

Güncel İletişim Çalışmaları

Editör: Ülhak ÇİMEN



ÖZGÜR
YAYINLARI

Güncel İletişim Çalışmaları

Editör:

Ülhak ÇİMEN



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgurayinlari.com

✉ info@ozgurayinlari.com

Güncel İletişim Çalışmaları

Editör: Ülhak ÇİMEN

Language: Turkish

Publication Date: 2026

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-8998-15-3

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1253>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Çimen, Ü. (ed) (2026). *Güncel İletişim Çalışmaları*. Özgür Publications.

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1253>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgurayinlari.com/>



Ön Söz

İletişim teknolojilerinin baş döndürücü bir hızla evrildiği günümüzde, bireylerin, kurumların ve toplumların etkileşim biçimleri köklü bir değişimden geçmektedir. Güncel İletişim Çalışmaları başlıklı bu kitap, bu değişimin izini sürerek disiplinlerarası bir perspektifle dijitalleşen dünyanın iletişim dinamiklerini mercek altına almaktadır. Kitap; dijital medya, siyasal iletişim, halkla ilişkiler, reklamcılık ve yeni medya okuryazarlığı gibi geniş bir yelpazede akademik analizler sunmaktadır. Yapay zekâ uygulamalarından sosyal medya algoritmalarına, dezenformasyonla mücadeleden dijital aktivizme kadar günümüzün en kritik meseleleri, alanında uzman isimlerin çalışmalarıyla derinlemesine incelenmektedir.

Eser, geleneksel iletişim kuramlarının dijital ekosistemdeki izdüşümlerini tartışırken, aynı zamanda veri odaklı yeni bir dönemin metodolojik gerekliliklerini de ortaya koymaktadır. Okuyucu, sadece teknolojik bir dönüşümün dökümünü değil; aynı zamanda etik sorunlar, mahremiyet tartışmaları ve dijital kültürün şekillendirdiği yeni kimlik inşaları üzerine eleştirel bir bakış açısı bulacaktır. Hem kuramsal tartışmaları hem de uygulama örneklerini bir araya getiren bu çalışma, teorik bilgiyi güncel saha verileriyle harmanlayarak iletişim bilimleri alanında çalışan akademisyenler, öğrenciler ve sektör profesyonelleri için kapsamlı bir başvuru kaynağı olma niteliği taşımaktadır.

İçindekiler

Ön Söz

iii

Bölüm 1

Dijitalleşme Sürecinde Siyasal İletişim: Aktörler, Modeller ve Türkiye Örneği 1
Bülent Öztürk

Bölüm 1

Dijital İletişimde Mikro Güç İlişkilerinin Dinamikleri 17
Güliden Demir

Bölüm 3

Hemşirelik Öğrencilerinde İletişim ve Empati Becerilerini Geliştirmeye
Yönelik Kanıt Temelli Müdahaleler 33
Şeyma Zübeyde Albakır
Oytun Efe Toy
Birgül Özkan

Bölüm 4

Mahremiyet Algısı Bağlamında Sosyal Medya ve Dijital İzleme Perspektifi 47
Yasemin Sarıçam

Dijitalleşme Sürecinde Siyasal İletişim: Aktörler, Modeller ve Türkiye Örneği

Bülent Öztürk¹

Özet

Bu çalışma, siyasal iletişimi kuramsal ve uygulamalı boyutlarıyla ele alarak dijitalleşme sürecinde yaşanan yapısal dönüşümü incelemeyi amaçlamaktadır. Siyasal iletişim, siyasal aktörler, medya ve kamuoyu arasında gerçekleşen karşılıklı ve çok yönlü bir etkileşim süreci olarak tanımlanmakta ve demokratik sistemlerin işleyişinde belirleyici bir işlev üstlenmektedir. Çalışmada öncelikle siyasal iletişimin kavramsal ve kuramsal çerçevesi ortaya konulmuştur. Siyasal aktörler, kamuoyu, siyasal söylem, mesaj üretimi, algı yönetimi ve siyasal imaj gibi temel bileşenler akademik literatür ışığında açıklanmıştır. Devamında propaganda, ikna, iki aşamalı akış, gündem belirleme ve modern siyasal iletişim modelleri ele alınarak alanın başlıca kuramsal yaklaşımları sistematik biçimde tartışılmıştır.

Dijitalleşme süreci, siyasal iletişimin araçlarını, aktörlerini ve işleyiş mantığını önemli ölçüde dönüştürmüştür. Özellikle sosyal medya platformları, siyasal aktörlere seçmenlerle doğrudan, hızlı ve etkileşimli iletişim kurma imkânı sağlamıştır. Geleneksel medyanın tek yönlü ve merkezî yapısını görece zayıflatmıştır. Bu dönüşüm, siyasal mesajların hedef kitlelere göre uyarlanmasını, kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasını ve kamuoyunun anlık geri bildirimlerle siyasal sürece dâhil olmasını mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte dijital siyasal iletişim, dezenformasyon, bilgi kirliliği, manipülasyon, kutuplaşma ve etik sorunlar gibi yeni risk alanlarını da beraberinde getirmiştir.

Türkiye örneği bağlamında yapılan değerlendirmede, siyasal iletişim pratiklerinde geleneksel medya ile dijital mecraların birlikte kullanıldığı çok kanallı bir yapının öne çıktığı görülmektedir. Sonuç olarak çalışma, siyasal iletişimin dijital çağda yalnızca teknik bir iletişim faaliyeti olmadığını, kamuoyu oluşumunu, siyasal katılımı ve demokratik süreçleri doğrudan etkileyen stratejik bir alan niteliği taşıdığını ortaya koymaktadır.

1 Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye, bulent-ozturk@hbv.edu.tr, ORCID 0000-0001-5989-4721

Bu bağlamda çalışma, siyasal iletişim literatürüne kuramsal bir katkı sunmayı ve ileride yapılacak ampirik araştırmalar için kavramsal bir zemin oluşturmayı hedeflemektedir ve tartışmaları teşvik etmektedir.

1. Giriş

Siyasal iletişim, siyasal aktörler ile kamuoyu arasındaki bilgi, mesaj ve anlam paylaşım sürecini ifade eden disiplinlerarası bir alandır. Bu alan, iletişim bilimleri, siyaset bilimi, sosyoloji ve psikoloji gibi farklı disiplinlerin kesişim noktasında konumlanır ve toplumsal davranışları, siyasi tercihleri ve kamu politikalarının algılanışını anlamada temel bir araç sağlar (Aziz, 2023, s.5). Siyasal iletişim yalnızca seçim kampanyalarıyla sınırlı olmayıp, hükümet politikalarının sunumu, kamuoyu oluşturma, toplumsal farkındalık yaratma ve katılımın artırılmasında kritik bir rol oynar (Norris, 2000, s.101). Bu durum, iletişim stratejilerinin yalnızca propaganda aracı olarak değil, demokratik katılımı teşvik eden bir mekanizma olarak da ele alınmasını gerektirir. Siyasal iletişim, siyasi aktörler ile kamuoyu arasında bilgi ve mesaj alışverişinin gerçekleştiği çok yönlü bir süreçtir. Sözkonusu süreç, sadece propaganda veya seçim dönemlerindeki kampanyalarla sınırlı kalmayarak kamu politikalarının anlatımı ve kriz dönemlerinde aktörlerin mesajlarının yapılandırılması gibi işlevleri de kapsar (Özkan, 2007, s.45; Yıldız, Kara & Arıkan, 2024, s. 85). Nitekim Öztürk (2025, s.229), uluslararası çatışma süreçlerinde diplomasinin dilinin ve siyasal söylemin, kriz yönetiminde nasıl merkezi bir stratejiye dönüştüğünü vurgulamaktadır.

Siyasal iletişimin önemi, özellikle iletişim teknolojilerindeki hızlı dönüşümlerle birlikte daha da artmıştır. Dijital platformlar, sosyal medya ve çevrim içi haber ağları, politik mesajların yayılma biçimlerini köklü şekilde değiştirmiştir (Chadwick, 2017, s.5). Dolayısıyla, siyasal aktörlerin dijital ortamı etkin kullanabilme kapasitesi, seçim sonuçları kadar kamuoyu algısını da şekillendirmede kritik bir faktör haline gelmektedir. Geleneksel medya araçları hâlâ önemini korusa da, sosyal medya kullanıcıların hem mesajları tükettiği hem de ürettiği çift yönlü bir iletişim ortamı yaratmaktadır (Enli, 2017, s.220). Bu çift yönlü iletişim, seçmenlerin yalnızca mesaj almakla kalmayıp, mesaj üretme ve paylaşma süreçlerine aktif katılımını da mümkün kılar. Bu bağlamda siyasal aktörler sadece mesaj iletmekle kalmayıp, toplumsal etkileşimi yönlendirmek ve kamuoyunu doğrudan şekillendirmek için dijital stratejiler geliştirmektedir. Örneğin, 2008 ABD başkanlık seçimlerinde Barack Obama'nın sosyal medya platformlarını etkin kullanması, dijital stratejilerin seçim kampanyalarındaki önemini ve kitlesel etkileşim potansiyelini ortaya koymuştur (Kreiss, 2016, s.97). Daha yakın dönemde X, Instagram ve TikTok

gibi platformların seçim kampanyalarında ve kamuoyu oluşturmadaki etkisi giderek artmaktadır (Enli, 2017, s.221; Vaccari, 2017, s.11).

Siyasal iletişim yalnızca aktörler ve seçmenler arasında değil, medya kurumları, sivil toplum örgütleri ve toplumsal gruplar arasında da etkileşimli bir süreçtir. Medya çerçevelenmeleri, haber seçimi ve içerik üretimi, kamuoyunun algısını doğrudan etkileyebilmektedir. Dijital ortamda yayılan viral içerikler ve algoritmik filtreler, siyasi mesajların hedef kitlelere ulaşma biçimini değiştirmektedir (McNair, 2017, s.170). Örneğin, Türkiye’de 2014 yerel seçimleri ve 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde sosyal medyanın aktif kullanımı, genç seçmenler ve şehirli nüfus üzerinde belirleyici bir etki yaratmıştır. Adaylar ve partiler, hem geleneksel medya araçları üzerinden hem de sosyal medya kampanyaları aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirme ve etkileme stratejileri geliştirmiştir (Sobacı, Eryiğit & Hatipoğlu, 2016, s.266).

