlarında bazen de iş ortamında bu tarz söylemlerle karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir. Bu ifadelerden çıkartılabilecek genel anlam ise Türkiye'de kadınlar,

zaman ve mekân fark etmeksizin sistematik bir şekilde cinsiyetçi söylem ve uygun olmayan hitap diline maruz kalmaktadır.



Grafik 6: Sosyal Medya Üzerinden Uygunsuz Mesaj Alma Oranı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıları %89'u sosyal medya üzerinden uygunsuz bir mesaj veya paylaşıma maruz kaldıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %9'u böyle bir durumla karşı karşıya kalmadıklarını belirtmiştir. 1 katılımcı ise büyük ihtimalle maruz kalmış olabileceğini ama görüşme esnasında emin olmadığını ifade etmiştir. Bu oranın günlük hayatta maruz kalınan cinsiyetçi söylemlerden bile fazla olmasının sebebinin sosyal medyadaki anonimlik özelliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Anonim hesap kullanan erkekler kadınlara karşı uygunsuz mesajlar atmak davranışını daha fazla göstermektedir. Çünkü normal kimlik kullanılmamaktadır ve kişisel bilgiler ortaya çıkmayacaktır. Ayrıca caydırıcı bir ceza sistemi olmadığı için bu tarz sosyal medya suçları oldukça yüksek oranda yaşanmaktadır.

4.7.4. Toplum İçerisinde Cinsiyetçi Söylem veya Uygunsuz Hitap Diline Karşı Sessizlik Durumu ve Hissedilenler

Bu başlık altında toplum içerisinde cinsiyetçi söylem ve uygun olmayan bir hitap diline karşı sessiz kalıp kalmama durumu ve bu tarz eylemlere karşı katılımcıların nasıl hissettiği sorunsalı ele alınmıştır. Bu veriler odak grup görüşmelerinde sorulan 5. ve 6. sorulara verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkmıştır.



Grafik 7: Toplum İçerisinde Sessiz Kalma Oranı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların önemli bir çoğunluğu toplum içerisinde sessiz kalmadıklarını ve kalmayacaklarını belirtmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda yapılacak olan çıkarım ise kadınların haklı davalarında toplum içerisinde biraz daha az çekincelerinin olduğu ve yine bu durumun utanılacak bir davranış olmadığını topluma duyurmaya çalışmalarıdır. Katılımcıların %63'ü cinsiyetçi söylem veya uygun olmayan bir hitap diline karşı toplum içerisinde sessiz kalmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %32'si cinsiyetçi söylem ve uygun olmayan bir hitap diline karşı toplum içerisinde sessiz kaldıklarını dile getirmişlerdir. Bu kişiler özellikle ortaokul yıllarında akran zorbalığına maruz kalarak sessiz kalmaya itilmiştir. Sessiz kalan kişiler arasında bu durumun ailesel sebeplerden dolayı yaşandığını ve tacize uğramalarına rağmen ailelerinin onlara inanmadığını

belirtmiştir. 2 katılımcı toplum içerisinde bazen sessiz kaldıklarını belirtmiştir. 1 katılımcı ise bu durumdan emin olamadığını ifade etmiştir. Katılımcıların neredeyse üçte ikisi toplum içerisinde sessiz kalmadıklarını ifade etseler de suskunluk sarmalarının tam olarak kırılmadığı aşikârdır. Kişilerin tacize uğradıkları durumlarda hala sessizliğe itilmesi veya akran zorbalığına uğrayan kişilerin yalnızlığa itildiği bir toplumda oldukça önemli sayıda kişi hala suskunluk sarmalı içerisinde yer alacaktır.

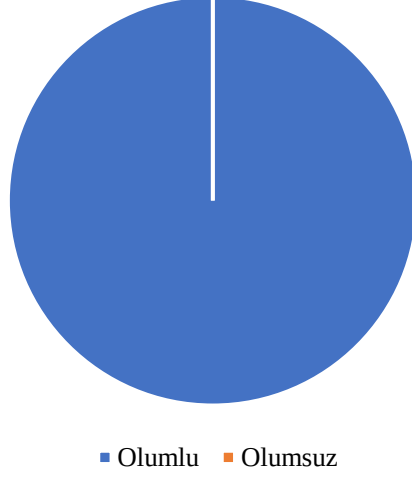
Katılımcılar cinsiyetçi söylem, uygunsuz bir hitap tarzı ve taciz durumlarıyla karşı karşıya kaldıklarında birbirinden farklı reaksiyonlar ve duygular göstermektedir. Hissedilen şeyler genellikle korku, öfke, sinir, aşağılanmışlık, küçük görülme, toplum tarafından yardım beklemek, bulunulan bölgeyi terk etmek, iletişim kesmek şeklindedir. Tacize maruz kalan kişilerde ağlama krizleri, kendini dışa kapatma, konuşmama, korkma, endişe duymak gibi uç noktada bulunan negatif duygu durumları ortaya çıkmıştır.

4.7.5. Sosyal Medya Aktivizm Hareketleri ve #MeToo Hakkındaki Düşünceler ve Katılım Oranları

Bu başlık altında sosyal medya aktivizm hareketleri hakkındaki düşünceler, #MeToo hareketinin bilinirliği ve bu harekete katılım oranları ve diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım oranları hakkında veriler yer almaktadır. Bu veriler odak grup görüşmelerinde sorulan 7. 8. 9. ve 10. sorulara verilen cevaplar doğrultusunda ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların büyük çoğunluğu bu eylemleri olumlu bulmalarına rağmen önemli sayıda katılımcı bu eylemlerin yetersiz olduğunu, daha çok olması gerektiğini ifade etmiştir.

Sosyal medya aktivizm hareketleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

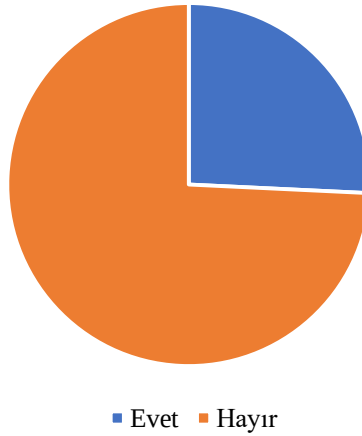


Grafik 8: Sosyal Medya Hakkındaki Düşünceler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %100'ü sosyal medya aktivizm hareketleri hakkında olumlu düşünmektedir. Katılımcıları hiçbirisi sosyal medya aktivizm hareketleri hakkında olumsuz bir yorumda bulunmamıştır. Gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde bazı katılımcıları yapılan sosyal medya aktivizm hareketlerinin daha fazla olması gerektiğini belirtmiştir.

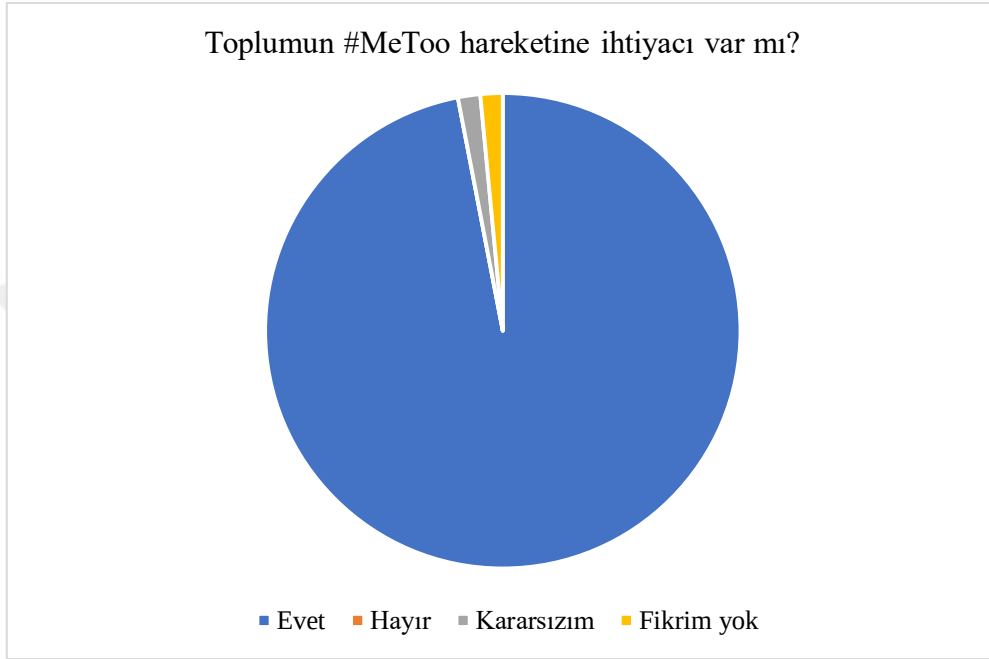
#MeToo hareketini daha önce duymuş muydunuz?



Grafik 9: #MeToo Hareketinin Bilinirliği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

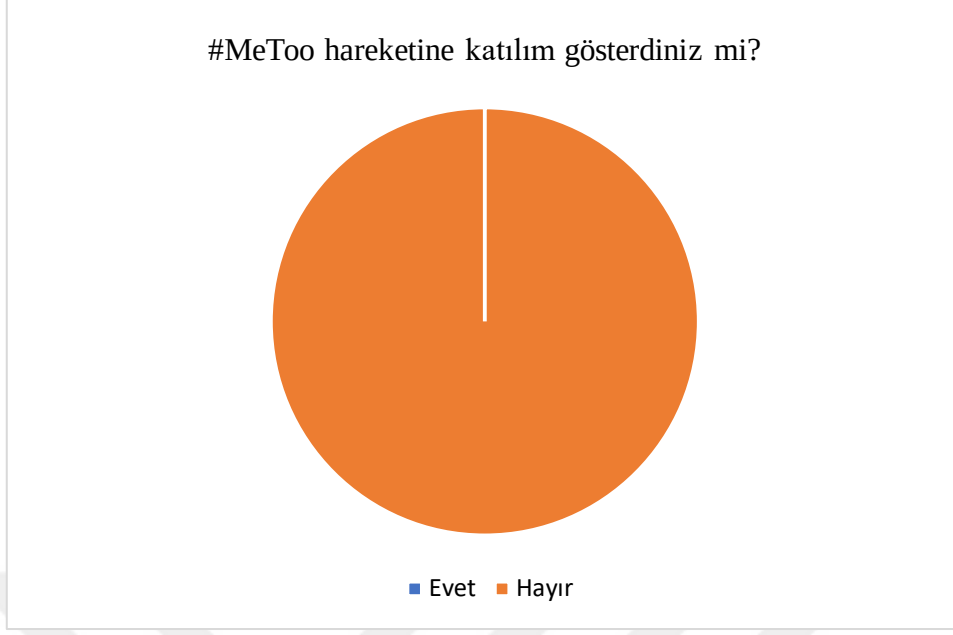
Katılımcıların %26'sı #MeToo sosyal medya aktivizm hareketinin daha önce bildiğini veya duyduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %74'ü #MeToo hareketini ilk defa odak grup görüşmelerinde duyduğunu, diğer bir deyişle daha önce bilmediklerini ifade etmiştir. Odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler sonucunda #MeToo hareketinin bilinirliği katılımcılar arasında oldukça düşüktür.



Grafik 10: Toplumun #MeToo Hareketine Olan İhtiyacı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %97'si toplumun #MeToo hareketine ihtiyacı olduğunu düşünmektedir. 1 katılımcı kararsız olduğunu, 1 katılımcı da bu konu hakkında fikrinin olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplarda özellikle kadınların seslerini sosyal medya üzerinden duyurmalarının önemli olduğu ve bu tarz hareketlerin daha çok olması gerektiği belirtilmiştir. Bazı katılımcılar her ne kadar toplumun bu harekete ihtiyacı olsa da #MeToo sosyal medya aktivizm hareketinin amacına ulaşamayabileceğini ifade etmişlerdir. Bunun sebebinin ise taciz olaylarının sadece sosyal medyada kısa bir gündem oluşturabileceği düşüncesidir.

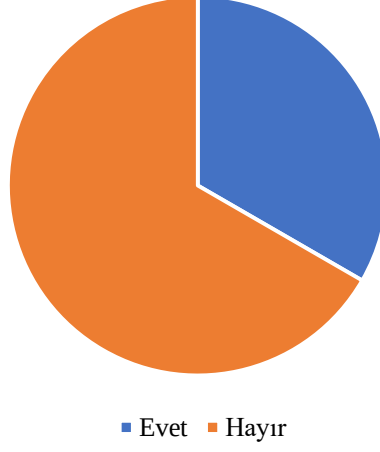


Grafik 11: #MeToo Hareketine Katılım Oranı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların hiçbiri #MeToo sosyal medya aktivizm hareketine katılım göstermemiştir. Buradan çıkarılacak sonuç ise #MeToo hareketinin katılımcıların üzerinde herhangi bir etkisi olmadığıdır. Katılımcılar maruz kaldıkları cinsiyetçi söylem, uygunsuz hitap dili ve tacize uğrama durumları #MeToo etiketiyle birlikte sosyal medya üzerinden anlatmamışlardır.

#MeToo ile ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katıldınız mı?



Grafik 12: Diğer İlişkili Sosyal Medya Aktivizm Hareketlerine Katılım Oranı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %33'ü #Metoo ile ilişkili olan sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım gösterip sosyal medya paylaşımları yapmıştır. Katılımcıların %67'si hiçbir şekilde bu tarz sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım göstermemiştir.

SONUÇ

Gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ortaya çıkartması düşünülen sorular iletilmiştir. Katılımcıların %85'inin en çok kullandığı sosyal medya platformunun Instagram olduğu ortaya çıkmıştır.

Katılımcılara suskunluk sarmalı teorisi hakkında fikirleri olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların neredeyse yarısı suskunluk sarmalı teorisini daha önce duymadıklarını ifade etmişlerdir. İletişim bilimleri açısından son derece önemli bir kuram olan suskunluk sarmalının iletişim fakültesi öğrencileri tarafından bilinmesi oranı oldukça düşüktür. Genellikle 1. sınıf öğrencilerinin suskunluk sarmalı hakkında bilgisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Bunun sebebin ise 1. Sınıf öğrencilerinin henüz iletişim kuramları dersini görmemiş olmalarıdır.

Katılımcıların %85'inin cinsiyetçi söylem ve uygun olmayan hitap diline maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır. Bu oran oldukça yüksektir. Odak grup görüşmelerinde ise soruların açılımlı olarak sorulmasıyla birlikte daha kompleks sorunlar ortaya çıkmıştır. Katılımcıların vermiş oldukları ifadelerle göre tacize uğradıkları, takip edildikleri, toplu taşımada tacize uğradıkları, sosyal medya üzerinden taciz edildikleri, akrabası tarafından taciz edildikleri ortaya çıkmıştır. Sosyal medya üzerinden ise uygunsuz bir mesaj alma oranı çok daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %90'nin sosyal medya üzerinden uygun olmayan mesajlar aldığı ortaya çıkmıştır. Bu durum ise tacizcilerin sosyal medyanın anonimliğine güvenmesi, caydırıcı bir yasanın olmaması ve bu tarz suç işleyen kişilerin ceza almamasından kaynaklı olduğu sonucuna varılmaktadır.

Katılımcılara cinsiyetçi söylem veya uygunsuz bir hitap diline maruz kaldıklarında toplum içerisinde sessiz kalıp kalmadıkları sorulmuştur. Burada ise katılımcıların %62'sinin toplum içerisinde sessiz kalmadıkları ortaya çıkmıştır. Fakat odak grup görüşmeleri esnasında yapılan birtakım gözlemlerde topluma uyma davranışının yapıldığı görülmüştür. Bazı gruptaki katılımcılar toplum içerisinde sessiz kalmadıklarını ifade ettiklerinde diğer katılımcıların da “bende arkadaşına katılıyorum” şeklinde grup davranışına uyan cevaplar verdikleri gözlemlenmiştir. Katılımcıların görüşü gerçekten bu şekilde olabilir. Fakat 11 farklı odak grup görüşmesinde duyulan belli başlı bazı ifadeler kullanılmıştır. Bu ifadeler ise “hayır susmadım, susmayacağım”, “sosyal medya aktivizm hareketlerini çok önemli buluyorum”, “toplumun #MeToo

aktivizm hareketine ihtiyacı var” şeklindeki bazı cümleler olmuştur ve bu cümlelere katılma oranı neredeyse her grupta görülmüştür. Bütün odak grup görüşmelerinin sadece bir tanesinde “hayır ben arkadaşına katılmıyorum” ifadesi duyulmuştur. Buradan çıkan sonuç ise ne konu olursa olsun insan davranışında grup ifadelerine uyma güdüsü görülmektedir.

Katılımcıların %38’i toplum içerisinde sessiz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu oranda bir sessizlik durumunun olması suskunluk sarmalının kırılmadığına delalet etmektedir.

Katılımcılar cinsiyetçi söylem ve tacize maruz kaldıklarında şaşkınlık, öfke, korku, panik, şok olma, donup kalma, kendileri küçük hissetmek gibi oldukça negatif duygu ve ruh hallerine büründüklerini belirtmişler. Bu duygu durumları bütün katılımcıların ortak ifadeleridir. Bu tarz uç duyguları hisseden kişilerin suskunluğa bürünmesi veya zıt bir eylem olan öfke krizlerine girmesi beklenebilir. Özellikle 2 farklı katılımcıdan duyulan “ağlamaya başlıyorum” ifadeleri hissedilen çaresizliği göstermektedir. Buradan çıkacak sonuç ise bazen kadınlar haklarını aramak, kendileri savunmak gibi haklı eylemleri bile yapmadan sadece ağlayarak duygularını dışa vurmaktadır. Katılımcıların özellikle toplu taşımada yaşadıkları taciz durumları ve hissetleri şeyler çok önemli bilgiler içermektedir. Bu tarz olaylar yaşayan katılımcılarda ağlama, kendine kızma, kendini aşağılanmış hissetmek ve bir şey yapamamanın vermiş olduğu çaresizlik duygularının yaşandığı öğrenilmiştir. Bu ifadelerde suskunluk sarmalının kırılmadığı görülmektedir.

Katılımcıların tamamı sosyal medyadaki aktivizm hareketleri hakkında olumlu görüşe sahiptir. Fakat buna rağmen, sosyal medya aktivizm hareketleri bazı katılımcılar tarafından farklı reaksiyonlar almıştır. Bazı katılımcılar sosyal medya aktivizm hareketlerinin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Bu düşünce ise bu tarz hareketlerin gerçek hayatta karşılık bulamadığı ve sadece internet ortamında birkaç gün boyunca gündem olmasından sonra unutulmasından kaynaklanmaktadır. Katılımcıların ortak görüşü ise sosyal medyanın çok bir büyük güç olduğuna yönelik olmuştur.

Katılımcılara #MeToo hareketiyle ilgili sorular yönlendirildiğinde ise oldukça farklı reaksiyonlar ve veriler elde edilmiştir. Katılımcıların sadece %24’ünün #MeToo hareketi hakkında bilgi sahibi olduğu ortaya çıkmıştır. Türkiye gibi kadına şiddet ve taciz olaylarının çok fazla olduğu bir ülkede, bu oran oldukça düşüktür. Son yıllarda dünya çapında en çok katılımın gerçekleştirildiği ve en çok bilinen sosyal medya aktivizm

hareketlerinden biri olan #MeToo'nun bu kadar az kişi tarafından bilinmesi, hem gündemden uzak olunduğunun hem de bütün dünyaya mal olmuş bir kadın hakları hareketinin Türkiye'de karşılık almadığının göstergesidir. Öyle ki katılımcıların hiçbir #MeToo hareketine katılım göstermemiş veya paylaşım yapmamıştır. Katılımcıların tamamının verdikleri ifadede toplumun #MeToo hareketine ihtiyacı olduğunu söylemelerine rağmen hiçbir katılımcının bu harekete katılmama sebepleri farklı şekillerde yorumlanabilir. Katılımcıların başlarından geçen taciz olaylarını anlatmakta hala çekindikleri düşünülmektedir. Odak grup görüşmelerine katılan katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde oldukça genç bir araştırma evreninin ele alındığı ortadadır. Katılımcılar küçük yaşlarından itibaren aile baskısı veya toplum baskına maruz kalmış olabilir. Katılımcıların dini inançları, yaşadıkları çevre, toplum içerisinde konuşma durumunu etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Herhangi bir insanın cinsiyetçi söylem veya taciz gibi oldukça olumsuz bir tecrübeyi sosyal medya üzerinden anlatması oldukça güç olabilir. Fakat #MeToo hareketinde gözlemlenen en önemli şey dünya çapında taciz durumlarını içeren bir suskunluk sarmalının kırılması durumudur. Kültürden kültüre değişen kendini ifade etme biçimleri burada devreye girmektedir. Amerika'dan yayılan #MeToo hareketi, ifade özgürlüğünün çok daha geniş olduğu ülkelerde daha fazla etkileşim almıştır. Katılımcıların sadece üçte biri #MeToo dışındaki diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım göstermiştir. Bu katılım şekli de Türkiye'de gündem olan, topluma mal olmuş taciz durumlarına karşı sessiz kalmama davranışı şeklindedir. Katılımcılar kendi başlarından geçen taciz durumlarını neredeyse hiçbir şekilde sosyal medya üzerinden anlatmamaktadır. Diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerine katılım durumlarında da topluma uyma davranışı gözükmemektedir. Eğer bu tarz taciz olayları sosyal medya gündemine gelmese belki de bu kadar az sayıdaki katılımcılar bile bu tarz sosyal medya hareketlerine destek vermeyeceklerdi. Buradan çıkacak genel sonuç ise suskunluk sarmalının kırılmadığı olacaktır.

Katılımcıların bu tarz araştırma projelerine gönüllü katılımı oldukça zorlu bir ikna sürecine dayanmaktadır. Ve katılımcılar bu tarz bir araştırmaya katıldıklarında bazen kısa ve geçiştirici cevaplar verdikleri gözlemlenmiştir. Bu durum ise odak grup görüşmelerinin dezavantajlarından biri olmuştur. Yapılan en uzun odak grup görüşmesi 56 dakika sürerken en kısa görüşme ise 10 dakika sürmüştür. 5 odak grup görüşmesi 20 dakikanın altında kalmıştır.

KAYNAKÇA

- Akın, A., ve Akın, Ü. (2013). *Güncel Psikolojik Kavramlar - 2 - Benlik*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Alberski, A. (2020). "Former Phila. activist Tarana Burke among the 'Silence Breakers' honored by Time Magazine", (Erişim Tarihi:08.10.2022). Erişim adresi: <https://www.thedp.com/article/2017/12/philly-woman-silence-breakers-metoo-penn-upenn-sexual-assault>
- Alikılıç, Ö., ve Onat, F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Blog. *Journal of Yaşar University*, 903-905.
- Alphan, M. (2019). 'Derdim yaşadıklarımı başkalarının yaşamaması', (Erişim Tarihi:07.10.2022). Erişim adresi: <https://artigercek.com/makale/derdim-yasadiklarimi-baskalarinin-yasamamasi-82434>
- Alphan, M. (2020). (Erişim Tarihi: 14.10.2022) Erişim adresi: <https://twitter.com/melisalphan/status/1301787155707170816>
- Amaral, I. (2015). Instagram. *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society* (s. 943-944). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Andrew, S. (2020). Why women are posting black-and-white photos with the caption 'challenge accepted', (Erişim tarihi: 27.10.2022). Erişim adresi: <https://edition.cnn.com/2020/07/28/us/challenge-accepted-women-supporting-women-instagram-trnd/index.html>
- Arslan, Z. (2021). "Masumiyet Karinesi ve Yargı Bağımsızlığı*", (Erişim tarihi: 03.11.2022). Erişim adresi: <https://www.anayasa.gov.tr/tr/baskan/konusmalar/masumiyet-karinesi-ve-lekelenmeme-hakki-sempozyumu-nda-yaptigi-konusma/>
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu Dergisi*, 223.
- Atilla, S. (2020). "Edebiyat dünyasında başlayan #Metoo hareketi yayılıyor: Yazar İbrahim Çolak taciz ettiğini kabullenerek intihar etti, yayınevleri yazarlarla ilişkisini kesti". (Erişim tarihi: 13.10.2022). Erişim adresi: <https://medyascope.tv/2020/12/11/edebiyat-dunyasinda-baslayan-metoo-hareketi-yayiliyor-yazar-ibrahim-colak-taciz-ettigini-kabullenerek-intihar-etti-yayinevleri-yazarlarla-ilisigini-kesti/>
- Avrupa Konseyi. (2011). Kadına Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye Dair Avrupa Konseyi Sözleşmesi. *Avrupa Konseyi Balkanlar Toplantısı* (s. 3-5). İstanbul: Avrupa Konseyi Sözleşmeler Dizisi.
- Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model Önerisi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 9.

- Baker, M., Valentino-DeVries, J., Fernandez, M., ve LaForgia, M. (2020). Three Words. 70 Cases. The Tragic History of 'I Can't Breathe.'. (Erişim Tarihi: 15.09.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/06/28/us/i-cant-breathe-police-arrest.html>
- Barassi, V., ve Treré, E. (2012). Does Web 3.0 come after Web 2.0? Deconstructing theoretical assumptions through practice. *New Media & Society*, 1272-1273.
- Baysal, A. C. (1981). *Sosyal ve Örgütsel Psikolojide Tutumlar*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi.
- Baz, F. Ç., ve Meral, H. C. (2021). Web 3.0-Anlamsal Ağ Çalışmalarının Farklı Alanlarda Kullanımı: Bir Uygulama Geliştirme. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 410.
- Bbc News Türkçe. (2020). "İstanbul Sözleşmesi: #ChallengeAccepted akımı sosyal medyada nasıl sözleşmeye destek kampanyasına dönüştü?" (Erişim Tarihi: 27.10.2022). Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-53582830>
- Bedi, P. (2019). "Pooja Bedi on Karan Oberoi rape charges: It's time to begin a #MenToo movement". (Erişim Tarihi: 20.10.2022). Erişim adresi: <https://timesofindia.indiatimes.com/tv/news/hindi/its-time-to-begin-a-mentoo-movement/articleshow/69226675.cms>
- Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bianet. (2018). Mor Yapımcılardan, Erkek Yönetmenlere Tepki: #BenGülmüyorum. (Erişim Tarihi: 28.10.2022). Erişim adresi: <https://m.bianet.org/bianet/toplumsal-cinsiyet/197536-mor-yapimcılardan-erkek-yonetmenlere-tepki-bengulmuyorum>
- Birnbaum, D. (2017). Alyssa Milano on #MeToo Campaign: 'I Wanted to Take the Focus Off the Predator'. (Erişim Tarihi: 15.10.2022). Erişim adresi: <https://variety.com/2017/biz/news/metoo-alyssa-milano-harvey-weinstein-1202592308/>
- Bon, G. L. (1997). *Kitleler Psikolojisi*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bozkurt, V. (2010). *Değişen Dünyada Sosyoloji*. Bursa: Ekin yayınevi.
- Brügger, N. (2015). A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *Firsy Monday*, 1.
- Buchanan, L., Bui, Q., ve Patel, J. K. (2020). Black Lives Matter May Be the Largest Movement in U.S. History. (Erişim Tarihi: 08.10.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/07/03/us/george-floyd-protests-crowd-size.html>
- Burke, T. (2013). The Inception. (Erişim Tarihi: 13.10.2022). Erişim adresi: <https://justbeinc.wixsite.com/justbeinc/the-me-too-movement-cmml>

- Campbell, A. (2021). What is Black Lives Matter and what are the aims?. (Erişim Tarihi: 09.10.2022). Erişim adresi: <https://www.bbc.com/news/explainers-53337780>
- Chapman, A. D. (2020). The Pragmatics of Saying “All Lives Matter”: A Critique. (Erişim Tarihi: 10.09.2022). Erişim adresi: <https://againstprofphil.org/2020/06/26/the-pragmatics-of-saying-all-lives-matter-a-critique/>
- Choudhury, N. (2014). World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 8099-8100.
- Christodoulou, H., ve Pollard, C. (2018). Wife-beater Johnny Depp LOSES bid to appeal ruling after The Sun revealed he beat ex Amber Heard 12 times. (Erişim Tarihi: 21.10.2022). Erişim adresi: <https://www.thesun.co.uk/news/14449711/johnny-depp-appeal-high-court-ruling-abuse-amber-heard/>
- Chu, S.-C., ve Kim, Y. (2011). Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (eWOM) in social networking sites. *Journal of Advertising Research*, 48.
- Chuck, E. (2017). #MeToo: Hashtag Becomes Anti-Sexual Harassment and Assault Rallying Cry. (Erişim Tarihi: 18.10.2022). Erişim adresi: <https://www.nbcnews.com/storyline/sexual-misconduct/metoo-hashtag-becomes-anti-sexual-harassment-assault-rallying-cry-n810986>
- Cingiz, M. Ö., ve Diri, B. (2012). Mikroblog Kullanıcılarının Kategorizasyonu. *Signal Processing and Communications Applications Conference*.
- Cooper, B., ve Naatus, M. K. (2014). LinkedIn As A Learning Tool In Business Education. *American Journal Of Business Education*, 300.
- Coşan, B. (2022). Web 1.0’den Web 3.0’a Mahremiyetin Dönüşümü ve Dezavantajlı Gruplar Açısından Muhtemel Sonuçları. *Çalışma ve Toplum*, 2465.
- Çalışkan, M., ve Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Dergisi*, 256.
- Çelik, S. (2014). Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 30.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Susunluluk Sarmalı Ve Siyasal İletişim*. İstanbul: Fide Yayınları.
- Deliso, M. (2021). Timeline: The impact of George Floyd's death in Minneapolis and beyond. (Erişim Tarihi: 08.09.2022). Erişim adresi: <https://abcnews.go.com/US/timeline-impact-george-floyds-death-minneapolis/story?id=70999322>
- Demirli, C., ve Kütük, Ö. F. (2010). Anlamsal Web (Web 3.0) Ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 99.