Dijitalleşme ve medya çeşitliliği, siyasal iletişimin sadece mesaj iletmekten öteye geçerek, toplumsal katılımı artıran, kamuoyunu şekillendiren ve siyasi gündemi belirleyen bir mekanizma hâline gelmesini sağlamıştır. Sosyal medya etkileşimleri, paylaşımlar ve çevrim içi tartışmalar, vatandaşların politik süreçlere aktif katılımını kolaylaştırırken, aynı zamanda dezenformasyon ve kutuplaşma risklerini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle siyasal iletişim çalışmaları, yalnızca mesajın iletilme biçimini değil, aynı zamanda mesajın alıcı üzerindeki etkilerini, kamusal algıyı ve demokratik süreçleri de analiz etmeyi gerektirir (Chadwick & Stromer-Galley, 2016, s.284; Vaccari, 2017, s.12).

Sonuç olarak siyasal iletişim, modern demokrasilerde hem seçim sonuçlarını hem de siyasi kültürü şekillendiren dinamik bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. Hem klasik medya araçları hem de dijital iletişim kanalları aracılığıyla yürütülen siyasal iletişim, demokratik süreçlerin işleyişi, kamuoyunun bilinçlenmesi ve toplumsal katılım açısından merkezi bir öneme sahiptir. Bu bağlamda siyasal iletişim, günümüzde politik stratejilerin planlanması, kamu politikalarının sunumu ve toplumsal etkileşim mekanizmalarının anlaşılması için vazgeçilmez bir alan olarak değerlendirilmektedir.

2. Siyasal İletişimin Temel Kavramları

2.1 Siyasal Aktörler

Siyasal iletişim sürecinde başlıca aktörler, siyasi partiler, adaylar, hükümet yetkilileri ve sivil toplum kuruluşlarıdır. Bu aktörler, kamuoyuna ulaşmak ve mesajlarını etkili bir şekilde iletmek için farklı stratejiler kullanır. Siyasi partiler, seçmen davranışlarını analiz ederek demografik ve psikografik özelliklere göre mesajlarını özelleştirir. Örneğin genç seçmenlere yönelik sosyal medya

kampanyaları, yaşlı seçmenler için televizyon ve radyo üzerinden yürütülen mesajlarla desteklenir (Scammell, 2015, s.12). Adaylar ise kişisel marka oluşturma, imaj yönetimi ve medyayla ilişkileri etkin kullanma gibi stratejilere odaklanırlar. Bu bağlamda adayın kişisel karizması, söylemleri ve toplumsal meselelerle ilişkilendirilme biçimi, seçmen algısını doğrudan etkileyebilir.

Hükümet yetkilileri ve bürokratik aktörler ise kamu politikalarını tanıtmaya ve uygulanabilirliklerini kamuoyuna anlatma görevini üstlenir. Özellikle kriz dönemlerinde, mesajların doğru zamanlama ve biçimde iletilmesi, kamuoyunun güven algısı üzerinde belirleyici olur. Sivil toplum kuruluşları ise toplumsal meselelerin görünürlüğünü artırarak siyasal gündemin şekillenmesine katkıda bulunur. Çevresel kampanyalar, insan hakları savunuculuğu veya yerel kalkınma projeleri, vatandaşların politik katılımını teşvik eden araçlar olarak öne çıkar (Norris, 2000, s.102).

Buna ek olarak, medya organları ve dijital platformlar sürece dolaylı aktörler olarak müdahale eder. Medya, yalnızca mesajları iletmekle kalmaz, aynı zamanda hangi konuların gündeme taşınacağını belirleyerek siyasal süreci şekillendirir. Bu durum “gündem belirleme” teorisi ile açıklanır (Melek, 2017, s.126). Özellikle televizyon ve gazete gibi geleneksel medya organları, siyasi kampanyaların görünürlüğünü artırırken, dijital platformlar kitlesel etkileşim ve geri bildirim mekanizmaları sağlar. Sosyal medya, seçmenlerin aktif olarak mesaj üretmesine ve tartışmalara katılmasına imkân tanıırken, viral içerikler ve algoritmik öneriler aracılığıyla siyasal gündemin yönlendirilmesinde güçlü bir araç hâline gelir (Chadwick, 2017, s.6).

Siyasal iletişim sürecinde aktörler arasındaki etkileşimler dinamik ve çok katmanlıdır. Partiler ve adaylar, mesajlarını medyaya iletirken, medya bu mesajları çerçeveler ve kamuoyuna aktarır. Vatandaşlar ise bu mesajları yorumlayarak hem geleneksel hem dijital ortamda yeniden yayar. Bu süreç, siyasal mesajların yalnızca iletilmesi değil, aynı zamanda toplumsal algının oluşturulması ve demokratik katılımın teşvik edilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir (Aziz, 2023, s.8).

2.2 Kamuoyu ve Toplumsal Algı

Kamuoyu, siyasal iletişimin merkezinde yer alır ve siyasal aktörler için hem hedef hem de ölçüt konumundadır. Siyasal aktörler, kamuoyunun tutum ve davranışlarını etkilemeye çalışırken anketler, odak grup çalışmaları, sosyal medya analizleri ve veri odaklı pazarlama tekniklerinden yararlanır (Converse, 1964, s.207). Bu yöntemler, hangi mesajların hangi seçmen gruplarında daha etkili olduğunu belirlemeye ve kampanya stratejilerini buna göre şekillendirmeye imkân tanır. Özellikle dijital ortamda, sosyal medya etkileşimleri ve çevrim içi

yorumlar, anlık kamuoyu tepkilerini ölçmede önemli bir veri kaynağı hâline gelmiştir.

Toplumsal algı, siyasal mesajların etkinliğini belirlemede kritik bir göstergedir. Algı, bireylerin bilgiye nasıl tepki verdiğini ve bu bilginin davranışlarını nasıl şekillendirdiğini anlamada temel bir değişkendir. Örneğin, ekonomik kriz dönemlerinde kamuoyu algısı, hükümetin ekonomik politikalarına karşı tepkileri doğrudan etkiler. Yüksek enflasyon ve işsizlik oranlarının kamuoyunda olumsuz algılanması, hükümetin politikalarına karşı destek kaybına yol açabilir (Yılmaz, 2013, s. 231). Benzer şekilde, güvenlik, sağlık veya eğitim politikalarına ilişkin toplumsal algılar, siyasal iletişim stratejilerinin başarısını belirleyen temel faktörlerden biridir.

Kamuoyu ayrıca siyasal gündemi şekillendiren bir aktör olarak da işlev görür. Medya ve sosyal medya platformları aracılığıyla toplumsal sorunlar görünür hâle gelir. Sözkonusu sorunların seçmenler tarafından algılanışı, siyasal aktörlerin mesajlarını yeniden uyarlamasına ve stratejilerini güncellemesine neden olur. Bu etkileşimli süreç, siyasal iletişimin tek yönlü bir mesaj iletimi değil, sürekli geri bildirim mekanizmalarıyla beslenen dinamik bir etkileşim süreci olduğunu ortaya koyar (Melek, 2017, s.127; Şen, 2022, s.60).

Buna ek olarak, toplumsal algı sadece mevcut politik durumlara tepki vermekle kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli siyasi kültür ve değerlerin oluşumunda da rol oynar. (Valenzuela, 2013, s.930. Böylece kısa dönemli kampanya stratejilerinin ötesinde, iletişim faaliyetlerinin uzun vadeli toplumsal etkileri de dikkate alınmalıdır. Örneğin, genç seçmenlerin sosyal medyada deneyimledikleri politik içerikler, demokratik katılım algısı ve partilere yönelik güven düzeyini etkileyerek gelecekteki seçim davranışlarını şekillendirebilir. (Enli, 2017, s.222; Norris, 2000, s.103; Aziz, 2023, s.9). Bu bağlamda, kamuoyu ve toplumsal algı, siyasal iletişim stratejilerinin merkezinde yer alan temel değişkenler olarak değerlendirilmektedir.

2.3 Mesaj ve Retorik

Siyasal mesajların tasarımı, seçmen davranışlarını etkilemede en önemli araçlardan biridir. Mesajlar, sadece bilgi iletmekle kalmayıp aynı zamanda seçmenlerin algısını yönlendirmek, tutumlarını şekillendirmek ve davranışlarını etkilemek için özenle tasarlanır. Retorik teknikleri, dilin ve söylemin seçmen üzerinde duygusal ve bilişsel etkiler yaratmasını sağlar. Örneğin, ikna edici dil kullanımı, metaforlar, tekrar ve güçlü görsel unsurlar, mesajın hatırlanabilirliğini artırırken seçmen kararları üzerinde etkili olabilir (Perloff, 2020, s.47).

Çerçeveleme teknikleri ise siyasal mesajların nasıl algılandığını belirleyen en önemli stratejilerden biridir. Çerçeveleme, belirli bir olayı, politikayı veya

gündem maddesini seçmenlere belli bir bakış açısıyla sunmayı ifade eder ve hangi yönlerin öne çıkarılacağını belirler (Entman, 2004, s.6). Örneğin çevre politikaları ile ilgili mesajlar farklı çerçeveler üzerinden sunulabilir: Bir çerçeve ekonomik maliyetler ve potansiyel iş kayıpları üzerine odaklanırken, başka bir çerçeve sürdürülebilirlik, toplumsal fayda ve gelecek nesillere bırakılacak miras üzerine yoğunlaşabilir. Seçmenlerin hangi çerçeveyi daha etkili algıladığı, kampanya stratejilerinin belirlenmesinde kritik bir rol oynar.