- Desta, Y. (2018). After Months-Long Death Rattles, the Weinstein Company Is Officially Kaput. (Erişim Tarihi: 28.08.2022). Erişim adresi: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2018/07/the-weinstein-company-lantern-entertainment>
- Dijck, J. V. (2011). Tracing Twitter – The Rise of a Microblogging Platform. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 336-337.
- Drezner, D. W. (2018). #MeToo and the trouble with new norms. (Erişim Tarihi: 08.10.2022). Erişim adresi: <https://www.washingtonpost.com/news/posteverything/wp/2018/02/14/metoo-and-the-trouble-with-norms/>
- Eğın, O. (2020). Türk medyasının ilk #MeToo ifşası. (Erişim Tarihi: 24.10.2022). Erişim adresi: <https://www.haberturk.com/yazarlar/oray-egin/2905193-turk-medyasinin-ilk-metoo-ifsasi>
- Ekmek ve Gül. (2018). Mor Yapımcılar: Adı tacize karışmış isimlere filmlerde yer vermeyeceğiz. (Erişim Tarihi: 29.10.2022). Erişim adresi: <https://ekmekvegul.net/gundem/mor-yapimcilar-adi-tacize-karismis-isimlere-filmlerde-yer-vermeyecegiz>
- Elciyar, K., ve Kùçük, M. (2020). Sosyal Ağ Kullanımı: Sosyal Kazanımlar, Kendini Gerçekleřtirme ve Aidiyet. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 200.
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0. *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 61-62.
- Farrow, R. (2017). From Aggressive Overtures to Sexual Assault: Harvey Weinstein's Accusers Tell Their Stories. (Erişim Tarihi: 27.08.2022). Erişim adresi: <https://www.newyorker.com/news/news-desk/from-aggressive-overtures-to-sexual-assault-harvey-weinsteins-accusers-tell-their-stories>
- Firestone, K. (2018). Dealing with Sexual Harassment When Your Company Is Too Small to Have HR. (Erişim tarihi: 19.10.2022). Erişim adresi: <https://hbr.org/2018/02/dealing-with-sexual-harassment-when-your-company-is-too-small-to-have-hr>
- Flynn, M. (2018). 'This is MY son': Navy vet horrified as mom's tweet miscasts him as #HimToo poster boy — and goes viral. (Erişim Tarihi: 06.10.2022). Erişim adresi: <https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2018/10/09/this-is-my-son-navy-vet-horrified-as-moms-tweet-miscasts-him-as-himtoo-poster-boy-and-goes-viral/?noredirect=on>
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal Medya Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama*. İstanbul: Derin Yayınları.

- Gül, D. (2021). Türkiye, İstanbul Sözleşmesi'nden resmen çekildi; kadınlar tepkili. (Erişim Tarihi: 03.10.2022). Erişim adresi: <https://tr.euronews.com/2021/07/01/turkiye-istanbul-sozlesmesi-nden-resmen-cekiliyor-kad-nlar-tepkili>
- Gündüz, M. Z., ve Daş, R. (2017). Nesnelerin interneti: Gelişimi, bileşenleri ve uygulama alanları. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 328.
- Gürel, E., ve Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür. *Selçuk İletişim*, 203-205.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Neliği, Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine. *Sosyolojik Düşün*, 100.
- Habermas, J. (2003). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hegde, S. (2022). What Is The Spiral Of Silence? (Erişim Tarihi: 04.12.2022). Erişim adresi: <https://www.scienceabc.com/social-science/what-is-the-spiral-of-silence.html>
- History. (2019). Facebook launches. (Erişim Tarihi: 14.11.2022). Erişim adresi: <https://www.history.com/this-day-in-history/facebook-launches-mark-zuckerberg#:~:text=On%20February%204%2C%202004%2C%20a,that%20was%20only%20the%20beginning.>
- History. (2022). The hashtag #BlackLivesMatter first appears, sparking a movement. (Erişim Tarihi: 04.10.2022). Erişim adresi: <https://www.history.com/this-day-in-history/blacklivesmatter-hashtag-first-appears-facebook-sparking-a-movement>
- Hogg, M. A., ve Vaughan, G. M. (2007). *Sosyal Psikoloji*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Humphreys, A. (2015). *Social Media : Enduring Principles*. Oxford: Oxford University Press.
- İbrahimoglu, M. (2020). "Uykularınız Kaçsın": Bir pankartın hikayesi... (Erişim Tarihi: 05.11.2022). Erişim adresi: <https://www.indyturk.com/node/286481/haber/uykular%C4%B1n%C4%B1z-ka%C3%A7s%C4%B1n-bir-pankart%C4%B1n-hikayesi%E2%80%A6>
- Imdb. (2022). Harvey Weinstein. (Erişim Tarihi: 04.08.2022). Erişim adresi: https://www.imdb.com/name/nm0005544/?ref_=nmawd_awd_nm
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum Algı İletişim*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları, No. 69.
- Isaacs, D. (2018). Sexual Harassment. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 341-342.
- İstanbul Barosu. (2021). İstanbul Sözleşmesi'nin Feshedilmesi Hakkındaki Açıklamamızdır. (Erişim Tarihi: 07.11.2022). Erişim adresi: <https://www.istanbulbarosu.org.tr/HaberDetay.aspx?ID=16263&Desc=%C4%B>

0stanbul-S%C3%B6zle%C5%9Fmesi%E2%80%99nin-Feshedilmesi-
Hakk%C4%B1ndaki-A%C3%A7%C4%B1klamam%C4%B1zd%C4%B1r

Johnson, D. W., ve Johnson, F. P. (2016). *Joining Together: Group Theory and Group Skills 12th Edition*. Londra: Pearson.

Jung, C. G. (2017). *Psychological Types*. New York: Routledge Classics.

Kağıtçıbaşı, Ç., ve Cemalciler, Z. (2019). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim Yayınevi.

Kahraman, M. (2010). *Soyal Medya 101 2.0*. İstanbul: MediCat Yayınları.

Kapani, M. (2007). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Karakaş, B. (2018). Türk dizi sektöründe #Metoo tartışması. (Erişim Tarihi: 01.11.2022).
Erişim adresi: <https://www.dw.com/tr/t%C3%BCrk-dizi-sekt%C3%B6r%C3%BCnde-metoo-tart%C4%B1%C5%9Fmas%C4%B1/a-45140901>

Kaygısız, E. (2019) Şiddetin E-Hali: Siber Zorbalık. *Tihek Akademik Dergi*, 164

Khadaroo, S. T. (2018). #MeTooK12: New campaign raises awareness about rights at school. (Erişim Tarihi: 18.10.2022). Erişim adresi: <https://www.csmonitor.com/EqualEd/2018/0118/MeTooK12-New-campaign-raises-awareness-about-rights-at-school>

Kick Start Side Hustle . (2022). How The Ice Bucket Challenge Raised 220 M wWithin 2 Months. (Erişim Tarihi: 02.10.2022). Erişim adresi: <https://kickstartsidehustle.com/how-the-ice-bucket-challenge-raised-220m-within-2-months-marketing-sorcery/>

Koçyiğit, M. (2015). *Sosyal Ağ Pazarlaması*. Konya: Eğitim Kitabevi.

Larsen, K. S. (1974). Conformity in the Asch. *The Journal of Social*, 303.

Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları - Teoriler ve Yaklaşımlar*. İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

M.Kaplan, A., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Science Direct*, 60-61.

Maddaus, G. (2020). Time's Up Financial Reports Show Growth, Detail CEO Severance. (Erişim Tarihi: 15.10.2022). Erişim adresi: <https://variety.com/2020/biz/news/times-up-financial-reports-ceo-severance-1234868225/>

Maples, C. J. (2008). Giving Voice: The Use of Interactive Theatre as Professional Development In Higher Education to Reduce Alienaton of Marginalized Groups. Missouri, Missouri, Amerika Birleşik Devletleri.

- Massa, P. (2011). Social networks of Wikipedia. *Publication History*, 221-222.
- Medvedev, A., Lambiotte, R., & Delvenne, J.-C. (2019). The Anatomy of Reddit: An Overview of Academic Research. *Analysis of Doubly Truncated Data* (s. 183-204). Springer.
- Mills, C. W. (2000). *The Sociological Imagination 40th Anniversary Edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Moniuszko, S. M., ve Kelly, C. (2017). Harvey Weinstein scandal: A complete list of the 87 accusers. (Erişim Tarihi: 18.08.2022). Erişim adresi: <https://www.usatoday.com/story/life/people/2017/10/27/weinstein-scandal-complete-list-accusers/804663001/>
- Morzy, M. (2013). Evolution of Online Forum Communities. *Poznan University of Technology*, 1-2.
- Ngak, C. (2011). Then and now: a history of social networking sites. (Erişim Tarihi: 14.11.2022). Erişim adresi: <https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/>
- Noelle-Neumann, E. (1996). *Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- North, A. (2018). #HimToo, the online movement spreading myths about false rape allegations, explained. (Erişim Tarihi: 05.10.2022). Erişim adresi: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/10/10/17957126/himtoo-movement-pieter-hanson-tweet-me-too>
- Npr. (2022) "The jury saw pictures of Amber Heard's swollen face after a fight with Johnny Depp" (Erişim Tarihi: 16.10.2022). Erişim Adresi: <https://www.npr.org/2022/05/16/1099268716/amber-heard-johnny-depp-swollen-face-pictures>
- O'Conner, R. (2015). Turkey protests over murder of young woman continue on social media . (Erişim Tarihi: 09.11.2022). Erişim adresi: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/turkey-protests-over-murder-of-young-woman-continue-on-social-media-10053235.html>
- Ohlheiser, A. (2017). The woman behind 'Me Too' knew the power of the phrase when she created it — 10 years ago. (Erişim Tarihi: 24.09.2022). Erişim adresi: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2017/10/19/the-woman-behind-me-too-knew-the-power-of-the-phrase-when-she-created-it-10-years-ago/>
- O'Neil, L. (2018). #HimToo: how an attempt to criticize #MeToo went delightfully wrong. (Erişim Tarihi: 05.10.2022). Erişim adresi: <https://www.theguardian.com/technology/2018/oct/09/himtoo-metoo-tweet-pieter-hanson-mothers-attack-on-feminism-movement-goes-wrong>

- O'Reilly, T. (2006). Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. (Erişim Tarihi: 18.11.2022). Erişim adresi: <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>
- Oskay, Ü. (1992). *Kitle Hbaerleşmesi Teorilerine Giriş*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Özden, A. T. (2022). 1.0'Dan 5.0'A Dünya: Web, Pazarlama, Endüstri Ve Toplum. *Journal of Business in the Digital Age*, 31.
- Patrick, K., ve Chaudhry, N. (2017). *Stopping School Pushout for Girls Who Have Suffered Harassment and Sexual Violence*. Washington: National Women's Law Center.
- Petronzio, M. (2012). A Brief History of Instant Messaging. (Erişim Tarihi: 15.11.2022) Erişim Adresi: <https://mashable.com/archive/instant-messaging-history>
- Polumbo, B. (2020). George Floyd Riots Caused Record-Setting \$2 Billion in Damage, New Report Says. Here's Why the True Cost Is Even Higher. (Erişim Tarihi: 04.09.2022). Erişim adresi: https://fee.org/articles/george-floyd-riots-caused-record-setting-2-billion-in-damage-new-report-says-here-s-why-the-true-cost-is-even-higher/?__cf_chl_jschl_tk__=75129cb36ecfb8881f8607ce48f729052579d92e-1615124793-0-AS0Njv9F3til13cmOAneftp8ldH7ErincaA5Mz
- Ransom, J. (2020). Harvey Weinstein's Stunning Downfall: 23 Years in Prison . (Erişim Tarihi: 29.08.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/2020/03/11/nyregion/harvey-weinstein-sentencing.html>
- Real, E. (2016). Johnny Depp and Amber Heard Split: A Timeline of Their Relationship. (Erişim Tarihi: 26.10.2022) Erişim adresi: <https://www.usmagazine.com/celebrity-news/news/johnny-depp-amber-heard-split-relationship-timeline-w208022/>
- Rettberg, J. W. (2018). *Appified: Culture in the Age of Apps*. Michigan: University of Michigan.
- Ritzen, S. (2018). Mom's disastrous 'This is MY son' tweet turns into hilarious meme. (Erişim Tarihi: 05.11.2022). Erişim adresi: <https://www.dailydot.com/unclick/this-is-my-son-tweet-memes/>
- Roche, C. (2022). Legal victory for Johnny Depp after he and Amber Heard found liable for defamation. (Erişim Tarihi: 27.10.2022). Erişim adresi: <https://edition.cnn.com/2022/06/01/entertainment/johnny-depp-amber-heard-verdict/index.html>
- Rogers, K. (2017). When Our Trusted Storytellers Are Also the Abusers. (Erişim Tarihi: 05.10.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/2017/11/30/us/politics/sexual-harassment-media-politics-lauer.html>

- Ryan, D., ve Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Philadelphia: Kogan Page.
- Sancar, G. A. (2013). Political Public Relations 2.0 and the Use of Twitter of Political Leaders in Turkey. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 184-185.
- Severson, K. (2018). Asia Argento, a #MeToo Leader, Made a Deal With Her Own Accuser. (Erişim Tarihi: 26.10.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/2018/08/19/us/asia-argento-assault-jimmy-bennett.html>
- Severson, K. (2018). Jimmy Bennett Says He Feared Speaking Out About Asia Argento. (Erişim Tarihi 25.10.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/2018/08/22/us/jimmy-bennett-statement-asia-argento.html>
- Skinner, J. (2011). Social Media and Revolution: The Arab Spring and the Occupy Movement as Seen through Three Information Studies Paradigms. *AIS eLibrary*, 4.
- Snyder, C., Lopez, L., ve Haroun, A. (2022). Tarana Burke on why she created the #MeToo movement — and where it's headed. (Erişim Tarihi:15.10.2022). Erişim adresi: <https://www.businessinsider.com/how-the-metoo-movement-started-where-its-headed-tarana-burke-time-person-of-year-women-2017-12>
- Soukup, P. A. (2014). Looking at, through, and with YouTube. *Centre for the Study of Communication and culture*, 3.
- Sparkman, B. (2018). The Weinstein Effect: From Hollywood to Austin. (Erişim Tarihi: 24.08.2022). Erişim adresi: <https://thetexasator.com/2018/02/04/2018-2-3-the-weinstein-effect-from-hollywood-to-austin/>
- Ssali, M. (2022). WhatsApp: The Evolution over the Years. (Erişim Tarihi: 16.11.2022). Erişim adresi: <https://ugtechmag.com/whatsapp-the-evolution-over-the-years/#:~:text=WhatsApp%20is%20an%20instant%20messaging,2%20billion%20active%20users%20worldwide.%E2%80%A6>
- Stollznaw, K. (2021). Why is it so offensive to say 'all lives matter'? (Erişim Tarihi: 06.09.2022). Erişim adresi: <https://theconversation.com/why-is-it-so-offensive-to-say-all-lives-matter-153188>
- Stop Sexual Assault in Schools. (2022). #MeTooK12 Campaign. (Erişim Tarihi: 19.10.2022). Erişim adresi: <https://stopsexualassaultinschools.org/january-campaign/#:~:text=%23MeTooK12%20is%20a%20social%20media,IX%20Policies%20in%20Your%20Schools>
- şeker, T. B. (2005). *İnternet ve Bilgi Açığı*. Konya: izgi Kitabevi.

- The New York Times*. (2018). Open Letter From Time's Up. (Erişim Tarihi: 08.10.2022). Erişim adresi: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/01/arts/02women-letter.html?searchResultPosition=1&mtrref=www.nytimes.com&gwh=CF318D558D348E4F77160E12ED81F86&gwt=pay&assetType>
- Tüfekçi, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas The Power and Fragility of Networked Protest*. New Heaven ve Londra: Yale University Press.
- Türkiye Cumhuriyeti İletişim Bakanlığı*. (2021). Türkiye'nin İstanbul Sözleşmesi'nden Çekilmesine İlişkin Açıklama. (Erişim Tarihi: 09.11.2022). Erişim adresi: <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/turkiyenin-istanbul-sozlesmesinden-cekilmesine-iliskin-aciklama>
- Üngüner, E. (2019). Yeni Medya İletişim Kanalı Olarak Katılımcı Sözlük Sitelerine Yönelik Bir Değerlendirme. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2884-2887.
- Vidya. (2019). Rape-accused actor Karan Oberoi granted bail. (Erişim Tarihi: 12.11.2022). Erişim adresi: <https://www.indiatoday.in/television/top-stories/story/rape-accused-actor-karan-oberoi-granted-bail-1544362-2019-06-07>
- Vural, Z. B., ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 3351.
- W.Akram, ve R.Kumar. (2018). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 347.
- Wilkinson, R., ve Datla, A. (2020). Leading with Empathy: Tarana Burke and the Making of the Me Too Movement. Massachusetts, Amerika Birleşik Devletleri: Harvard Kennedy School
- Williams, K. D. (2007). Ostracism. *Annual Review of Psychology*, 429.
- Yaman, M. (2018). Is it OK to Say '#MeToo' in Turkey?. (Erişim Tarihi: 21.10.2022). Erişim adresi: https://humanityinaction.org/knowledge_detail/is-it-ok-to-say-metoo-in-turkey/?lang=bs#:~:text=Turkey%20has%20also%20joined%20the,cases%2C%20the%20victims%20of%20assault
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter. *Media and Communication*, 14.
- Yeşil Gazete*. (2022). Edebiyat Me Too hareketi: Erkek yazarlar ifşa edildi, faillere yönelik yaptırımlar başladı. (Erişim Tarihi: 17.10.2022). Erişim adresi: <https://yesilgazete.org/edebiyatta-me-too-hareketi-erkek-yazarlar-ifsa-edildi-faillere-yonelik-yaptirimlar-basladi/>

Yılmaz, Ö. (2021). WEB 1.0, 2.0, 3.0 ve 4.0'ın Tarihi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 345.

Zuckherberg, M. (2021). "Bringing the World Closer Together", (Erişim Tarihi:16.11.2022). Erişim adresi:
<https://www.facebook.com/notes/393134628500376/>



EK

Ek-1: Odak Grup Görüşmesi Soruları

- Günde ortalama sosyal medyada ne kadar vakit geçirirsiniz ve en çok tercih ettiğiniz sosyal medya platformu hangisidir?
- Suskunluk sarmalı teorisi hakkında bilginiz var mı?
- Daha önce herhangi bir kişi tarafından cinsiyetçi söyleme veya uygun olmayan bir hitap diline maruz kaldınız mı?
- Sosyal medya üzerinden tanımadığınız bir kişi tarafından uygunsuz bir mesaj aldınız mı?
- Eğer herhangi bir şekilde cinsiyetçi söyleme veya uygunsuz bir hitap tarzına maruz kaldıysanız toplumdan dışlanacağınızı düşündüğünüz için sessiz kaldığınız oldu mu?
- Eğer herhangi bir şekilde cinsiyetçi söyleme veya uygunsuz bir hitap tarzına maruz kaldıysanız nasıl hissettiniz/ne yapmak istediniz?
- Sosyal medyadaki aktivizm hareketleri hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Me Too sosyal medya aktivizm hareketini daha önce duymuş muydunuz?
- Sizce toplumun Me Too hareketine ihtiyacı var mı?
- Başınızdan geçen bir cinsiyetçi söylemi/taciz olayını Me Too etiketi veya diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerinin etiketini kullanarak sosyal medya üzerinden paylaştınız mı?

Ek-2: Odak Grup Görüşmesi Cevapları

Gerçekleştirilen 11 farklı odak grup görüşmesinin cevapları, tez çalışmasının akışını bozmaması için ekler bölümünde yer almaktadır.

Soru 1: Günde ortalama sosyal medyada ne kadar vakit geçirirsiniz ve en çok tercih ettiğiniz sosyal medya platformu hangisidir?

Katılımcıların eğitim bilgileri, sosyal medya alışkanlıkları tez çalışmasının 4. bölümünde tablolar halinde bulunmaktadır.

Soru 2: Suskunluk sarmalı teorisi hakkında bilginiz var mı?

Katılımcı 3: “İletişim kuramları dersinde görmüştüm. Kısaca bahsetmek gerekirse, bir topluluğun toplumsal normlara uymayan düşüncelerini kendine göre belirlemesidir.” (OG1,RTS1)

Katılımcı 6: “İletişim kuramları dersinde duyduk bu kuramı. Bir toplumda insanlar kendi görüşlerini ne kadar az ifade ediyorsa, yani ifade edemiyorsa daha doğrusu buna suskunluk deniyor ve bu insanlarda ne kadar çoksa bu bir sarmal oluşturuyor. Kendi ülkemiz gibi.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 9: “Ben özellikle kitle iletişim araçları etrafında oluştuğunu biliyorum. Yani kitle iletişim araçlarının belli kitleleri ya da bireyleri dışlanma korkusuyla susturması, bastırması diye biliyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 14: “Daha önceden duydum. Kısıtlı diyebilirim. Suskunluk sarmalı genellikle toplumda insanların fikirlerinin yanlış olduğu öngörüsünden yola çıkarak çekinmeleri, örneğin baskın toplumda, sayıca baskın bir fikre karşı fikirlerini söylemekten çekinik kalmaları olarak adlandırdığımızı biliyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 15: “Kişileri kimi zaman kendi içine iten bir yanı var, bir yandan daha çok konuşmaya yönlendiriyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 20: “Buna benzer bir şey duymuştum ama adını tam olarak biliyordum.” (OG4, İvT1)

Katılımcı 22: “Twitter’da bir yazı dizisi okumuştum ama adının suskunluk sarmalı olduğunu bilmiyordum.” (OG4, İvT1)

Bu katılımcıların dışında yer alan katılımcılar suskunluk sarmalı teorisini bilmediklerini veya bildiklerini tek kelimelik cümlelerle veya çok kısa cümlelerle ifade etmişlerdir.

Soru 3: Daha önce herhangi bir kişi tarafından cinsiyetçi söyleme veya uygun olmayan bir hitap diline maruz kaldınız mı?

Katılımcı 1: “Evet, yani şöyle diyeyim, ben oyun oynayan biriyim. Ve oyuncularda genellikle çok fazla cinsiyetçilik olur. Oradaki oyuncular genellikle erkek kitle. Ve yani çok fazla cinsiyetçi söylemler oluyor. Bu şekilde daha önce böyle söylemlere maruz kaldığım oldu.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 2: “Çok defa. Bende aynı şekilde oyun oynuyorum. Silah oyunlarını genellikle erkeklerle oynuyorum. İyi oynasam da oynamasam da canları bir şeye sikkın olsun günah keçisi seni ilan ediyorlar. Otomatik olarak çok ağır söylemler kullanılıyor sırf cinsiyetimiz yüzünden.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 3: “Evet tabii ki kaldım, her kadının kalabileceği bir durum bu. Arkadaşlarım arasından da mesela şaka da olsa mutfak robotu... Ne bileyim işte onu söylerken annenizi ya da kardeşinizi de mi düşünmüyorsunuz?” (OG1, RTS1)

Katılımcı 4: “Sıklıkla kaldım. Bu olay aslında yaşa göre, cinsiyete göre sıklıkla değişiyor. Hitaplar da değişiyor.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Son zamanlarda hatırladığım yok ama küçükken abimlerle futbol oynamayı severdim. Ona bir şey bulurlardı. Sen kızsın, ne işin var senin topla, otur evinde annene yardım et.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Çalıştığım ortamlarda genellikle bunla karşılaştım. Geçenlerde bir belgesel izledik bir ödevde, A.B.D.’de yapılan bir belgesel bu. Kadınların cinsel obje olarak, nesne olarak gösterildiğini, yani belgeselin aynısı dedim ki, bu belgesel A.B.D.’de çekilmiş ama dünyanın birçok ülkesinde de aynı, kadınlar nesne olarak görülüyor. Oyundan ziyade, gerçek ortamda bire bir de biz bunlarla karşılaşıyoruz kadınlar olarak. Hep bir görünür olmak zorundasın. Senin fikrin, senin düşüncen, senin ne kadar başarılı olduğunun, ataerkil dediğimiz toplumumuzda hiçbir kıymeti yok. Hepimiz karşılaşıyoruz.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 8: “Mutlaka kalmışımdır ama şu an hatırlamıyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 9: “Arkadaş ortamında çocukken özellikle ortaokul, lise dönemlerinde zorbalığa maruz kalmışızdır bence hepimiz. Ama yine de belki dışlanma korkusuyla içimizde de baskılamış olabiliriz.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 10: “Bende ilkokulda ve ortaokulda yaşadım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 12: “Lisede bende buna maruz kalmıştım. Manipüle edildiğim olmuştu.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 13: “Tabii ki de, Türkiye’de yaşıyoruz, maalesef.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “Pek çok kez diyebilirim.” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Hemen hemen her gün karşı karşıya kalıyorum artık.” (OG3, G1)

Katılımcı 17: “Ben birçok maruz kaldım. Hatta belki her gün bile olabilir. Sadece yüz yüze olarak değil, sosyal medyada birçok kez karşıma çıkıyor ve karşılaştığım oluyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 49: “Her gün buna maruz kalıyoruz.” (OG9, İvT3)

Bu katılımcıların dışında yer alan katılımcılar, cinsiyetçi söylem veya uygun olmayan hitap diline maruz kalıp kalmadıklarını “evet”, “hayır” gibi tek kelimelik cevaplar vererek ifade etmişlerdir.

Soru 4: Sosyal medya üzerinden tanımadığınız bir kişi tarafından uygunsuz bir mesaj aldınız mı?