Buna ek olarak, dijital medya ve sosyal platformlar, çerçevelemenin etkisini artıran veya değiştiren bir ortam sunar. Sosyal medya algoritmaları, belirli mesajları daha geniş kitlelere ulaştırırken, seçmenler aynı zamanda kendi ağlarında mesajları yeniden yorumlar ve paylaşır. Bu süreç, çerçevelemenin yalnızca siyasal aktörler tarafından belirlenmediğini, toplumsal etkileşim ve tartışmalar yoluyla yeniden şekillendiğini gösterir (Chadwick, 2017, s.7).

Sonuç olarak, siyasal mesajların tasarımı ve çerçevelenmesi, seçmen algısını yönetmede hem klasik iletişim stratejileri hem de dijital etkileşim mekanizmaları aracılığıyla kritik bir rol oynar. Etkili mesaj tasarımı, siyasal aktörlerin stratejik hedeflerine ulaşmasını sağlar ve demokratik süreçler içinde kamuoyunun yönlendirilmesinde merkezi bir araç olarak işlev görür.

3. Siyasal İletişim Modelleri

3.1 Propaganda ve İkna Modelleri

Propaganda, seçmenleri belli bir görüşe veya davranış biçimine yönlendirmek amacıyla kullanılan stratejik bir iletişim biçimidir. Bu süreç, mesajın iletilme biçimi, hedef kitlenin özellikleri ve kullanılan iletişim kanallarıyla doğrudan ilişkilidir. Harold D. Lasswell (1927)'in klasik tanımı olan “Kim neyi, hangi kanaldan, kime ve ne etkide bulunmak için söylüyor?” sorusu, propaganda analizinde temel bir çerçeve sunar ve hem mesajın iletim sürecini hem de hedeflenen etkiyi anlamaya olanak tanır (Lasswell, 1927'den akt. Yerköy, 2018, s.52). Propaganda, yalnızca bilgi sunumu değil, aynı zamanda seçmenlerin algılarını, tutumlarını ve kararlarını yönlendirmeye odaklanır.

Modern siyasal iletişimde propaganda, geleneksel medya araçlarının ötesine geçerek dijital platformlarda ve algoritmalar aracılığıyla uygulanmaktadır (Allcott & Gentzkow, 2017, s.211). Bu, hem demokratik süreçler hem de seçmen davranışları açısından yeni etik ve düzenleyici sorumlulukların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya ortamında hedefli reklamlar, viral içerikler ve kullanıcı etkileşimlerini optimize eden algoritmalar, propaganda mesajlarının seçilmiş gruplara özel olarak iletilmesini mümkün kılar. Örneğin, 2016 ABD başkanlık seçimlerinde sosyal medya üzerinden yayılan hedefli reklamlar ve

mikro hedefleme teknikleri, propaganda stratejilerinin dijitalleşmiş hâline örnek teşkil etmektedir (Allcott & Gentzkow, 2017, s.212). Bu uygulamalar, mesajların yalnızca kitlesel olarak iletilmediğini, aynı zamanda bireyselleştirilmiş ve davranışsal veri analizi ile optimize edildiğini göstermektedir.

Propagandanın etkili olabilmesi için mesajların çerçeveselenmesi, duygusal içerik kullanımı ve tekrar gibi teknikler sıklıkla bir arada uygulanır. Özellikle kriz dönemlerinde veya seçim kampanyalarında, propaganda mesajları kamuoyunun dikkatini belirli sorunlara yönlendirmek ve alternatif görüşleri gölgelemek amacıyla yoğun şekilde kullanılabilir. Dijital ortam, bu süreçleri hızlandırırken, mesajların yayılımını ölçmeyi ve stratejileri anlık olarak değiştirmeyi de mümkün kılar (Kreiss, 2016, s.129).

Sonuç olarak propaganda, siyasal iletişimin demokratik süreçler üzerindeki etkisini analiz ederken, mesajın tasarımı, iletimi ve hedef kitlenin algısı arasındaki etkileşimi anlamak için kritik bir kavramdır. Modern iletişim teknolojileri, propagandanın kapsamını ve etkinliğini artırmış, seçmen davranışları üzerindeki etkisini daha ölçülebilir hâle getirmiştir.

3.2 İki Adımlı Akış Modeli

Katz ve Lazarsfeld (1955)'in iki adımlı akış modeli, kitle iletişiminin etkisinin doğrudan değil, görüş liderleri aracılığıyla toplum üzerinde gerçekleştiğini öne sürer. Bu yaklaşım, siyasal iletişimde mesajların doğrudan seçmenlere ulaşmasının ötesinde, sosyal etkileşim ve yönlendirme süreçlerinin önemini vurgular. İlk adımda medya, bilgi ve mesajları görüş liderlerine iletir. İkinci adımda ise bu liderler, kendi sosyal çevrelerinde mesajları yorumlayarak yayar ve toplumsal algıyı şekillendirir (Katz & Lazarsfeld, 1955'den akt. Yıldız, Kara & Arıkan, 2024, s.86).

Siyasal kampanyalar açısından bu model, anahtar aktörlerin stratejik rolünü ortaya koyar. Yerel liderler, kanaat önderleri veya sosyal medya fenomenleri, takipçileri ve etki alanlarındaki bireyler üzerinde güçlü bir etki oluşturabilir. Örneğin, bir belediye başkan adayının mesajlarını destekleyen yerel liderler veya sosyal medyada geniş takipçi kitlesine sahip fenomenler, mesajın güvenilirliğini artırır ve seçmenlerin algısını olumlu yönde etkileyebilir. Dijital çağda, iki adımlı akış modeli sosyal medya ortamında yeniden yorumlanmıştır (Katz & Lazarsfeld, 1955'den akt. Yıldız, Kara & Arıkan, 2024, s.87). Dolayısıyla, güncel iletişim araştırmalarında klasik teorilerin dijital ortam bağlamında nasıl yeniden uygulanabileceği dikkate alınmalıdır. Burada görüş liderleri, hem çevrim içi içerik üreticileri hem de mikro-etki alanına sahip kullanıcılar olarak işlev görmektedir (Valenzuela, 2013, s.931).

Bu modelin önemi, siyasal iletişim stratejilerinin planlanmasında açıkça görülmektedir. Kampanya ekipleri, doğrudan kitleye ulaşmanın yanı sıra, güvenilir görüş liderleriyle iş birliği yaparak mesajın yayılımını optimize eder. Böylece hem mesajın etkililiği artırılır hem de kamuoyunda olumlu bir algı oluşması sağlanır. Katz ve Lazarsfeld (1955)'in modeli, günümüz dijital ortamında sosyal ağlar ve influencer ekosistemleri üzerinden siyasal iletişimin analizinde de temel bir teorik çerçeve sunar (Katz & Lazarsfeld, 1955'den akt. Yıldız, Kara & Arıkan, 2024, s.87).

3.3 Dijital ve Sosyal Medya Modelleri

Sosyal medya, günümüz siyasal iletişiminde merkezi bir rol oynamaktadır. Dijital platformlar, siyasal aktörlere doğrudan seçmenle etkileşim kurma, mesajları hızla yayma ve geri bildirim alma imkânı sağlar. Bunun yanı sıra viral iletişim ve mikro hedefleme olanakları, kampanyaların etkinliğini artıran önemli stratejik araçlar olarak öne çıkar. Algoritmik yönetim, veri analizi ve kullanıcı davranışlarını izleme üzerine kurulu stratejiler, mesajların hangi kitlelere, hangi zamanlamayla ve hangi biçimde ulaştırılacağını belirlemektedir. Böylece siyasal iletişim, klasik medya kullanımından çok daha sofistike bir boyut kazanır (Chadwick, 2017, s.8).

Türkiye özelinde sosyal medyanın etkisi, 2019 yerel seçimlerinde belirgin biçimde gözlemlenmiştir. Seçim kampanyalarında sosyal medya platformlarının yoğun kullanımı, hem adayların görünürlüğünü artırmış hem de seçmenlerin katılımını teşvik etmiştir. Özellikle genç ve şehirli seçmenler, sosyal medyada yürütülen kampanyalar aracılığıyla bilgilendirilmiş ve seçim sürecine daha aktif şekilde dahil olmuştur. Bu süreçte, Facebook, X ve Instagram üzerinden yürütülen hedefli içerik paylaşımları ve etkileşimli kampanya aktiviteleri, seçmen davranışlarını doğrudan etkilemiş ve kampanya stratejilerinin başarısında kritik bir rol oynamıştır (Adıyahşi & Akçadağ, 2024, s.928).

Ayrıca sosyal medya, siyasal aktörlerin mesajlarını tek yönlü iletmekten öte, seçmenlerle çift yönlü bir etkileşim kurmalarına imkân tanır. Yorumlar, paylaşımlar ve çevrim içi tartışmalar, toplumsal algının şekillenmesinde aktif bir rol oynar ve siyasal iletişim sürecini dinamik bir hâle getirir. Bununla birlikte, algoritmaların yönlendirdiği bilgi akışı, dezenformasyon ve kutuplaşma risklerini de beraberinde getirir. Bu durum, dijital siyasal iletişimin hem fırsatlarını hem de zorluklarını ortaya koyar (Enli, 2017, s.223).

Sonuç olarak, sosyal medya sadece mesaj iletimi aracı değil, aynı zamanda seçmen etkileşimini artıran, toplumsal gündemi şekillendiren ve siyasal kampanya stratejilerini yeniden tanımlayan merkezi bir mecra olarak siyasal iletişimde kritik bir öneme sahiptir.