Katılımcı 1: “Evet çokça oldu. Ama en azından tamamen sürekli olarak mesaj atmıyorlar.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 2: “Ben almışımdır muhtemelen ama çok fazla değil çünkü aklımda bile kalmamış. Genelde anonim olarak kullanıyorum hesaplarımı, profilimde kendim görünmüyorum. Kullansam bile hesaplarım gizlide olduğu için mesaj atmıyorlar. Çocukken sanırım, daha reşit bile değilken anonim kişilerin attığı mesajlar, Ask Fm tarzı uygulamalar vardı. Oradan saçma sapan mesajlar atarlardı. Çünkü kim olduğunu bilmiyorduk. Bunun arkasına sığınıyorlardı. Bu kişilerde aşağılık kompleksi olduğunu kendime kabullendirdikten sonra ciddiye almamaya başladım.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 3: “Tabii ki aldım. Mesaj dâhilinde bir insanın özel bölgelerini görmek hiç hoş bir şey değil. Pis yazılar...” (OG1, RTS1)

Katılımcı 4: “Tabii ki aldım. Hatta son zamanlarda da artış gösterdi. Instagram dolandırıcılığı, linkler üzerinden gönderiliyor. Çok farklı şekilde, sanki çok gerçekçiymiş gibi gönderiliyor. Görmek isterseniz tıklayın, hoş olmayan görüntüleriniz çıktı... Yani çok gerçekçi olarak anımsayabiliyorsunuz zamanla ama tıklamamak gerekiyor. Tıklamışlığım oldu hatta bunun sonu asayiş şubede bitmişti. İyi oldu yani.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Ben yaşamadım. Kabul etmiyorum. Direkt engelleyip siliyorum. Ben hiç karşılaşmadım ama güvenmiyorum. Güvenmediğim için direkt hiçbir isteği kabul etmiyorum. Tanımadığım hiçbir erkeğin isteğini kabul etmiyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Tanımadığımdan oluyor. Tanıdıklarım da fake hesap açarak yapıyorlar bu işi. Hatta buradaki herkesin yaşı daha küçük, teknoloji çağına doğdular ama ben internetin ilk çıktığı dönem diyeyim, 90’lı yıllarda ilk cep telefonlarının çıktığı dönemden biliyorum, o dönemlerde bile mesela Facebook ilk çıktığında yaşlı insanlar, orta yaş üstü kişiler, gençlerin fotoğraflarını koyarak mesaj atıyorlardı. Çok absürt şeylerle çok karşılaştığımız oldu. Şu an düşününce baya rahatsız edici, işte resimler ve görüntüler atılıyordu. O dönemde engelleme modu nedir hiçbir şey bilmiyorsunuz. Panikliyorsunuz. Çünkü ilk defa Facebook’ta hesap açmışsınız. Böyle bir şeyin yapılabileceğine ihmal vermiyorsunuz. Herkesi kendiniz gibi biliyorsunuz. Ben birçok kere şikâyet etmişim ama o zaman anayasa, haklar falan öyle bir şey yok, bir şey yapamayız diyorlardı. Daha önce siber suçlar bürosu yoktu, sizi gönderiyorlardı. Ben birçok şeye şahit oldum. Adliyede çalıştım. Birisi bu şekilde rahatsız ediyor çevresinden birisini, fake hesap açmış, sonrasında olay tacize kadar gidiyor. Kapısına kadar geliyor. Çünkü neden, o onu rahatsız ediyor, kadın o mesajı görüyor, görmesi bile karşı tarafa sinyal gibi hissettiriyor. Çünkü erkekler de interneti yeni kullanıyor, cep telefonu, bilgisayar, hayatınıza yeni girmiş. Erkek olayı farklı algılıyor. Kadının aslında hiçbir şeyden haberi yok. Yani yuvaların yıkılmasına kadar gittiğini biliyorum. O dönem çok dava dosyasıyla karşılaşmışım.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 13: “Birçok sefer maruz kaldım.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “Birçok sefer, ben de katılıyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Şuan bile açsam mutlaka bir şey çıkar.” (OG3, G1)

Katılımcı 25: “Birçok kez maruz kaldım.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 38: “”Birçok defa karşılaştım.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 39: “Benim de fazlasıyla oldu.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 41: “Yani olmadı. Çok fazla olmadı. Olmuştur belki ama şu an emin değilim.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 50: “Evet. Maalesef evet.” (OG9, İvT3)

Soru 5: Eğer herhangi bir şekilde cinsiyetçi söyleme veya uygunsuz bir hitap tarzına maruz kaldıysanız toplumdan dışlanacağınızı düşündüğünüz için sessiz kaldığınız oldu mu?

Katılımcı 1: “Olmadı. Kendi kenedimi savunma mekanizması oluşturdum. Bunları yaşaya yaşaya ve ben de onların üzerine gidiyorum bir şekilde.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 2: “Bana inanmayacağını inandığım kişilerle konuşsam da genelde ya da olay yerinde beni anlayabilecek kendi oluşturduğum çevrede tepkimi gösteriyorum. Tepkisiz kalmıyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 3: “Bir kere çocukluk arkadaşım tarafından tacize uğramıştım. Bunu anneme söylediğimde bana inanmadı. Çocukken de kendi yaşadığım şeyin taciz olduğunu sonradan fark ettiğim zaman bunu tekrardan söyledim. Yine yakın bir akrabam tarafımdan... Yine o yapmaz denildi. Bu sadece çevreyle alakalı bir durum değil. Aileden böyle bir tepki gelince ister istemez susma tavrı oluyor. Demek istediğim şey suskunluk sarmalının sadece çevreyle alakalı olmadığını, birincisi suskunluk sarmalını yaratan kişilerin, büyük toplum normlarına uyan kişilerin, büyük kitlenin, kendilerini ya da o diğer kişiyi otorite altına alması, bastırması, düşüncelerini önemsememesinde ailesinin etkisi var. Her düşünceye saygı duymaması gerektiğini ailesinden öğreniyor sonuç olarak. Ve diğer insan da, yani o bastırılan düşünceye sahip insan da yine ailesinden öğreniyor, o bastırılmıştır düşünceleri. Burada aile faktörü bence çok önemli.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 4: “Dediğiniz tarzda bir olaya maruz kalmadım. Ama kendimi ifade etmekte zorluk çeken birisi olarak suskunluk sarmalına kapılacağımı düşünüyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Ben böyle bir şey yaşamadım. Ama yaşasaydım da asla susmazdım. İnansınlar veya inanmasınlar benim için fark etmez. Yeter ki susmamayayım. Sadece

benim başıma geldiğinde değil bir arkadaşımın başına da gelse aynı tepkiyi veririm. Arkadaşım sussa ben susmam.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Ben yaşadım. Birçok kere yaşadım. Hatta arkadaşımın dediği gibi, bana annem sen yanlış anlamışsındır dedi. Sonrasında akıl baliğ olduktan sonra, büyüdükten sonra bir şeyi yanlış anlamadığının farkına varıyorsun. 18 yaşında mesela, 98’li yıllarda, siz yoksunuz belki de, ben o dönemde kapımın önünde bıçaklı saldırıya uğradım. O zaman benim çantamdan para almak niyetiyle saldırdılar diye düşündüm. Bıçağı boğazıma dayadılar, bayağı bir korkmuştum. Çok ışıldak bir İstanbul yoktu o zaman, şu an her yer ışıl ışıl. O zaman avazım çıktığı kadar baba diye bağırdığımı hatırlıyorum. Ondan sonrasında da birçok kere oldu, saldırı ve taciz olarak. Ama sesimi çıkartamadım. Çünkü o kişi bulunup ceza almayınca siz bu sefer içinize çekiliyorsunuz. Sonrasında farklı bir durum başınıza geldiğinde nasıl olsa kanunların bunun nezdinde bir değeri yok, bu insan bulunup ceza verilmeyecek diyerek susup sınıyorsunuz. Hatta çok büyük travmalar yaşayan insanlar gördüm ben. Hiçbir şey yapamıyorlar. Bir an önce her şey olsun bitsin, ben kurtulayım, yeter ki bitsin... Hastanede ve adliyede çalıştığım dönemde böyle birçok olayla karşılaştığım için oradan biliyorum. Orada ifade alınırken genellikle yanlarında bulunuyorduk kişilerin.” (OG1, RTS1)

Tekrar Katılımcı 3: “Bir şey daha eklemek istiyorum. Ailenin, çevrenin tacize uğrayan insanı suçlama durumu var. Yani suçluluk duygusu hissettiriliyor.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 7: “Mutlaka olmuştur ama hatırlamıyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 8: “Benim oldu. Ortaokulda olmuştı. Yakın arkadaşım o zaman bir küskünlük yaşamıştım. Ve o zaman çocuktuk. O yüzden sınıftaki diğer çocuklar da benimle konuşmuyorlardı. Bu yüzden bana lakap takma olayı olmuştı. O zaman biraz daha kiloluydum. Bir nevi zorbalık. Ben de kendimi soyutlamıştım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 9: “Evet oldu. Ben de arkadaşım gibi belli bir grup tarafından dışlanmıştım. Ve kendi içime kapanmıştım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 10: “Küçük yaşlarda olduğum için ben de sustum. Ortaokulda ben de arkadaşlar gibi dışlandım. İlkokulda ise öğretmenim tarafında neredeyse bütün sınıfın önünde zorbalığa maruz kaldım. O yüzden hepimiz sustuk daha kötüsü olabilir diye.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 11: “Bende okul hayatımda böyle şeyler yaşamıştım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 12: “Evet. Bir karşı cinsiyet yüzünden, onun arkadaş çevresi tarafından zorbalığa uğramıştım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 14: “Sokakta böyle bir şey yaşamıştım. Ayağıma birisi değmişti. Ciyak ciyak bağırdım. Çünkü bunu kasıtlı yaptığını biliyordum. Ve toplum da daha bilinçli artık böyle konularda. Kimse sessiz kalmasın diye düşünüyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 15: “Ben daha önceden çok az sustuğumu düşünüyorum. Bunun dışında toplum çok umurumda değil. Genelde sesim çıkar. Hiç utanmam da çekinmem de.” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Aynı görüşteyim ama başına geldiği zaman susabiliyorsun. Daha önce sustuğum oldu. Çünkü ne olursa olsun karşı tarafta suçlu olsa bile bir şekilde bana kulp takılacağını biliyorum. Başkasına olduğu zaman ciyak ciyak bağırabiliyorum ama benim başıma geldiği zaman bunu dile getirmemiştım.” (OG3, G1)

Katılımcı 17: “Ben eğer susarsam kendime saygısızlık yaptığımı düşünürüm ve söylerim.” (OG3, G1)

Katılımcı 18: “Ben susmayı doğru bulmuyorum. Yoksa ezilen kendim olurum.” (OG3, G1)

Katılımcı 19: “Olmadığı için hayır.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 25: “Yaşamadım ama yaşasaydım susardım.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 26: “Ben susmam. Daha önce böyle şeyleri çok yaşamadım ama susmadım ve susmam da. İnsanların beni dışlayabileceğini düşünmüyorum. Çünkü el ele verirse bir şeyleri değiştirebiliriz. O yüzden susmam. Susacağımı düşünmüyorum.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 27: “Daha böyle bir şey yaşadığımda susmadım. Susmayı da düşünmüyorum.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 28: “Ben genel olarak hakkını sonuna kadar savunan birisiyim. Fakat bazı anlarda, hele de bu genel olarak yaşlı kesimlerin olduğu bir alanda ne kadar sentez üretirsen, ne kadar doğru bilgi verirsen ver odaklandıkları tek bir şey olduğu için ne anlatırsam anlatayım anlamayacaklar. Sadece kendimi yoruyor olacağım. Çünkü cahille sohbet sadece kişinin kendisini yorar diye bir söz var, buna çok inanıyorum. Bu yüzden

bazı anlarda susturulmak baskı olarak değil anlatamayacağımı düşündüğüm için susarım.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 29: “Susacağımı düşünmüyorum. Susmayacağım. Benim yaptığım kötü bir şey yok, bunu biliyoruz. Bunu yaşayan herkes bunu bilsin ve bu yüzden de konuşulması taraftarıyım.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 30: “Bu durum yaşandığında bazı insanlara karşı sustum ama bazılarına karşı susmadım. Yani bu insandan insana değişiyor. Çünkü eğer susmasaydım benim başıma bir şey gelebilirdi.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 31: “Oldu ama tepkilerimle cevap verdiğimi düşünüyorum.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 32: “Ben sessiz kalmadım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 34: “Çoğu zaman sessiz kalıyorum.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 37: “Olmadı. Çünkü son zamanlarda birçok kadının uğradığı bir durum olduğu için zaten suskunluk sarmalının çoktan kırıldığını düşünüyorum. Anonim olarak internette bundan bahsedebiliyorum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 38: “Benim de çoğunlukla sustuğum olmadı. Sosyal medyada bu konuların gün yüzüne çıktığını fark etmeye başladığımdan beri daha rahat bir şekilde ifade edebiliyorum. Tepkimi gösteriyorum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 39: “Bende suskunlukla karşılaşmadım. Bende tepkimi koydum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 40: “Bende tepkimi sosyal medya üzerinden gösterdim.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 41: “Bende aynı şekilde suskun kalmadım.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 42: “Benim de sustuğum olmadı.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 50: “Evet. Daha çok küçükken oldu.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 58: “Ben gereken cevabı verdim.” (OG10, G3)

Katılımcı 60: “Yeri ve zamanına göre sessiz kaldığım oldu.” (OG10, G3)

Katılımcı 61: “Böyle bir durumla karşı karşıya kalmadım. Ama böyle bir durumla karşılaşılsaydım sessiz kalmazdım.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 65: “Olmadı. Çünkü toplumdan dışlanacağımı düşünmedim.” (OG11, RTS2)

Bu katılımcıların dışındaki katılımcılar, toplumda sessizliğe bürünme konusunda, “evet”, “hayır”, “kaldım”, “kalmadım” gibi tek kelimelik cevaplar vermiştir.

Soru 6: Eğer herhangi bir şekilde cinsiyetçi söyleme veya uygunsuz bir hitap tarzına maruz kaldıysanız nasıl hissettiniz/ne yapmak istediniz?

Katılımcı 1: “Açıkçası üzülüyorum ve aynı zamanda sinirleniyorum. Aşağılanmış hissediyorum kendimi. Eğer karşımdaki kişi benden büyükse saygısızlık da yapmak istemiyorum. Kendimi kısıtlıyorum. Cevabımı yine de veriyorum ama kendimi kısıtlamak zorunda kalıyorum ve bu beni üzüyor. Çünkü kendimi savunamıyor gibi hissediyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 2: “Ben genelde saldırganlaşıyorum böyle bir durumda. Gerçekten saldırgan tepkiler veriyorum. Sesimi yükseltiyorum. Eğer o bana küfürle karşılık veriyorsa ben de ona küfür ediyorum. Ne yaşadığımı anlaması için aynı söylemleri ayna yoluyla ona yansıtıyorum. Anlayan anlıyor. Anlamayan kendi kendine bağırıp çağırmaya devam ediyor. Karşımda olsa belki dövebileceğim. Gerçekten öyle bir istek oluyor içimde. Ama genelde bunlar uzaktan oluyor.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 3: “Aslında bunu ikiye ayırabilirim. Bir tanımadığım insanlar, bir de tanıdığım ama bunu yapmaz dediğim insanlar. Tanımadığım insanlar sözlü olarak bir şey yaptığında çok umursamamaya çalışıyorum ama yine de insanın gününü mahvetmesine yetiyor. Tanıdığım insanlardan gelen davranışlarda da öncelikle şaşırıyorum. Sonra da olaya inanmama durumu geliyor. Ondan sonra ne yapacağımı bilemiyorum. Daha sonrasında da kaygı geliyor.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 4: “İlk başlarda istenmeyen durumlara karşı suskun olduğumu söyledim ama sanırım ilkokulda, dünyada daha bilinçsiz olduğumuz için daha çok konuşkan, sesini çıkartan bir yapıya sahiptim. Şöyle ki, saçlarım kıvrıkcık, kabarık olduğu için okulda çok dalga konusu oluyordum. Ben dalga konusu olduğum için maalesef ki vurmaya, şiddet eğilimine yöneliyordum. Kendimi ifade etmenin en iyi yönteminin bu olduğunu düşünüyordum o zamanlar. Bana karşı oluşan cinsiyetçi söylemler ise, çok erkek gibi davranıyorsun, biraz daha kız gibi davran, kendini anlatmaya çalış gibi şeylerdi.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Ben tanımadığım kişilerde duyunca sinirleniyorum daha çok. O bana ne derse ben de benzer şekilde karşılık vermeye çalışıyorum. Ben daha mantıklı söylemler

söylemeye çalışıyorum. Tanığım kişilerde küçükken, o zamanlar anlamını anlamadım ama bana bisiklet almasını istemiştin babamdan. Babam da kızlar bisiklete binmez demişti. Büyüyünce buna aşırı sinirlenmişim, hala sinirleniyorum. Bunun dışında ben maçları seyretmeyi seviyorum. Eve teyzelerim, akrabalarımız geldiğinde, erkek gibi olma derlerdi, buna annem de dâhil. En sinirlediğim laftır erkek gibi olma. Neden herhangi bir şey, bir hobi erkeğe ait? Ama ben yine karşılık veriyorum. Akrabam da olsa, annem sus saygısızlık etme diyor sonrasında. Ben susmuyorum, bana ne diyorum. Umurumda değil.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Ben tanıdık olsun olmasın susuyorum. Suskunluk sergiliyorum. Bizim neslimizi o kadar sindirdiler ki... Boşuna kendini rezil ettiğinle kalıyorsun diyorlar. Cinsiyetçi bir ayırım var. Erkek olsa herkes arkasında durur. Ama toplumumuzda kadın cinsiyetinin arkasında duran yok.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 7: “Minibüste olmuştu. Çok rahatsız olduğum bir bakış vardı. Gerçekten çok kötü hissetmişim kendimi. Minibüstün inmek istemiştin.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 8: “Ben İstanbul’da metrobüste yaşamıştım. Metrobüs çok doluydu, herkes sıkış tepişti. Adamın biri sarhoştı ve arkama doğru geçmişti. Arkamda onu hissediyordum. Ama kilitlenip kalmıştım. Hiçbir şey söyleyemiyordum. Orada bir tane kadın bana rahatız olup olmadığımı sormuştu, ben de evet demiştim. Orada bir olay çıkmıştı zaten. Kendimi aşırı kötü hissetmişim. Kadın bana neden susuyorsun demişti. Ama daha öncesinde böyle bir şey yaşamadığım için şaşırmışım ve kilitlenmişim. O gün kendime kızmıştım neden söylemedim diye.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 9: “Ben de otobüste yaşadım. Ayaktaydık ve yine sıkış tepişti, bayağı dolu bir otobüstü. Teması istekli bir şekilde yapan kişiyi hissettim. Sanırım bir süre fark etmedim ben bunu doluluktan. Arkadaşımlaydık. Fark ettiğimde direkt inmek istedim, ineceğim yer orası olmamasına rağmen. İnip ağladığımı hatırlıyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 10: “Yaşadığım yerde akşam eve dönüyordum. O sırada uzun bir süre takip edildim. Sonrasında bir kafeye girip oradakilere anlattım. Bence kimse tepki veremiyor, donup kalıyor. Sonra düşündüğün zaman ben ne kadar salakmışım gibi hissediyorsun. Hâlbuki o an tepkimizi koyabilmeliyiz. Ama o an ne yapacağınızı şaşırtıyorsunuz.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 11: “Ben akşam yurda giderken takip edilmişim. Daha çok korkmuştum ve bayağı hızlı bir şekilde yürümeye başlamışım. Çok şaşırmışım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 12: “Bende sarhoş bir kişinin bakışlarıyla tacize uğramışım. Belki arkadaşlarımdan ki kadar temas açısından ciddi olmadığı için belki tepki verebilmişimdir. Ama ben tepki vermişim. Bayağı bir küfür ettiğimi hatırlıyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 13: “Bir anda zaten mod düşüklüğü oluyor. O yüzden sessiz kalıyorsun. Onun dışında sosyal medyada böyle bir şey olsa direkt engelleyip geçiyorum. Ama toplum içerisinde bir ortamda olunca, cevap versem bana geri dönüş yapacak. Uzatmak istemiyorum. O yüzden insan kendi kendini sessizliğe itiyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “Kasti bir davranış, dokunuş, sözlü ya da fiziksel bir şey fark edersem önce sert bir şekilde bakarım ve iteklerim, eli ya da ayağı neresi değişiyorsa. Hala devam edip sırtıyorsa, ağzıma geleni söylerim.” (OG3, G1)

Katılımcı 15: “Bende ilk olarak sözlü bir şekilde karşı çıkıyorum. Ondan sonra devamı gelirse ben de aynı şekilde devam ediyorum. Ama genelde susuyorlar karşılık verdiğimde. O yüzden kimsenin susması taraftarı değilim” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Toplu taşımada bu tarz bir şey başıma geldiği zaman uzaklaşabiliyorsam oradan uzaklaşıyorum. Eğer uzaklaşamazsam ittiriyorum, kendimden uzaklaştırmaya çalışıyorum. Kötü hissettiriyor, bir süre etkisinden çıkamıyorsun. Bir de sustuğumuz için, en azından ben tepki gösteremediğim için o an kaskatı kesiliyorum. Ne hissettiğimi de şaşıyorum. Kendime daha fazla kızıyorum. Bu da bana kendimi kötü hissettiriyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 17: “Önce sözlü olarak uyarırım, devam ederse ben de devam ederim ama kendimi çok kötü hissedersen ve ne yapacağımı bilmezsem kendime yakın hissettiğim kişiye sorarım. Ona göre hareket ederim.” (OG3, G1)

Katılımcı 18: “Ben bir temas durumunda, ilk önce sözlü olarak uyarırım. Ama gözleriyle beni rahatsız ediyorsa, ben de ona ne yapıyorsun der gibi bakarım. İlgi alanıma girmediği için beni rahatsız etse de görmezden gelirim.” (OG3, G1)

Katılımcı 19: “Maruz kalmadığım için bu soruyu tam olarak cevaplayamıyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 20: “Üzüntü ya da korku durumu oluyor bende genellikle.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 21: “Daha önce maruz kalmadım.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 22: “Aniden tepkisiz kalıyorsunuz ve çok sinirleniyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 23: “Ağlamaya başlıyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 24: “Bene aynı şekilde ağlamaya başlıyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 25: “Ben yaşamadım ama ondan sonraki günüm benim için çok kötü geçer. Ve muhtemelen o anda donup kalırım. Tepki veremem.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 26: “Ben önce donup kalırım. Ne şekilde tepki vereceğimi çözmem. Ama sonrasında çok sinirlenirim. Elim, ayağım titrer.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 27: “O an bir savunmasızlık ve yetersizlik hissetmiş olmuştumdur.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 28: “Bazı durumlarda gerçekten kendimi yalnız hissediyorum. Ciddi anlamda sesimi kontrol etmede problemim var. Büyük ihtimalle sesimi direkt yükseltirdim. Benim yaşadıklarım o an değil o andan sonra oluyor. O an sesimi yükseltip çok sinirlenirim. İçeride dönüşlük olabilir, bir şey anlatamama olabilir.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 29: “Olan tepkimi olabildiğince koyup mesafemi korumaya çalışırım. O an direkt uzaklaşmak isterim, o kişiyi bir daha görmek istemem.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 30: “Ben o anda o kişinin herkes tarafında fark edilmesini isterim.” (OG5, İvT2)

Katılımcı 31: “Aynı şeyi karşı tarafa bende yapmak isterim ama yapamadığım için tepkilerimle cevap veririm. Görmezlikten gelirim. Sonuçta suskunlukta bir cevaptır diye düşünüyorum.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 32: “Bende aynı şekilde tepkilerimle cevap vermeye çalışırım. Ama karşı tarafı cinsiyetinden dolayı aşağılayamasam da onun canını yakacak şekilde tepki veririm.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 33: “Eğer böyle bir şey başıma gelseydi bende görmezden gelirdim.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 34: “Ben o an tepki veremesem de yavaşça hayatımdan çıkartırım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 35: “Tepkimi gösterip sohbetimi keserim.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 36: “Ben tepkimi gösterirdim ama tabii ki de sonrasında görmezden gelirim.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 37: “Çok öfkelenirim tabii ki haksız bir durum olduğu için. Karşı tarafa zarar vermek istiyorsun, bu durumun içerisinde en rahat nasıl kurtulabilirim, nasıl kaçabilirim, bunları da düşünüyorsun. O an aslında şok duygusu da oluyor. Eğer ciddi bir şeyse gerçekten günü mahvediyor.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 38: “Genel olarak önce öfke duyarım ama korku hissederim.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 39: “İlk etapta şok etkisi yaratır. Ama korkmam, tepkimi belli ederim. Rahatsız olduğumu karşı tarafa belli ederim.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 40: “Sinirlerim ya da korkarım ama karşı tarafa tepkimi gösteririm diye düşünüyorum. Günümüzde kadınlar bu tür davranışlara maruz kaldığı için yalnız hissetmiyorsunuz.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 41: “İlk başta olayın şokuyla ne olduğunu anlayamam. Olayın etkisi günün geri kalanında üzerimde kalır.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 42: “Bende öfkelenirim, tepkimi koyarım. Aynı şekilde benimde günümü berbat eder.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 43: “Öncelikle bana yanlış hitapta bulunan ve bağırان adama bende bağırdım. Sen nasıl bana böyle hitap edebiliyorsun? Sen kimsin de benimle böyle konuşuyorsun dedim.” (OG8, G2).

Katılımcı 44: “Ben tepkisiz kaldım. Sadece numarasını sildim. Hiçbir şey söylemeden numarasını sildim ve engelledim.” (OG8, G2).

Katılımcı 45: “Sessiz kaldım ve çevremdekilerden anlayış bekledim.” (OG8, G2).

Katılımcı 46: “Bende sessiz kalıp bir daha görüşmemeyi tercih ettim.” (OG8, G2).

Katılımcı 47: “Bulunduğum ortamı acilen terk etme ihtiyacı hissetmişim ve terk ettim.” (OG8, G2).

Katılımcı 48: “Sessiz kalmak durumunda kaldım.” (OG8, G2).

Katılımcı 49: “Korkudan sonra sinirlenme geliyor. Korku da şöyle oluyor, panik haline büründüğüm için dışarıya karşı tepki gösteremiyorum.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 50: “Bende aynı şekilde korku ve endişe hissediyorum.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 51: “Korku, panik, o an çevredekilere duyurma isteği...” (OG9, İvT3)

Katılımcı 52: “Öfke hissetmişim. Ama bağırdığım halde kimse yardım etmeyince iyice sinirlenmişim.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 53: “Korkunun yanında endişe de vardı. Tepki gösterdikten sonra sanki suçlu senmişsin gibi hissetme korkusu da vardı.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 54: “Önce bir şok gelmişti, hiçbir şey yapamama durumu... Daha sonrasında arkadaşımızın dile getirdiği gibi insanların ayıplayan bakışlarından dolayı çok sinir olmuştum. Sanki suçlu benmişim gibi.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 55: “Ben soruya hayır cevabı vermişim ama böyle bir şeyle karşılaşıyordum kişiyle iletişime geçerek bana böyle davranmaması gerektiğini söyledim.” (OG10, G3)

Katılımcı 56: “Bende aynı şekilde böyle davranmaması gerektiğini söylerim. Toplum baskısından dolayı ne yapacağımı tam olarak bilmiyorum.” (OG10, G3)

Katılımcı 57: “Bende iletişime geçerek ona bu şekilde davranmaması gerektiğini söyleyip hakkımı savunurum.” (OG10, G3)

Katılımcı 58: “Bu söylemlere genellikle sosyal medya üzerinden maruz kaldığımız için ve tanımadığımız kişiler tarafından maruz kaldığımız için açıkçası çok korkutucu geliyor. Tanımadığımız etmediğimiz insanların bize bu kadar kolay bir şekilde ulaşip bize böyle şeyler yazmaları, bir kadın olarak hem korkutucu geliyor hem de savunmasız hissettiriyor, hiç tanımadığımız birinden maruz kaldığımız için. O yüzden buna cevabım her yerden engellemek olacak. Karşımdaki insanın konuşup anlaşabileceğim biri olduğuna inanmıyorum. O kapasitede bir insan olduğunu düşünmüyorum. Zaten o kapasitede bir insan olsaydı bu gereksiz davranışı yapmazdı.” (OG10, G3)

Katılımcı 59: “Bu davranışın sebebini sorgularım. Sebebine göre hareket ederim.” (OG10, G3)

Katılımcı 60: “Ben böyle bir mesaj almadım ama alsaydım aynı dördüncü arkadaşımızın dediği gibi o kişiye laf anlatmaya çalışmazdım. Bir şey anlatılabilecek bir insan olsa zaten o türden bir davranış olmaz. Engeller geçerim.” (OG10, G3)

Katılımcı 61: “Sinirlenirdim. Fiziksel şiddete tabii ki başvurmam ama belki küfür edebilirim. Karşımdaki kişi beni anlamıyorsa.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 62: “Ben o gün çok kötü hissettiğimi hatırlıyorum. Sadece cinsiyetimden dolayı bu kadar küçük düşürülmenin hiç hoş olmadığını hatırlıyorum. Fazlasıyla küfür ettiğimi hatırlıyorum. Büyük ihtimalle fiziksel şiddete başvururdum karşımda olsa.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 63: “Büyük bir öfke duyardım. Sırf cinsiyetimden dolayı aşağılanmak iğrenç bir duygu yarattı.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 64: “Ben engelledim direkt ve söyledim arkadaşlarıma.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 65: “Bir şey hissetmezdim. Genellikle o tarz inşaların beni etkilemesine izin vermem.” (OG11, RT2)

Katılımcı 66: “Beni erkeklerden düşük gören insanlara daha da hırslanıp gücümü göstermeyi tercih ediyorum. Zaten daha sonra önyargılarını kırıyorlar.” (OG11, RTS2)

Soru 7: Sosyal medyadaki aktivizm hareketleri hakkında ne düşünüyorsunuz?