4. Siyasal Kampanya İletişimi

4.1 Stratejik Planlama

Siyasal kampanyalarda iletişim stratejisi; hedef kitle belirleme, mesaj tasarımı ve medya planlamasını kapsayan bütünsel bir süreçtir. Stratejik planlama, adayın imajını güçlendirirken, seçmen davranışlarını etkilemede temel bir araç olarak işlev görür. Kampanya ekipleri, mesajların içerik, ton ve iletim biçimini hedef kitleye uygun şekilde tasarlayarak etkiyi maksimize etmeye çalışır (Norris, 2000, s.104).

Hedef kitle segmentasyonu, demografik özelliklerin yanı sıra psikolojik ve sosyo-ekonomik faktörleri de içermektedir (Scammell, 2015, s.12). Bu yaklaşım, seçmenlerin bilgiye erişim biçimleri, medya tüketim alışkanlıkları ve siyasi eğilimleri gibi değişkenleri dikkate alır. Örneğin, genç seçmenleri hedefleyen kampanyalar, sosyal medya ve dijital içerik üretimi ile daha etkili olabilmektedir. Etkileşimli videolar, çevrim içi anketler ve paylaşımlarla genç seçmenlerin ilgisi çekilir ve katılımı artırılır. Öte yandan, yaşlı seçmen grupları için televizyon ve yazılı medya gibi geleneksel kanallar hâlâ etkili birer araç olarak kullanılmaktadır (Aziz, 2023, s.10).

Mesaj tasarımı, hedef kitle segmentasyonu ile doğrudan bağlantılıdır. Mesajın çerçevesi, dili ve görsel öğeleri, seçmenlerin değer ve algılarına uyumlu hâle getirilir. Örneğin çevre politikaları ile ilgili mesajlar, ekonomik faydalar ve iş olanakları üzerine odaklanabileceği gibi, sürdürülebilirlik ve gelecek nesillerin yararına vurgu yapacak şekilde de çerçevelenebilir. Medya planlaması ise mesajın hangi kanallar aracılığıyla, hangi sıklık ve zamanlamayla iletileceğini belirlemekte olup böylece kampanyanın kapsamı ve etkisi optimize edilir (Sayın & Ceyhan, 2025, s.36).

Sonuç olarak, siyasal kampanyalarda iletişim stratejisi, hedef kitle analizi, mesaj tasarımı ve medya planlamasını bir arada ele alarak seçmen davranışlarını etkilemeye ve adayın imajını güçlendirmeye odaklanan bütünsel bir süreçtir. Bu stratejik yaklaşım, modern siyasal iletişimde başarıyı belirleyen temel unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir.

4.2 Medya ve Kampanya İlişkisi

Medya, adaylar ve siyasi partiler için hem fırsat hem de riskler sunan kritik bir aktördür. Basın toplantıları, röportajlar, televizyon programları ve sosyal medya etkileşimi, kampanya mesajlarının geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlar. Bununla birlikte, medya içeriklerinin çerçevelenmesi ve haber seçimi, adayların kamuoyundaki algısını doğrudan etkiler ve kampanya stratejilerinde önemli bir belirleyici rol oynar. Medya, aynı zamanda hangi konuların gündeme

taşınacağını belirleyerek seçmenlerin dikkatini şekillendirir ve siyasal iletişim sürecinde gündem belirleme işlevi görür (Melek, 2017, s.128).

Türkiye özelinde, 2023 seçimlerinde televizyon ve sosyal medya kampanyalarının birlikte yürütülmesi, adayların görünürlüğünü artırmış ve seçmen tercihleri üzerinde doğrudan bir etki yaratmıştır. Televizyon, geniş kitlelere ulaşarak adayların imajını pekiştirmektedir. Sosyal medya platformları ise, etkileşimli içerikler ve hedefli reklamlar aracılığıyla özellikle genç ve dijital kullanıcı gruplarının dikkatini çekmiştir (AK Parti, 2023, s.1). Bu çift kanallı strateji, medya ortamının sunduğu fırsatları maksimum düzeyde kullanırken, adayların olası olumsuz haber ve eleştiriler karşısında riskleri de yönetmesini gerektirmiştir.

Buna ek olarak, medya aktörlerinin editoryal tercihleri ve dijital platformların algoritmik filtreleme mekanizmaları, seçmenlerin bilgiye erişimini ve mesajların algılanış biçimini doğrudan etkiler. Bu durum, adayların sadece mesajı iletmekle kalmayıp, medyanın sunduğu çerçeveleri ve etkileşim biçimlerini de stratejik olarak göz önünde bulundurmasını zorunlu kılar. Sonuç olarak medya, siyasal iletişimde çift yönlü bir etkileşim alanı sağlayarak, hem fırsat hem de riskleri dengede tutmayı gerektiren merkezi bir rol üstlenir.

4.3 Kriz İletişimi

Kampanyalarda ortaya çıkan krizler, adayların imajına ve kamuoyundaki algısına ciddi zararlar verebilir. Bu nedenle kriz iletişimi, siyasal iletişim stratejilerinin vazgeçilmez bir bileşeni olarak kabul edilir. Kriz iletişimi süreci, hızlı, şeffaf ve güvenilir bilgi paylaşımını gerektirmektedir. Mesajların zamanında iletilmesi, söylentilerin ve dezenformasyonun önlenmesi açısından kritik öneme sahiptir. Coombs (2014, s.8), kriz yönetiminde doğru iletişim stratejisinin, kriz sonrası imajın iyileştirilmesinde ve seçmen güveninin yeniden tesis edilmesinde belirleyici olduğunu vurgular.

Özellikle sosyal medya çağında, krizlerin yayılma hızı geleneksel medya dönemine göre katlanarak artmıştır. Örneğin, seçim döneminde adayla ilgili yanlış veya yanıltıcı bilgilerin sosyal medya üzerinden hızla yayılması, krizin zamanında yönetilmemesi hâlinde seçmen algısını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu bağlamda, kriz iletişimi sadece mesajın içeriğiyle değil, aynı zamanda iletim hızı, kanal seçimi ve hedef kitlenin davranışlarına uygun stratejilerle yürütülmelidir.

Kriz yönetimi aynı zamanda proaktif ve reaktif stratejileri kapsar. Proaktif stratejiler, potansiyel krizleri önceden öngörerek hazırlık yapılmasını içermektedir. Reaktif stratejiler ise, kriz ortaya çıktıktan sonra hızlı müdahale ve mesaj güncellemeleri ile algıyı kontrol etmeyi amaçlar. Örneğin, adayın sosyal

medya hesapları üzerinden yapılan anlık açıklamalar ve doğrulayıcı bilgiler, söylentilerin kontrol altına alınmasını ve kamuoyunun güven duygusunun korunmasını sağlar. Ayrıca, kriz iletişimi ekiplerinin medya ile koordinasyonu, mesajın tutarlılığını ve güvenilirliğini artırır (Fearn-Banks, 2016, s.8).

Sonuç olarak, kriz iletişimi, modern siyasal kampanyalarda adayın imajını koruyan, toplumsal algıyı yönlendiren ve demokratik süreçlerin şeffaflığını destekleyen kritik bir stratejidir. Dijital medya ve sosyal platformlar, krizlerin yönetilmesinde hem risk hem de fırsat unsurları sunduğundan, stratejik planlama ve hızlı müdahale becerileri kampanya başarısının belirleyicisi hâline gelmiştir.

5. Siyasal İletişimde Etik ve Hukuki Boyutlar

Siyasal iletişim, demokratik süreçlerin sağlıklı işlemesi açısından etik ve hukuki çerçevelerle sınırlandırılmıştır. Yanıltıcı bilgiler, dezenformasyon ve nefret söylemi, kamuoyunun doğru bilgiye erişimini engeller ve demokratik süreçlere zarar verebilir. Bu nedenle etik ilkeler, siyasal aktörlerin sorumluluklarını belirler ve iletişim stratejilerinin hem içerik hem de iletim biçimi açısından hesap verebilir olmasını sağlar (Patterson, 2013, s.45).

Avrupa ve ABD’de seçim kampanyalarında etik standartlar, şeffaflık, doğruluk, eşit erişim ve sorumlu iletişim ilkeleri çerçevesinde denetlenmektedir. Örneğin, kampanya reklamlarının finansman kaynaklarının açıklanması, yanlış veya yanıltıcı içeriklerin sınırlandırılması ve medya erişiminde eşitlik sağlanması gibi uygulamalar, siyasal iletişim süreçlerinin etik ve hukuki denetimini oluşturur (Jackson & Lilleker, 2011, s.87).

Türkiye’de ise Yüksek Seçim Kurulu (YSK), seçim dönemlerinde propaganda ve iletişim faaliyetlerini düzenleyen hukuki çerçeveler sunar. YSK, adayların ve partilerin kampanya sürecinde uyacağı iletişim kurallarını belirlemektedir. Örneğin basın ve yayın organlarına erişim, seçim süresince sosyal medya paylaşımlarının denetimi ve reklam harcamalarının şeffaflığı konularında düzenlemeler getirir. Bu çerçevede, siyasal iletişim hem demokratik standartlara uygun yürütülür hem de seçmenlerin bilgiye adil ve dengeli şekilde erişimi sağlanır (YSK, 2023, s.1).

Etik ve hukuki sınırlamalar, siyasal aktörlerin stratejik iletişimlerinde dikkatli davranmasını zorunlu kılar. Mesajların doğruluğu, kaynakların güvenilirliği ve iletişim kanallarının sorumlu kullanımı, yalnızca demokratik süreçlerin korunmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda siyasal aktörlerin kamuoyu nezdinde güvenilirliğini de artırır. Bu nedenle etik ve hukuki çerçeveler, modern siyasal iletişim çalışmalarının ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

6. Türkiye’de Siyasal İletişim

Türkiye’de siyasal iletişim, tarihsel olarak medya ve siyasi partiler arasındaki etkileşimler üzerinden şekillenmiştir. 1980’li ve 1990’lı yıllarda televizyon, radyo ve yazılı basın, siyasi mesajların seçmenlere ulaşmasında ana araçlar olarak öne çıkarken, partiler medyanın sunduğu fırsatlar ve sınırlamalar doğrultusunda kampanya stratejilerini geliştirmiştir. 2000’li yıllardan itibaren ise dijital medya ve sosyal platformlar, siyasal iletişimde belirleyici bir rol üstlenmeye başlamıştır. Bu dönemde televizyon hâlâ geniş kitlelere ulaşmada etkin bir kanal olarak işlev görürken, internet ve sosyal medya platformları mesajların hedeflenmesi, kitlesel etkileşim ve anlık geri bildirim alınması açısından yeni imkânlar sağlamıştır (Adıyahşi & Akçadağ, 2024, s.929).