Katılımcı 1: “Daha fazla insana yayılması için çok iyi bir yöntem ve bence mantıklı da. Çoğu insan vurdumduymaz olabiliyor bu konularda ve o insanlara bu durumun önemini açıklayabilirsiniz. Sosyal medyadan daha fazla insana ulaşabilirsiniz.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 2: “Bu konu hakkında hiçbir fikri olmayan insanlara ulaşmasını sağlayıp, onları belki de olumlu yönden etkilediği için olumlu bir yanı olabilir. Ben bu konu hakkında çok deneyimi olmuş kişilerin bunu gösteriş amaçlı kullandığını ve ciddi düşünmediklerini düşünüyorum. Birkaç gün sonra hiçbir şey yaşanmamış gibi oluyor. Bir yandan yayıyor ama bir yandan da göstermelik yapıyorlar her şeyi.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 3: “Bence bir yerde normalleştiriliyor. Çünkü çok fazla var. Demek ki bu her zaman olabilecek bir şeymiş gibi gösteriliyor. Ama bir taraftan da uygunsuz davranışlara uğrayan insanların da yalnız olmadığını öğrenmiş oluyoruz.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 4: “Doğru bilginin yayılması, haksızlığa karşı ses çıkarılması konusunda çok mantıklı, çok işe yaradığını düşünüyorum. Ama bazı zamanlar da çarpıtılıyor. Belirli kişilerin inançları doğrultusunda bunu yönlendirmeye çalışanlar oluyor.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “İnternet ortamında bu bayağı etkili oluyor ama gerçek hayata ne kadar yansıtılıyor? Aynı şekilde düşünmüyorum. Twitter’da etki yaratabilir ama gerçek hayatta aynı etkiyi yaratamaz.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Birkaç gün öncesine kadar medyayla ilgili çok farklı düşüncelerim vardı. İletişim fakültesine geldikten sonra medyanın kapitalizmin etkisi altında olduğuna yüzde yüz inanıyorum. Kitleleri sürükleyen her şeyin kurmaca olduğunu düşünüyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 7: “Ben bazı olayların gündem olmasını doğru buluyorum. Şikâyetçi olup ya da mahkemeye gittiğimiz zaman istediğimiz sonuçları alamıyoruz ama gündem olup herkes tepki gösterdiği zaman alamadığımız sonuçları o zaman alıyoruz. Son zamanlarda çok arttı bence. O yüzden iyi olduğunu düşünüyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 8: “Bende aslında arkadaşşıma katılıyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 9: “Bende katılıyorum ama hedef göstermeksizin bazı aktivizm hareketlerinin dezenformasyon da yaydığını düşünüyorum. Yanlış bilgi yayıyorlar. Beki manipüle etmeye çalışıyorlar. O şekilde hedef kitleye ulaşmaya çalışıyorlar.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 10: “Bende aynı şeyleri düşünüyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 11: “Bence gündem oluşturma açısından, normal hayatta sesini çıkaramayan biri sosyal medyada sesini çıkarabiliyor. Bu yönden daha iyi.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 12: “Bende kamuoyu oluşturmak adına bu hareketlerin iyi olduğuna inanıyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 13: “İnsanların birbirine destek olup bir dayanışma içinde olması beni mutlu ediyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “Türkiye’deki aktivizm hareketlerinin tamamı hükümetin yanlış ve yanlış politikaları yüzünden özellikle dezenformasyon yasası yüzünden bütün aktivizm hareketlerine giden aort damarını kesildi. Bu yüzden sosyal medyadaki etkileşimler, cezalar getirildiği için insanların bunu yapması artık mümkün değil.” (OG3, G1)

Katılımcı 15: “Ben bunun doğru olduğunu düşünüyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Bu tarz şeyler insanların yalnız olmadığını hissettiriyor. Ben doğru buluyorum ve destekliyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 17: “İnsanların birlikte olması beni de mutlu ediyor. Bu birlik olma insanda güven duygusunu daha da güçlendiriyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 18: “Bende doğru buluyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 19: “Bence iyi bir şey yapıyorlar. Çünkü insanların seslerini duyurması gerekiyor.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 20: “Türkiye’deki adalet anlayışına baktığımız zaman adalet tam anlamıyla sağlanmıyor. Bu noktada sosyal medya yardımcı oluyor.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 21: “Sorunlarını daha fazla kişiye ve daha kolayca iletebildiklerini düşünüyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 22: “Ben yüzde yetmiş beş olumlu olduğunu düşünüyorum. Yüzde yirmi beşte yalan haber ve duygu sömürüsü yaptıklarını düşünüyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 23: “Bende arkadaşıma katılıyorum. Türkiye’de bu konularla yeteri kadar ilgilenilmiyor ve adaletin sağlanmadığını düşündüğüm için sosyal medya mecralarında adalet aramamızın iyi olduğunu düşünüyorum. Ama arkadaşımın da dediği gibi suiistimal edildiği noktalarda var.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 24: “Yarı yarıya olumlu düşünüyorum .” (OG4, HİR2)

Katılımcı 25: “Sadece sosyal medyada duyurmak değil, gerçek hayatta da bir şeylerin yapılması gerektiğini düşünüyorum. Sosyal medyanın çok bir ses getirdiğini düşünmüyorum. Sadece yorum yaparlar.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 26: “Ben arkadaşıma katılmıyorum. Sosyal medyanın çok büyük bir etkisi var. Hatta belki biliyorsunuzdur, herhangi bir yerde biri öldürüldü, bir kadını taciz ettiler, gözaltına alınmazlar ama sosyal medyada tepki gösterildiği zaman o kişi gözaltına alınır. Bu da aslında sosyal medyanın devlete baskı yaptığını gösteriyor” (OG5, İvT1)

Katılımcı 27: “Dünyanın neresinde olduğunuzun da biraz önemi var. Eğer gerçekten yardıma ihtiyacınız olan şeyi bu şekilde alabiliyorsan sosyal medya çok iyi bir şey. Kamu davalarında çok işe yarayan bir şey. Ama sosyal medyada yapıp dışarıya hiçbir etkisi olmayan olaylar da çok fazla. İki uçlu bir durumu.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 28: “Sosyal medyanın çok büyük bir güç olduğunu düşünüyorum. SMA hastalıklarında ebeveynler durumu olmadıkları zaman yayın yaparak bağış kazanıyorlar.

Parayı bu şekilde toplayabiliyorlar. Sosyal medyayı milyonlar milyarlar kullanıyor. Tartışılmaz derecede büyük bir etkisi var.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 29: “Bende sosyal medyanın gücüne inanıyorum. Çünkü günümüzde tek bir kişinin söylemiyle hareket edilmiyor. Bir topluluk oluşması gerekiyor. Bu topluluk iki kişi de olabilir ama birden fazla olması herkesin yararına. O yüzden olan olayları herkesin sosyal medyada duyurup bir kitle oluşturması herkesin yararına olacaktır. Ama olumsuz düşünceyi de aynı şekilde yayabilecekleri için tehlikeli olabilecekleri göz ardı edilmemelidir.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 30: “Ben uzun süreli bir etkisi olduğunu düşünmüyorum. Etkisi var ama kısa süreli. Mesela bir olay patlak verdiğinde herkes onu konuşuyor ama sonrasında bir düşüş oluyor. Sonucunda ne olduğunu bile bazen bilmiyoruz. Ve arkadaşımın da dediği gibi her zaman iyi sonucu olduğunu düşünmüyorum. SMA adı altında dolandırıcılık yapan milyonlarca insan türedi.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 31: “Ben ses getirdiğini düşünüyorum ama tamamen yok edeceğini de düşünmüyorum. Kadının eşitsizliği, cinsiyetçilik gibi kavramları yok edeceğini düşünmüyorum. Ama farkındalık yaratıyor.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 32: “Ben bunların olması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü televizyonlarda veya haber kanallarında o kadar fazla yer bulmayan şeyler gündem oluyor. Tabii sınırlar olduğunu düşünüyorum. Bazen paylaşımlar halkta daha kaygı oluşturucu olabiliyor. Bunun da önlenmesi gerekiyor.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 33: “Ben sosyal medyanın çok büyük bir etkisi olduğunu düşünmüyorum. Çok az bir etkisi olduğunu düşünüyorum ama az da olsa sürdürülebilir olmalı.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 34: “Yasal olarak müdahale edilmedikçe sosyal medya bir yere kadar etkili olur.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 35: “Kısa süreli farkındalık yaratıyor. O an yaşanıp o an bitiyormuş gibi.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 36: “Bende kısa süreli yankı uyandırdığını düşünüyorum. Bu yüzden sürdürülebilir olmalı.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 37: “Çok şeyi etkilediğini düşünüyorum. Öyle ki, mahkemeden çıkan kararlarının temyize gidip gitmemesi konusunda çok defa etkilediğini gördük. Mahkeme ve yasaları etkilediği bariz.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 38: “Paylaşılan haberlerin büyük bir farkındalık oluşturduğunun farkındayım. Ama bir yandan da insanlarda bir alışılmışlık duygusunu da getirdiğini düşünüyorum. Normal karşılanmaya başlanıyor bazı kötü olaylar. Bir yandan iyi bir yandan kötü bakıyorum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 39: “Bende arkadaşım gibi iki taraflı olduğunu düşünüyorum. Her şeyin sosyal medya üzerinden iletilmesi iyi oluyor. İnsanlar daha çok bilinçleniyor ama bazen de hor görüldüğünü düşünüyorum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 40: “Sosyal medya tepki göstermek için güzel bir platform. Kadına şiddetle alakalı dışarda yapabileceğimiz pek bir şey yok.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 41: “Sosyal medya insanların fiziksel olmasa da bir şekilde birlik olmasını sağlıyor. Bu şekilde olumlu olduğunu düşünüyorum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 42: “Bende sosyal medyanın farkındalık yarattığını düşünüyorum.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 43: “Bence sosyal meydanın çoğunlukla insanı yönetebildiği için olumlu olduğunu düşünüyorum.” (OG8, G2)

Katılımcı 44: “Bende yönetebildiğim düşündüğüm için olumlu görüyorum.” (OG8, G2)

Katılımcı 45: “Bende bu konu hakkında olumlu düşünüyorum.” (OG8, G2)

Katılımcı 46: “Bende SMA’lı bir çocuk gibi aktivizm yaratıyorum sosyal medyada. Ama bununla ilgi yeteri kadar duyar yok. Yetersiz olduğunu düşünüyorum.” (OG8, G2)

Katılımcı 47: “Bende yetersiz buluyorum. Daha fazla olması gerektiğini düşünüyorum.” (OG8, G2)

Katılımcı 48: “Ben duruma göre değişiklik gösterdiğini düşünüyorum. Şahsi açıdan beni etkiliyor. Ama bazılarına yetersiz kalıyor olabilir. Ama bence etkili.” (OG8, G2)

Katılımcı 49: “Türkiye’de ilk başta her şey güzel giderken daha sonra çok çabuk unutulabiliyor bu olaylar. Pek bir geri dönüşü olmuyor. Çok sağlam adımlarla gitmiyor.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 50: “Belli bir etkisi olsa bile, kişilerin etkisine göre değişiyor. Konu tamamen sapabiliyor.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 51: “Başta güzel bir ivme alırken, çok salak saçma şeyler gündemde 6 gün kalabiliyorken, kadın cinayetleri gündemde 6 gün tutulmuyor.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 52: “Konu üzerinde yeterince çaba ve emek verilmediğini düşünüyorum. Konuların siyasete çarptırılması hoş olmuyor.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 53: “Etkileşim yüksek oluyor ama sonuca varılmıyor.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 54: “Küçük bir grup sadece küçük bir kitleye bunu konuşuyor ama bunun da bir ömrü var. Daha sonrasında gündem değişiyor ve unutulup gidiliyor. Biz sadece konuştuğumuzla kalıyoruz.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 55: “Etkili olduğunu düşünüyorum toplum üzerinde. Daha fazla kişiye ulaşıyor. Kısa süre içerisinde daha fazla destekçi ve katılımcı bularak daha büyük kitlelere seslerini duyurabiliyorlar. Doğru ve güzel buluyorum.” (OG10, G3)

Katılımcı 56: “Bende aynı şekilde etkili buluyorum. Bireylerin bir şeylerden çekinmesi, azınlık gurupların bir araya gelerek çoğalmasıyla tepkiler daha net bir şekilde dile geliyor.” (OG10, G3)

Katılımcı 57: “İletişim genellikle sosyal medyadan yapıldığı için bireysel olarak yapamadığın veya söyleyemediğin bir şeyi orada daha açık bir şekilde dile getirebiliyorsun. Bundan dolayı etkili bir yöntem olduğunu düşünüyorum.” (OG10, G3)

Katılımcı 58: “Bende genel olarak söylenilenlere katılıyorum. Kitle medyasında gündeme gelmeyen, yer verilmeyen haberlerin çoğu, orada düzenli olarak paylaşılıyor. Mesela kadın cinayetleriyle ilgili apayrı bir sayfa var. Orada her gün bir sürü kadının cinayet haberini görüyoruz. Bunu neredeyse hiçbir kitlesel medyaya yansıtmıyor. Bu yüzden daha etkili.” (OG10, G3)

Katılımcı 59: “Gündemi yönetmede başarılı olduğunu düşünüyorum.” (OG10, G3)

Katılımcı 60: “Yetersiz olduğunu düşünüyorum. Günümüzde çoğu insan hala feminizm kavramını bile bilmiyor. Kadın erkek eşitliği yerine kadının erkekten üstün olduğunu düşünüyor. Bence etkili ama yetersiz.” (OG10, G3)

Katılımcı 61: “Farkındalık yarattığı için güzel ve gerekli olduğunu düşünüyorum. Hepimizin de destek olması gerektiğini düşünüyorum.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 62: “Sosyal medyanın çok büyük bir güç olduğunu bu yüzden de insanları çok çabuk etkilediğini ve bu yüzden de devam edilmesi gerektiğini düşünüyorum.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 63: “Sosyal medyanın insanları yönlendirmek gibi bir gücü var ve bunun devam etmesi güzel bir şey.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 64: “Sosyal medya hepimizi etkiliyor yaş fark etmeksizin, bu yüzden de devam etmeli.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 65: “Sosyal medya gücünün kullanılması hoşuma gidiyor.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 66: “Sosyal medyanın her şeyi başarabileceğini düşünüyorum. Bu yüzden de hafife alınmaması gerekiyor.” (OG11, RTS2)

Soru 8: #MeToo sosyal medya aktivizm hareketini daha önce duymuş muydunuz?