Seçim dönemlerinde siyasi partiler, sosyal medya ve geleneksel medyayı eş zamanlı olarak kullanarak kamuoyunu etkilemeye çalışmaktadır. Bu strateji, mesajların hem geniş kitlelere ulaşmasını hem de belirli seçmen gruplarında daha etkili olmasını sağlamaktadır. Örneğin, genç ve şehirli seçmenler sosyal medya aracılığıyla bilgilendirilirken, daha geleneksel medya kullanıcıları televizyon ve yazılı basın üzerinden kampanya mesajlarına ulaşmaktadır. Bu çok kanallı yaklaşım, Türkiye’de siyasal iletişimde modernleşme ve dijitalleşme sürecinin önemli bir göstergesidir.

Yerel seçimlerde ise adayların sosyal medya stratejileri, doğrudan seçmenle iletişim kurma ve etkileşim yaratma açısından giderek önem kazanmıştır. Adaylar, çevrim içi paylaşımlar, etkileşimli videolar ve hedefli reklam kampanyaları aracılığıyla seçmenleri bilgilendirirken, aynı zamanda toplumsal geri bildirimleri de izleyerek mesajlarını yeniden uyarlamaktadır. Bu süreç, Türkiye’yi siyasal iletişim açısından dijitalleşme ve çok kanallı kampanya yönetimi uygulamaları için örnek bir alan hâline getirmektedir (Yıldız, Kara & Arıkan, 2024, s. 85). Siyasal reklamcılık, siyasal iletişimin temel amaçlarından biri olan seçmen iknası ve aday/politika tanıtımında merkezi bir araçtır. Öztürk (2024, s.1174), 2017 referandumu örneğinde siyasal reklamların seçmenlerin algılarını şekillendirmedeki ve kampanya mesajlarını kitlelere ulaştırmadaki stratejik rolünü ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, Türkiye’de siyasal iletişim tarihsel olarak medya ilişkileriyle şekillenmiş, 2000’li yıllardan itibaren dijitalleşme ile birlikte daha dinamik ve çok katmanlı bir süreç hâline gelmiştir. Bu durum, hem kampanya stratejilerini yeniden tanımlamakta hem de seçmen katılımı ve toplumsal etkileşim açısından yeni fırsatlar sunmaktadır.

7. Gelecek Perspektifi

Siyasal iletişimin geleceği, dijitalleşme, yapay zekâ ve veri analitiği ile şekillenecektir. Sosyal medya algoritmaları, büyük veri analizi ve hedefleme stratejileri, siyasal mesajların etkinliğini artırmak ve seçmen davranışlarını öngörmek açısından giderek daha önemli hâle gelmektedir. (Sayın & Ceyhan, 2025, s.36). Örneğin yapay zekâ destekli analizler, seçmen eğilimlerini belirleyerek mesajların bireyselleştirilmesini mümkün kılmakta ve kampanya stratejilerini daha hassas bir biçimde şekillendirmektedir (Sernani vd., 2025, s.128). Çevrim içi etkileşimler, yalnızca mesaj iletimi değil, aynı zamanda toplumsal geri bildirim mekanizması olarak da işlev görmektedir ve siyasal aktörlerin stratejilerini dinamik olarak uyarlamalarına imkân tanımaktadır.

Bununla birlikte, dijitalleşmenin getirdiği fırsatlarla birlikte etik ve hukuki sorumluluklar da ön plana çıkmaktadır. Sosyal medya platformlarında dezenformasyonun yayılması, yanlış bilgi ve manipülasyon riskleri, demokratik süreçlerin sağlıklı işlenmesini tehdit edebilir. Bu nedenle siyasal iletişimin geleceği, yalnızca teknoloji odaklı stratejilerle değil, aynı zamanda etik standartların korunması ve şeffaf iletişim ilkelerinin gözetilmesiyle şekillenecektir. Öngörülere göre, gelecekte siyasal iletişim hem veri analitiği ve algoritmik yönetim gibi teknoloji temelli yaklaşımları hem de etik ve demokratik sorumlulukları bir arada dengeleyen bir paradigmaya doğru evrilecektir (Patterson, 2013, s.46). Bu bağlamda siyasal aktörlerin, seçmenlerle etkileşimi artırırken güvenilirliği ve toplumsal sorumluluğu koruyan stratejiler geliştirmesi, modern demokratik sistemlerde kritik bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır (Sayın & Ceyhan, 2025, s.44).

Sonuç olarak, siyasal iletişimin geleceği, teknolojik yeniliklerle etkileşim içinde olan, aynı zamanda etik ve hukuki çerçevelerle sınırlandırılmış dinamik bir alan olarak şekillenecek ve demokratik süreçlerin etkinliği açısından belirleyici bir rol oynayacaktır.

Kaynakça

- Adıyahşi, B., & Akçadağ, M. (2024). Siyasal pazarlamada seçmenlerin belediye başkan seçiminde oy verme kararına etki eden unsurların belirlenmesine yönelik bir araştırma: Sivas ili örneği. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 927–949. <https://doi.org/10.47525/ulasbid.1574175>
- AK Parti. (2023). Türkiye yüzyılı için doğru adımlar: Seçim beyannamesi 2023. <https://akparti.org.tr/media/cli5h4t/turkiyeyuzyyiliic%C4%B1-indogru-adimlar2023secimbeyannamesi.pdf>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Aziz, A. (2023). Siyasal iletişim. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Chadwick, A., & Stromer-Galley, J. (2016). Digital media, power, and democracy in parties and election campaigns: Party decline or party renewal? *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 283–293. <https://doi.org/10.1177/1940161216646731>
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). SAGE Publications.
- Converse, P. E. (1964). The nature of belief systems in mass publics. In D. E. Apter (Ed.), *Ideology and discontent* (ss. 206–261). The Free Press.
- Enli, G. (2017). Communication insight: New media and politics. *Journal of Political Communication*, 41(3–4), 220–227. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1392251>
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. University of Chicago Press.
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis communications: A casebook approach* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315684857>
- Jackson, N. and Lilleker, D. (2011) Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the Use of Twitter. *The Journal of Legislative Studies*, 17, 86-105. <https://doi.org/10.1080/13572334.2011.545181>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. A. A. Knopf. <https://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/book/lookupid?key=olbp98086>

- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication* (6th ed.). Routledge.
- Melek, G. (2017). Medya arası gündem belirleme kuramı araştırmalarında bir yöntem uygulaması: Hürriyet Online ve Twitter örneği. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 123-148.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle? The Impact of Political Communications in Post-Industrial Democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Özkan, A. (2007). *Siyasal iletişim stratejileri*. İstanbul.
- Öztürk, B. (2024). Siyasal iletişimde reklamcılığın rolü ve etkisi: 2017 Türkiye Anayasa değişikliği referandumu örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 59(3), 1173–1193. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.24.08.2399>
- Öztürk, B. (2025). Diplomasinin dili: Uluslararası çatışmalarda siyasal iletişimin söylem analizi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 13(46), 228–255. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1710949>
- Patterson, T. E. (2013). *Informing the news: The need for knowledge-based journalism*. Vintage.
- Perloff, R. M. (2020). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the twenty-first century* (7th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429196959>
- Sayın, O., & Ceyhan, A. İ. (2025). Siyasal iletişimde yapay zeka ve veri odaklı dönüşüm. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 6(1), 29–49.
- Scammell, M. (2015). Politics and image: The conceptual value of branding. *Journal of Political Marketing*, 14(1–2), 7–21.
- Sernani, P., Cossiri, A., Di Cosimo, G., & Frontoni, E. (2025). Analyzing digital political campaigning through machine learning: An exploratory study for the Italian campaign for European Union Parliament election in 2024. *Computers*, 14(4), 126. <https://doi.org/10.3390/computers14040126>
- Sobacı, M. Z., Eryiğit, K. Y., & Hatipoğlu, İ. (2016). The net effect of social media on election results: The case of Twitter in 2014 Turkish local elections. In *Social media and local governments* (pp. 265–279). Springer.
- Şen, A. F. (2022). *Medya, siyaset ve demokrasi: Geleneksel ve yeni medya temelinde kuramsal tartışmalar*. Kilit Yayınları.
- Vaccari, C. (2013). *Digital politics in Western democracies: A comparative study*. Johns Hopkins University Press.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920–942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>

- Yerköy, S. (2018). Kitle etkileme aracı olarak Stalin dönemi Sovyetler Birliği'nde din karşıtı propaganda afişleri (Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Yıldız, A. N., Kara, U. Y., & Arıkan, G. (2024). Türkiye'de siyasal iletişim çalışmalarını haritalandırmak: Türkçe araştırma makaleleri üzerine bir inceleme. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 11(1), 79–110. <https://doi.org/10.24955/ilef.1328452>
- Yılmaz, M. (2013). Medya ve siyaset ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki etkileri: KKTC örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 230–252.
- Yüksek Seçim Kurulu. (2024). 2023 yılı faaliyet raporu. https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/Faaliyet_Raporlari/2023_Yili_Faaliyet_Raporu.pdf

Dijital İletişimde Mikro Güç İlişkilerinin Dinamikleri

Gülden Demir¹

Özet

Bu çalışma, dijital iletişimi açıklarken baskın hâle gelen makro ölçekli güç analizlerine alternatif bir bakış geliştirmeyi amaçlamaktadır. Platform kapitalizmi, veri ekonomisi ve algoritmik sıralama dijital alanın yapısal çerçevesini oluşturur ancak bu çerçeve gündelik etkileşimlerde mikro düzenlemeler aracılığıyla işlerlik kazanır. Metin, bu gündelik işleyişi mikro politika kavramı üzerinden tartışarak teknik gibi görünen tasarım kararlarının aslında görünürlüğü, değer atfını ve ifade biçimlerini nasıl yönlendirdiğini göstermektedir. Akış yapısı, öneri sistemleri, bildirimler ve metrikler, iletişim ortamında içeriklerin dolaşımını ve önceliklendirilmesini düzenleyen mekanizmalar işlevindedir.

Çalışmanın ikinci eksenini, kullanıcılar arası ilişkilerde ortaya çıkan mikro hiyerarşilerdir. Takipçi sayıları ve etkileşim oranları dijital alanda konum belirleyen göstergelere dönüşürken linç, çevrimiçi utandırma ve iptal pratikleri normların nasıl üretildiğini ve sınırların nasıl çizildiğini açığa çıkarır. Güç bu bağlamda merkezî bir iradeden çok tekrar eden etkileşimler içinde şekillenen ilişki bir olgu olarak ele alınmaktadır.

Son bölüm, içerik filtreleme, geri çekilme ve dijital minimalizm gibi gündelik stratejilere odaklanmaktadır. Bu pratikler yapısal eşitsizlikleri ortadan kaldırmaya da kullanıcıların dijital alanla kurduğu ilişkiyi yeniden yeniden şekillendirebildiğini göstermektedir. Çalışma, dijital iletişimin politik boyutunun büyük müdahalelerden ziyade küçük ölçekli düzenlemeler ve gündelik konum alışlar üzerinden anlaşılabilirliğini ileri sürmektedir.

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İİSBE, Yeni Medya ve İletişim, gulden.demir@nisantasi.edu.tr

1. Giriş: Dijital İletişimde Mikro Politika

Dijital iletişim gündelik hayatın, toplumsal ilişkilerin ve kamusal tartışmaların yeniden örgütlendiği yeni bir düzen olarak karşımıza çıkar. Çoğu zaman hız, teknolojik dönüşüm, yenilik ve bağlantılılık kavramlarıyla anlatılan dijital iletişim üzerine düşünmek artık neredeyse zorunlu bir akademik refleks haline gelmiş durumdadır. Platformların ekonomik yapıları, yönlendirici etkisi, algoritmalar, veri toplama ve işleme süreçleri uzun süredir tartışılmaktadır. Bu tartışmalar çoğunlukla büyük çerçeveler içinde kurulmakta ve dijital alan, anlaşılacağı üzere, makro ölçekli güç ilişkileri üzerinden okunmaktadır.

Bu metin ise söz konusu bakışı biraz daraltmayı öneriyor ve dijital iletişimin literatürde daha sıklıkla ele alınan “makro” politikasından (Bucher, 2018; Klinger & Svensson, 2018; Pedrero-Esteban & Barrios-Rubio, 2024) ziyade gündelik işleyişi sırasında ortaya çıkan mikro düzenlemelere odaklanıyor. Bir içeriğin hangi ölçütlere göre sıralandığı, beğeni sayılarının nasıl görünür kılındığı, öneri sistemlerinin nasıl çalıştığı gibi başlıklar teknik tercihler olarak sunulmasına karşın teknik ve politik olan arasındaki sınır gündelik iletişim biçimlerimizin simbiyotik bir parçası haline gelen teknolojilerin sunduğu dijital ortamlarda pek de net değildir.

Çalışmada tam da buradaki belirsizliğe işaret eden bir kavram olarak kullanılan mikro politika ile dijital iletişimi keskin iddialar üzerinden değil küçük düzenlemeler üzerinden tartışmak amaçlanmaktadır. “Mikro politika, gücün yalnızca kurumsal ve resmi yapılarda değil; aynı zamanda gündelik yaşamın sıradan karşılaşmaları içinde üretildiği, müzakere edildiği ve yeniden kurulduğu süreçleri ifade eder” (Saikia & Saikia, 2025, s. 196). Güç, burada merkezileşmiş bir yapıdan çok gündelik pratikler içinde dolaşan bir etki olarak ele alınmaktadır. Buradaki asıl araştırma sorusu belki de şudur: Dijital iletişimde kullanıcı pratiklerini ve içerik dolaşımını şekillendiren dinamikler, büyük ölçekli müdahalelerden mi yoksa gündelik akış içinde ortaya çıkan mikro düzenlemelerden mi kaynaklanmaktadır?

Bu doğrultuda çalışma, dijital iletişimin mikro politikalarını üç temel ekseninde tartışmayı amaçlamaktadır: (1) platform tasarımı ve görünürlük, (2) kullanıcılar arası mikro güç ilişkileri ve (3) mikro direniş ve müzakere alanları.

Bu çalışmada kesin cevaplar vermekten çok yukarıdaki temel araştırma sorusunu açık tutmak tercih edilmektedir. Çünkü dijital iletişimin politik boyutu bazen en çok sıradan görünen hususlarda saklı olabilir. Dijital iletişimde politika çoğunlukla devlet ve platform şirketleri arasındaki bir mesele olarak algılanmakta ve ele alınmaktadır. Var olan tartışmaların alana katkısı değerlidir ancak bu bölümün temel meselesi soruyu bağlama göre tekrar ve tekrar

sormak ve yine bağlama göre durum tespiti yapmaktır. Dijital iletişimde akışın nasıl sıralandığı, hangi metriklerin değerli sayıldığı ve kullanıcıların bu metriklere nasıl uyum sağladığı da politiktir. Bu nedenle bölümün katkısı, dijital iletişimin büyük yapılar yerine küçük düzenlemeler üzerinden okunabileceğini göstermesidir. Bu doğrultuda çalışma boyunca kavramsal bir tartışma denemesi sürdürülecektir.

2. Platform Tasarımı ve Görünürlük

Dijital iletişim ortamlarında görünürlük çoğu zaman içerik üretimiyle açıklanmaktadır. Kim daha yaratıcıysa, kim daha güncel içerikler üretiyor ve paylaşıyorsa, kimin takipçi sayısı daha fazlaysa ve kim daha çok etkileşim alıyorsa onun görünür olduğu varsayılır. Oysa görünürlük tüm bunların düzenlenmesinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Platformların arayüzleri hangi içeriğin ne çıkacağını ve nerede duracağını, ne kadar süre ile dolaşımda kalacağını ve kimlere ulaşacağını belirleyen tasarım çerçevelerdir (Bucher, 2018, ss. 29-35). Platformların bu Şekilde işleyen tasarımı ise teknik olarak bir tercihler toplamıdır, dolayısıyla bu tasarıma ilişkin makro politikalar neticesinde belirlenmiştir (Cammaerts & Mansell, 2020, s. 143). Bu nedenle mikro politika, burada doğrudan ideolojik bir müdahaleden ziyade, tasarımın gündelik işleyişinde ortaya çıkar. Temel mesele ise “ne söylendiği”nin yanı sıra “neye alan açıldığı ve ne çıkarıldığı” ile “neyin geri planda bırakıldığıdır”.

Platformların *akış yapısı* dijital iletişimde en sıradan görünen ama platformun kullanıcı deneyimini en belirleyici unsurdur. Akışın sonsuz oluşu ve seçeneklerin sınırsızlığı görünürde eşit bir alan hissi yaratır: bu sayede herkes istediği içeriği tüketebilir, herkes içerik üretilip paylaşabilir. Ancak gerçeklikte akışın kendisi seçicidir ve belirli bir sıraya yerleştirilerek kullanıcılara sunulur (van Dijck, Poell & de Waal, 2018, ss. 31-48). Örneğin; Instagram’da kronolojik akıştan algoritmik sıralamaya geçiş, görünürlüğün zaman yerine etkileşim olasılığına göre düzenlenmesi anlamına gelir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta Şudur: Akış yapısı salt bir içerik sunma zemini olarak ele alınamaz çünkü platform tasarımına dayanılarak bir nceliklendirme yapılır. Montag ve Hegelich (2020) dijital platform tasarımlarının kullanıcı alışkanlıklarını pekiştirecek biçimde kurgulandığını belirtir. Bu yönlendirme açık bir zorlama içermez; seenekler sunar. Ancak sunulan seenekler belirli bir hesaplamının sonucudur. Bir içeriğin birkaç saniye daha yukarıda kalması, geri kalan içeriklerin görünme ihtimalini azaltır. Bu küçük zaman farkları, dolaşımın yönünü belirler. Bucher’in (2018) vurguladığı gibi, algoritmik sıralama çoğu zaman kullanıcı için görünmezdir; fakat bu görünmezlik onun etkisini azaltmaz (ss. 19-40). Aksine, sıralama kararları doğal ve kaınılmazmiş gibi kabul edilir. Akışın mikro politik boyutu tam burada ortaya çıkar. Kullanıcılar içerik üretimini deneyimlerken akışta

tutunabilecek içerikler üretmeyi de öğrenir. Dikkat süresine uygun, hızlı tüketilebilir, etkileşim yaratma ihtimali yüksek içerikler öne çıkar. Bunun neticesinde tasarım, ifade biçimini dolaylı biçimde şekillendirme işlevi görebilir (Bucher, 2018, s. 151).