Katılımcı 3: “Adını bilmiyordum ama Twitter’da görmüştüm.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Ben Twitter’a çok sık girmediğimden dolayı duymamıştım.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Ben hareketin adını bilmiyordum ama bununla ilgili haberler duydum. O kişinin tutuklanıp yargılanmasıyla ilgili haberler gördüm.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 13: “Hayır ilk defa sizden duydum.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “Evet duymuştum. Harvey Weinstein’in aktrisler için cinsel tacizlerinin dile getirilmesi ve insanların yasal haklarını araması şeklindeydi. Türkiye’de de yine challenge olmuştu, hashtag paylaşılmıştı. Bende yaşadım diye paylaşılıyordu. Bir şey dikkatimi çekmişti benim. Genellikle toplumda kendisini ifade etme özgürlüğüne sahip ünlüler, sanatçılar, siyasetçiler bu harekete destek verdi. Yüzde sekseni böyle. Yüzde yirmi Anadolu insanı dediğimiz kesim yine sessiz kaldı. Hareket bence bir yerde kesildi.” (OG3, G1)

Katılımcı 26: “Ben etiketi duymamıştım ama Hollywood’daki taciz davasını biliyordum.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 27: “Evet #MeToo hareketini duymuştum.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 49: “Ben duydum ama isim olarak tam anımsayamadım.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 64: “Ben Twitter’da görmüştüm.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 65: “Duymuştum. Güzel bir cesaret örneği olduğunu düşünüyorum.” (OG11, RTS2)

Bu katılımcıların dışında yer alan katılımcılar “hayır duymadım”, “evet biliyorum” gibi kısa cevaplar vermiştir.

Soru 9: Sizce toplumun #MeToo hareketine ihtiyacı var mı?

Katılımcı 1: “Bence ihtiyacı var ama #MeToo hareketi çarptırılabilir gibi geliyor bana. İnsanlar kurmaca hikâyeler kurarak bunları sosyal medyada paylaşabilir. Birini karalamak için bunu yapabilirler. Ve eğer kişinin çevresi varsa bu çokta inandırıcı bir şekilde yapılabilir.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 2: “Bizim neslimizin biraz daha sesini duyurmaya yatkın olduğunu düşünüyorum. Öncesinde bir sarmal var bu suskunluk sarmalının bir şekilde kırılması gerektiğini düşünüyorum. Devamı gelsin. Bu hareketle de bir şeylerin artık çatlamaya başladığını görüyoruz. Bu harekete gerek vardı bence.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 3: “İster anonim olun ister gerçek hesabınız olsun sosyal medyada bir şeyleri söylemek her zaman kolay oluyor. O yüzden gerekli bir şey.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 4: “Bende gerekli olduğunu düşünüyorum. Hem ses çıkartma açısından hem böyle olayları sürekli yüzümüze çarptırılması gerekiyor. Sürekli yansıtılması gerekiyor. Çünkü çok unutkan bir toplum yapısına sahibiz.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Bende yararlı olabileceğini düşünüyorum ama çarptırılabilir. Sosyal medya kullanıcıları zaten kendilerini daha rahat ifade ediyor. Ama sosyal medya kullanmayan tarafta var. Yararlı ama sadece sosyal medyada sınırlı kalmaması gerektiğini düşünüyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Bence de iyi. İnsanlar kendilerini ifade etme fırsatı buluyorlar. Ama bir şeyi ne kadar öne sürerseniz normalleşir. Normalleşme açısından tehlikeli olduğunu düşünüyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 7: “Bence var. Bu hareketle çoğu kişinin bize katıldığını gördüğümüz zaman daha cesaretlenebiliriz bu gibi durumlarda.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 8: “Bende aynı şekilde düşünüyorum. Sonuçta tacize uğradığımızda direkt anlatamıyoruz, özellikle ailemize, baskı kurulur diye ama sosyal medyada daha rahat olduğumuz için ve çok fazla kişi duyacağı için bence mantıklı.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 9: “Bence de gerekli. Burada 6 kişiyiz hepimizde bir şekilde tacize uğramışız. Buraya 26 kişi de koysak 36 kişi de koysak belki çoğumuz yine tacize uğramış olacağız. Yalnız olmadığını hissediyorsun burada konuşurken bile. Ve bunun binlerce, milyonlarca kişi tarafından görülmesi kadınları daha güçlü hissettirir.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 10: “Bende gerekli olduğunu düşünüyorum. Yalnız olmadığımızı, bizimle aynı duyguları paylaşan insanların olduğunu görmek güçlü hissettiriyor.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 11: “Bende gerekli olduğunu düşünüyorum. Aynı şeyleri yaşamış kişilerden destek almanın çok önemli olduğunu düşünüyorum.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 12: “Bende gerekli olduğunu düşünüyorum. Eğer böyle bir aktivizm olmasaydı belki o 80 kişi tespit edilemeyecekti. Bu şekilde bir aktivizm hareketiyle bunun belirlenmesi bence çok güzel olmuş.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 13: “Tabii ki de var. İnsanlar susturuluyor. Bende buna dâhilim susturulmuş biri olarak. Kendi kendini susturmuş biri olarak. İnsanlar normal hayatta yüz yüze ses çıkartamayınca sosyal medyadan daha rahat bir şekilde konuşabiliyor.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “#MeToo hareketinin tam olarak amacına ulaşamadığını düşünsem bile çok önemli bir gerekliliği var o da şu, başka istismara uğramış insanlara, yanında başka örnekler olduğu zaman inandırıcılığı daha çok kabul görür. Herkesin kendini anlatması çok önemli.” (OG3, G1)

Katılımcı 15: “Bence bu hareket iyi olmuş.” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Bazen size kendi canınızdan insanlar inanmaz ama yaşayan bilir. Sosyal medyada ses duyurduğunuz zaman kendi hikâyesinden yola çıkan insanlar size hem inanır hem de destek olur. Bu yönden doğru buluyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 17: “Bence de yaşayan bilir. İlk başta söylemediğiniz özgüven eksikliği olur, kendi içine kapanırsınız ama birçok kişinin bunu yaşadığını anladığınız zaman daha da sesinizi duyurmaya başlayabilirsiniz ve kendinizi daha da güçlü hissedebilirsiniz. Bu yüzden olumlu bir hareket.” (OG3, G1)

Katılımcı 18: “Bazı şeyleri söyleseniz de bazı insanlar bir şey anlamamakta ısrar edince insanlar seslerini duyurmaya çalışıyor. Bu konu bu yönden çok iyi bir şey. Bu konunun ilgi görmemesi bence saçma biraz.” (OG3, G1)

Katılımcı 19: “Evet var. Çünkü böyle kişilerin ifşa edilmesi gerekiyor. Bir daha kimseyi rahatsız etmemeleri açısından.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 20: “Bence de gerekli. Örtbas edilen durumlar bu şekilde açığa çıkabilir.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 21: “İnsanların bu şekilde seslerini çıkarabileceklerini düşünüyorum.” (OG4, HİR2)

Katılımcı 25: “O kadar kadın oyuncunun tacize uğradığında birbirlerinden haberi yoktu ama biri konuşunca nelerin ortaya çıktığı belli oldu. O yüzden gerek var.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 26: “Bence de kesinlikle gerek var hatta #MeToo gibi daha çok harekete ihtiyaç var.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 27: “Taciz olaylarının genelde en büyük sıkıntısı insanların yalnız hissetmesi ve bunu paylaşamamasıdır. Bu hareket bunu ortadan kaldırdığı için bence çok gerekli.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 28: “Bence buna kesinlikle ihtiyaç var. Arkadaşımın dediği gibi bu hareketlerin çoğalmasına da ihtiyaç var. Çünkü sosyal medya çok büyük bir güç. Herkes bu şekilde destek alırsa ve başkalarının da aynı şeye uğradığını fark ederse güçlerini birleştirip insanları ortaya çıkarabilirler.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 29: “Kesinlikle ihtiyacı var.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 30: “Keşke ihtiyaç olmasaydı.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 37: “Kesinlikle var. İnsanın yalnız olamadığını bilmesi için. Böyle bir şeyin herkesin başına gelebileceğinin anlaşılması için. Daha kolay ses çıkarabilmek için kesinlikle ihtiyaç var.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 38: “Bence de ihtiyaç var. Birisinin o başkaldırıyı göstermesi lazım. En azından diğerlerini cesaretlendirebilmesi adına.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 41: “Bende gerekli olduğunu düşünüyorum. Eğer böyle bir şey varsa gün yüzüne çıkmalı.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 45: “Sesimi duyurmak adına ihtiyaç var.” (OG8, G2)

Katılımcı 49: “Kararsızım.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 51: “İhtiyacı var ama bu şekilde kullanacağını düşünmüyorum. Suçlu – kurban psikolojisi sosyal medyada da var. Yine amacına ulaşamayacak.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 52: “İhtiyacı var ama bir sonuca varabileceğini düşünmüyorum.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 54: “Belirli eksikliklerden dolayı şu an ihtiyacı var.” (OG9, İvT3)

Katılımcı 61: “Kesinlikle ihtiyacı var. Sonuçta her gün haberlerde kadına şiddetle ilgili çok fazla haber var. O yüzden çok gerekli olduğunu düşünüyorum.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 63: “Bence buna gerek var ve devam etmeli. Kadınlar seslerini sosyal medyadan duyurabilirler.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 64: “Bence de kimsenin utanmadan söylemesi lazım. Çünkü utanılacak bir şey değil. Yapan kişinin utanması gerektiğini düşünüyorum.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 65: “Toplumun buna ihtiyacı var. Çoğu insan bu sayede sesini duyurabiliyor.” (OG11, RTS2)

Katılımcı 66: “Fikrim yok” (OG11, RTS2)

Bu katılımcıların dışındaki katılımcılar, “evet”, “kesinlikle ihtiyacı var” şeklinde kısa cevaplar vermiştir.

Soru 10: Başınızdan geçen bir cinsiyetçi söylemi/taciz olayını Me Too etiketi veya diğer ilişkili sosyal medya aktivizm hareketlerinin etiketini kullanarak sosyal medya üzerinden paylaştınız mı?

Katılımcı 2: “Etiketli bir şekilde herhangi bir paylaşım yapmadım. Sadece o an sinir olduğum olayları o an anlatmak gibi bir huyum var. Anlatıyorum sadece takipçilerim görüyor.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 5: “Twitter’da gündeme gelen etiketlerin sayısı artsın diye retweet’lediğim, kendi düşüncelerimi paylaştığım oldu.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 6: “Ben isim vermeden küçük küçük hikâyeler olarak paylaşıyorum. Etrafımda bulunan kişileri hikâye modunda paylaşıyorum. Instagram’dan paylaşıyorum.” (OG1, RTS1)

Katılımcı 8: “Benim bir paylaşımım olmadı ama Twitter kullanıyor olsaydım mutlaka paylaştırdım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 9: “Benim de olmadı. Dediğim gibi içselleştirmiştim bu durumu zaten. İlk defa burada anlattım.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 12: “Benim de olmadı ama Twitter’da başka hashtag’lere destek verdiğim oldu.” (OG2, HİR3)

Katılımcı 13: “Farklı aktivizm hareketlerine katılımım oldu. Ama şu an olsun #MeToo etiketiyle paylaşırım.” (OG3, G1)

Katılımcı 14: “Katılmadım. Ben genellikle hayvan haklarıyla ilgili olan etiketlere ağırlık veriyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 15: “Ben bu tür hashtag’leri faydalı buluyorum ve katılıyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 16: “Ben bazı sosyal medya hesaplarımı sadece bu hareketlere katılmak için kullanıyorum. Karşıma çıkan yalan olmadığına inandığım her harekete destek veriyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 17: “Bende katılıyorum ve destekliyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 18: “Bende katılıyorum.” (OG3, G1)

Katılımcı 27: “Kendi başımdan geçen bir olayı değil ama başka insanların başından geçen olayları tabii ki paylaştım sosyal medyadan.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 28: “Kendi başımdan geçen bir olayı hashtag ile paylaşmadım ama genel olarak paylaşım yapmışım.” (OG5, İvT1)

Katılımcı 31: “Yaşadığım bir durumu anlattığım oldu ama etiket altında böyle bir paylaşım yapmadım. Bu durumu yüz yüze anlattım ama sosyal medyada paylaşmadım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 32: “Etiket altında bir paylaşım yapmadım ama kadına karşı şiddet veya psikolojik şiddet durumuna karşı tweet atmıştım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 34: “Ben genel bir durumu paylaşmışım ama kendi başımdan geçen bir olayı paylaşmadım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 35: “Kendimle alakalı bir şey paylaşmadım ama Instagram’da etiket kullanmadan bir story paylaşmıştım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 36: “Kendimle alakalı değil ama kadına şiddete hayır etiketiyle bir story paylaşmıştım.” (OG6, HİR1)

Katılımcı 37: “Başımdan geçen bir olayı paylaştığım hiç olmadı. Ama kadına şiddete dur tarzında hashtag’lere destek verdiğim oldu.” (OG7, İvT2)

Katılımcı 38: “Başımdan geçen bir olayı anlatmadım fakat gündem olan hashtag’lere destek verdiğim oldu.” (OG7, İvT2)

Bu katılımcıların dışındaki katılımcılar “hayır paylaşmadım”, “diğer ilişkili etiketleri kullanarak paylaşımlar yaptım” şeklinde kısa cevaplar vermişlerdir.

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Ferit Mehmet EREN	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	İstanbul Üniversitesi
Fakülte	Uzaktan Eğitim(Lisans Tamamlama)
Bölümü	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Makale ve Bildiriler	
1. Eren, M. F. (2022). Değişen Yayın Ortamlarının İzleyici Davranışlarına Etkisi: Netflix Örneği. <i>Icoms Uluslararası İletişim Bilimleri Sempozyumu 2022</i> , 364-372	