İkinci bir husus ise akış yapısı içerisinde görünürlüğün hesaplamasını yapan *algoritmik sıralama*dır. “Bir algoritmik sistem yalnızca kod ve veriden ibaret değildir; insan ve insan olmayan aktörlerin bir araya gelmesiyle oluşan bir bütündür” (Ananny & Crawford, 2018, s. 983). Bu sistem sayesinde hangi içeriklerin daha fazla kullanıcıya ulaştırılacağı ve hangi gönderilerin sınırlı bir dolaşımında tutulacağı hesaplanır. Değer üretimi ve dağıtımını belirleyen algoritmik sıralama bir platformu tasarlayanların platform tercihlerini yansıtmaktadır. Alanyazındaki çalışmalara bakıldığında örneğin, Cotter’ın (2019) Instagram influencer’ları üzerine yaptığı çalışma, içerik üreticilerinin algoritmanın beklentilerini sezgisel olarak çözmeye çalıştıklarını göstermektedir. Çalışmadaki bulgular algoritmanın neyi “sevdiği”nin konuşulduğunu, tahmin edildiğini ve üretim pratiklerinin buna göre ayarlandığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla algoritmanın içerikleri sıralama özelliğinin yanı sıra kullanıcılar için davranış ürettiği de anlaşılmaktadır. Bu bulguyu destekler biçimde Bishop (2020), özellikle TikTok’ta viral kültürün algoritmik sıralama sayesinde belirli anlatı biçimlerini teşvik ettiğini belirtir. Bishop (2020) çalışmasında kısa, tekrar edilebilir ve duygusal yoğunluğu yüksek içeriklerin daha fazla dolaşıma girdiğini; bu durumun, görünürlüğün estetik bir standarda bağlanması anlamına geldiğini işaret etmektedir. Böylece popüler olan ile görünür olan arasındaki mesafe daraldığını söylemek mümkündür. Gillespie (2020) ise içerik sıralama ve moderasyon süreçlerinin normatif boyutuna dikkat çeker. Hangi içeriklerin “uygun”, hangilerinin “riskli” sayıldığı kategorilendirilir. Toplumsal değerlerden bağımsız olmayan bu kategorilerde belirli içerikler “uygun” olarak sınıflandırılırken geri planda bırakılan içerik daha az görünür olur ancak çoğu zaman yasaklanmaz. Mikro politikanın burada açık bir engelleme değil önceliklendirme üzerinden işlediğini düşünebiliriz.

Platform tasarımında ele alınması gereken diğer bir mesele görünürlüğün hem mekânsal hem de zamansal olduğudur. Kullanıcıların aktif hale getirdiği *bildirim sistemi*, tercihler ve verilen izinler doğrultusunda kullanıcıyı belirli anlarda platforma geri çağırır (van Dijck, Poell & de Waal, 2018). Bu konuda yapılan çalışmalar da bildirimlerin, bireyin fiziksel dünyadaki dikkat akışını zaman zaman kesintiye uğrattığına ilişkin tespitler içermektedir. Örneğin; Montag ve Hegelich (2020), sosyal medya bildirimlerinin ödül mekanizmalarını tetiklediğini ve tekrar eden kullanım alışkanlıkları oluşturduğunu belirtmektedirler. Zuboff’un (2019) işaret ettiği gibi, davranışsal yönlendirme ekonomik değer üretimiyle bağlantılıdır. Kullanıcının ne zaman çevrimiçi olacağı, neye tıklayacağı ve

ne kadar süre kalacağı, sistematik olarak izlenir ve optimize edilir. Burada mikro politika, zamanın düzenlenmesi üzerinden işler çünkü platformların kullanıcının gündelik ritmine müdahale ettiği bir gerçeklik tam karşımızda durmaktadır. Bildirimlere izin veren kullanıcı tercihlerinin de doğrutusunda platformların tasarım kararları ne zaman başkalarına görünür olacağımızı ve başkalarının içeriklerine ne zaman maruz kalacağımızı belirleyen bir mekanizma şeklinde çalışmaya devam eder.

llebilir değer üretmesi bakımından beğeni ve takip sistemi görünürlüğün sayısal göstergelerini kayıt altına almaktadır. Beğeni ve takipçi sayılarına ilişkin bu göstergeler, içerik üretimini ölçülebilir hale getirir. Bu durum her zaman olumsuz olmamakla birlikte dijital ortamda etkileşimin nicel değerlerle ele alınmasına neden olabilir. Bu endişeyi destekler şekilde van Dijck, Poell ve de Waal (2018), platform toplumunda sosyal etkileşimin metriklere indirgenediğini vurgulamaktadırlar. Beğeni sayısı bir değer göstergesine, takipçi sayısı ise sembolik sermayeye dönüşür (van Dijck, Poell & de Waal, 2018, s. 36). Benzer şekilde Abidin (2020), influencer kültüründe takipçi sayısının ekonomik değere çevrildiğini gösterir. Böylece görünürlük, yalnızca kültürel değer, maddi bir anlam da taşır. Hangi içeriklerin daha çok etkileşim aldığını ve beğenildiğini, hangi normların daha geçerli ve kabul edilebilir bulunduğu bu ölçüm üzerinden öğrenilirken sistem kullanıcılarını sürekli performans üretimine teşvik eder (Hollander, 2025). Diğer bir ifadeyle bu ölçüm sistemi tasarımda tercih edilen davranışların çerçevelerini çizerek sayısal göstergeler yoluyla kullanıcıları görünür kalabilmek için belirli içerik biçimlerine uyum sağlamada yönlendirme işlevi üstlenmektedir.

Medya okuryazarlığı araştırmaları ve medya (içerik) analizinde de sıklıkla ele aldığımız son husus ise *içeriğe kimin/neyin dahil edildiği* ile *kimin/neyin dışarıda bırakıldığı* meselesidir (Livingstone, 2008). Dijital iletişimin gündelik hayatımızın olağan bir unsuru haline geldiğini düşündüğümüzde platformların akış yapısı, algoritmik sıralama, bildirim sistemi ve metrik temelli değer üretimi birlikte çalışarak oluşturduğu görünürlük rejiminde kaynakların da eşit dağılmadığını söylemek mümkündür (Cammaerts & Mansell, 2020, s. 146). Bu konuda yürütülen çalışmalar algoritmik sistemlerin toplumsal eşitsizlikleri yeniden üretebildiğini göstermektedir (Matamoros-Fernndez & Farkas, 2021; Noble, 2018). Toplumda marjinal kabul edilen gruplara ait içeriklerin daha az dolaşıma girmesine ilişkin tüm bu tartışmalar mikro politikanın toplumsal boyutunu açığa çıkarır.

Dolayısıyla temel soru yeniden sorulabilir: Kim görünür olur? Kim geri planda kalır? Bu sorunun yanıtı yalnızca kullanıcı tercihleriyle açıklanamaz.

Görünürlük, platform tasarımının, hesaplama mantığının ve ölçüm sistemlerinin ortak ürünüdür.

Dijital iletişimde güç çoğu zaman büyük müdahalelerle değil; sıralama, önerme ve ölçme üzerinden işler. Bu nedenle mikro politika sıradan görünen tasarım kararlarının birikimli etkisini ifade ederken aynı zamanda toplumsal bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradan hareketle bir sonraki bölümde dijital iletişim ortamlarında gücün platform tasarımıyla sınırlı olmayan yönüne dikkat çekilerek dijital alandaki mikro güç ilişkileri kullanıcı merkezli kurulan mikro hiyerarşilerin tartışılması hedeflenmiştir.

2. Kullanıcılar Arası Mikro Hiyerarşiler

Dijital ortamlarda gücün platform tasarımıyla ilgisi bir önceki bölümde ele alınmış; kullanıcıların birbirleriyle kurduğu ilişkiler, platformların veriyi kayıt altına alma ve işleme, kullanıcı davranışlarının yönlendirilmesi gibi konular daha çok platform tasarımı ve görünürlük üzerinden tartışılmıştır. Dijital ortamların mikro politik yapısını belirleyen bu unsurlar gündelik etkileşimler içerisinde üretilen kullanıcı merkezli mikro hiyerarşileri düzenleyen etmenler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Platform tasarımına özgü veri temelli izleme pratikleri yapısal bir boyut sunarken kullanıcılar arası ilişkiler mikro politikanın yatay boyutunu oluşturmaktadır. Platformlar kullanıcı davranışlarını sürekli olarak toplar ve analiz eder. Hangi içeriklere ne kadar süre bakıldığı, hangi bağlantılara tıklandığı ya da hangi gönderilerin kaydırıldığı veri setlerine dönüşür.

Dijital platformlar çoğu zaman yatay, eşitlikçi ve katılımcı alanlar olarak sunulur. Kullanıcı hesabı ile üye olan herkesin içerik üretebildiği, paylaşabildiği ve herkesin potansiyel olarak görünür olabileceği bir ekosistemden söz edilmektedir. “Bireysel etkileşimlerin ötesinde, kullanıcı katılımı dijital platformlar içinde bir topluluk ve aidiyet duygusunun oluşmasını teşvik eder” (Nwaimo, Adegbola & Adegbola, 2024, s. 1855). Ancak her ne kadar yapılan araştırmalarda dünya genelinde internete erişim ve akıllı cep telefonu sahiplik oranları yüksek olarak tespit edilse de gündelik kullanım pratiklerine yakından bakıldığında görünürlüğün eşit dağılmadığı net olarak anlaşılabilir. Takipçi sayıları, beğeni oranları, paylaşım hacmi ve etkileşim yoğunluğu kullanıcılar arasında belirgin (*nicel*) farklar üretirken aynı zamanda sembolik bir hiyerarşinin oluşmasına da neden olur.

Dijital ortamdaki en görünür statü göstergesi takipçi sayılarıdır. Yüksek takipçili hesaplar daha fazla dolaşıma girer, daha fazla etkileşim alır ve çoğu zaman platformun öneri sistemleri tarafından da desteklenirken bu durum, sayısal göstergelere dayanan dijital bir statünün ortaya çıktığını göstermektedir.

Meythaler ve ark. (2025) sosyal ağlarda sayısal göstergelerin (takipçi sayısı, beğeni miktarı gibi) statü algısını doğrudan etkilediğini ve bu statü algısının kıskançlık, rekabet ve performans baskısı ürettiğini göstermektedir. Sayılar yalnızca ölçüm aracı değildir; konum belirleyicidir (Meythaler ve ark., 2025). Benzer şekilde Wies, Bleier ve Edeling (2023) takipçi sayısının kullanıcı etkileşimini üzerinde doğrusal olmayan bir etkisi olduğunu; çok düşük ya da aşırı yüksek takipçi sayılarının farklı biçimlerde algılandığından bahsetmektedir. Bu bulgudan hareketle görünürlüğün hem sayısal göstergeler hem de algılanan meşruiyet ve “doğru ölçekte popülerlik” ile de bağlantılı olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Diğer bir ifadeyle kullanıcılar içerik üretirken aynı zamanda statülerini/konumlarını ölçüm sistemleri üzerinden okuyarak duruma ve hedefe yönelik olarak yeniden içerik üretebilirler.

Aslında dijital ortamların bu hiyerarşik yapısı norm üretimini etkileyen bir yapı olma özelliğine sahiptir. Çünkü hangi içeriklerin daha çok beğeni aldığı, hangi söylemlerin hızla yayılım kazandığı, dolaşımda kaldığı ya da hangi hesapların daha fazla paylaşımla aldığı gözlemlenerek doğrudan dijital alandaki platform özelinde bir değer sistemi oluşur. Bu değer sistemi yazılı değildir; fakat sürekli tekrar yoluyla öğrenilir. Kullanıcılar görünürlük kazanan içerikleri gözlemleyerek hangi ifade biçimlerinin, görsel estetiklerin ya da söylem tarzlarının platform içinde daha fazla karşıllık bulduğunu sezgisel olarak öğrenir. Bu süreç, açık kurallar olmaksızın işleyen bir uyum mekanizması yaratır ve kullanıcıların içerik üretim pratiklerini zamanla belirli kalıplar etrafında şekillendirir (Nwaimo, Adegbola & Adegbola, 2024, ss. 1862-1863). Bishop’un (2020) belirttiği gibi, kullanıcılar algoritmanın beklentilerini çözmeye çalışırken aynı zamanda topluluğun estetik ve söylemsel beklentilerine de uyum sağlar. Böylece platform içi normlar, kullanıcı davranışları üzerinden şekillenir.

Anlaşılaı üzere dijital iletişim sürecinde mikro hiyerarşiler statü üretirken platformlara özgü çeşitli dışlama ve yaptırım mekanizmaları da üretebilir. Lin olarak adlandırılan toplu saldırı pratikleri dijital alanda norm ihlalinin kolektif ve herkese görünür bir biçimde cezalandırılma mekanizmalarından biri olarak ortaya çıkmaktadır (Citron, 2016). Thompson ve Cover (2022), internet “pile-on”larının yani kitlesel yüklenmelerin, hedef alınan kişi y hızla marjinalleştirebildiğini ve dijital itibarı kısa sürede zedeleyebildiğini belirtir. Çalışmanın çıktılarından biri olarak bu süreçte kullanıcıların merkezi bir otoriteye ihtiyaç duymadan kolektif bir yaptırım uyguladığı anlaşılmaktadır (Thompson & Cover, 2022).

Çevrimiçi utandırma (*Online shaming*) zerine yapılan çalışmalar da benzer bir tablo çizer. Barron ve ark. (2023) evrimii utandırma pratiklerinin çoğu

zaman “adalet duygusu” ya da “hak edilmişlik” algısıyla meşrulaştırıldığını göstermektedir. Kullanıcılar kendilerini yalnızca tepki veren bireyler olarak değil normu koruyan aktörler olarak konumlandırabilir. Bu durum, dijital alanda norm üretiminin duygusal ve kolektif bir boyutu olduğunu ortaya koyar. Chen ve ark. (2025) tarafından gerçekleştirilen çalışma ise bu süreçlerin izleyici konumundaki kullanıcıları da etkilediğini göstermektedir. Tanık olan kullanıcılar, norm ihlali karşısında nasıl pozisyon alacaklarına dair bir karar verirler. Tepki vermek ya da sessiz kalmak, dijital topluluk içinde bir konum alma biçimidir. Böylece linç ve çevrimiçi utandırma pratikleri, hedef alınan özneyi disipline eden araçlar olmanın ötesine geçer; sürece dâhil olan tüm aktörlerin katılımıyla işleyen, sınırları sürekli yeniden çizilen bir norm müzakeresine dönüşür. Bu müzakere, kolektif yargının dolaşıma girdiği, meşruiyetin tartışmaya açıldığı ve toplumsal değerlerin dijital kamusalılık içinde yeniden üretildiği bir karşılaşma alanı üretir.

İptal kültürü (*Cancel culture*) olarak adlandırılan pratik, bu mikro hiyerarşilerin daha kurumsallaşmış bir biçimi olarak görülebilir (Akmeşe & Taşçıoğlu, 2025). Roldan, Ong ve Tomas (2024) özellikle genç kullanıcılar arasında iptal kültürünün adalet algısı ve toplumsal sorumluluk duygusuyla ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. İptal etme eylemi, bir cezalandırma pratiği olmanın ötesinde, kolektif değerlerin yeniden teyit edildiği bir süreç olarak deneyimlenebilir (Saint-Louis, 2021). Ancak bu süreçte görünürlük kaybı, takipçi düşüşü ve itibar zedelenmesi gibi sonuçlar ortaya çıkar.

Bu noktada mikro politika, platformun teknik kararlarından bağımsız olarak kullanıcılar arası ilişkilerde işlemeye başlar. Hangi içeriğin destekleneceği, hangisinin eleştirileceği ve hangisinin görmezden gelineceği kolektif davranışlarla belirlenir. Noble’ın (2018) gösterdiği gibi dijital sistemler eşitsizlikleri yeniden üretebilir; ancak kullanıcı etkileşimleri de bu eşitsizliklerin pekişmesine katkıda bulunabilir. Yüksek takipçi sayısına sahip hesapların daha güçlü savunma ağlarıyla çevrelenmesi, marjinal konumdaki grupların ise daha kısa sürede hedefe yerleştirilmesi, görünürlüğün nötr bir dağılım olmadığını gösterir. Görünürlük, dijital alanda eşitsiz biçimde işleyen bir güç rejimi olarak belirir; kimlerin korunabilir, kimlerin feda edilebilir sayıldığını açığa çıkaran toplumsal bir düzenek hâline gelir. Bu bağlamda dijital ağların kolektif kapasite üretme potansiyeline de dikkat çekmek gerekir. Nitekim “sosyal ağlar, çalışanların bilgi paylaşmasını, müzakere stratejileri geliştirmesini ve platformların yarattığı güç asimetrisine meydan okumasını mümkün kılan kolektif mekanizmalar olarak işlev görmektedir” (Pilatti, Pinheiro & Montini, 2024, s. 25).

Kullanıcılar arasındaki mikro hiyerarşiler, dijital alanda görünmez bir güç ağı oluşturur. Takipçi sayıları statü üretir; linç ve iptal pratikleri normları

pekiştirir; kolektif tepkiler kabul edilebilirliğin sınırlarını belirler. Bu süreçler çoğu zaman gayriresmîdir ve yazılı kurallara dayanmaz; buna karşın etkileri somuttur. Görünürlük, algoritmanın bir ürünü olmanın ötesinde, kullanıcı etkileşimleri aracılığıyla şekillenir. Dijital alanın mikro-politikası tam da burada belirginleşir: Gç, merkezî bir yapıdan kaynaklanmaz; gündelik etkileşimlerin birikimiyle ortaya çıkar. Takipçi sayıları, tepkiler, destek ve dışlama pratikleri dijital kamusal alanın sınırlarını sessizce yeniden çizer. Bu sınırlar çoğu zaman bilinçdışı biçimde öğrenilir; ancak davranışlar üzerinde belirleyici bir etki yaratır. Tüm bu tartışmalardan hareketle bir sonraki bölümde dijital alanda ortaya çıkan gündelik direniş pratikleri ile normların nasıl müzakere edildiği ele alınacaktır.

3. Mikro Direniş ve Müzakere Alanları

Dijital iletişim, çoğunlukla yönlendirme, sıralama ve ölçüm mantığıyla işleyen bir iktidar alanı olarak kavramsallaştırılır. Bu çerçeve önemli olmakla birlikte, alanın çok bileşenli doğasını bütünüyle tüketmez. Dijital zemin, tek yönlü bir belirlenim alanı değildir; burada kullanıcılar edilgen öznelere olarak konumlanmaz. Nitekim platform ekonomisi üzerine yapılan çalışmalar da kullanıcıların yalnızca platform kontrolüne tepki veren aktörler olmadığını, aksine çeşitli direniş pratikleri aracılığıyla çalışma ve etkileşim ortamlarını aktif biçimde şekillendirdiklerini göstermektedir (Pilatti, Pinheiro & Montini, 2024). Sınır çizen, kaçınan, seğen, görünürlüğünü ayarlayan ve gerektiğinde geri çekilen pratikler aracılığıyla ilişkiyi yeniden kuran aktörler söz konusudur. Bu nedenle mikro politika, görünürlük rejimleri ve hiyerarşik konumlanmalar kadar, çatlak üreten ve mesafe koyan gündelik stratejiler üzerinden de okunmalıdır.

Bu bölümde, dijital alandaki mikro direniş üç pratik etrafında tartışılacaktır: içerik filtreleme, hesap kapatma ya da geri çekilme ve dijital minimalizm. Bunlar büyük ölçekli, kolektif ve örgütlü hareketler değildir; çoğu zaman sessiz, bireysel ve gündelik kararlardır. Ne var ki tam da bu küçük ölçekli tercihler, dijital alanla kurulan ilişkinin doğallaşmış varsayımlarını sarsar; katılımın, görünürlüğünü ve sürekliliğin zorunlu olmadığı bir etkileşim imkânını grntr kılar.

3.1. İçerik Filtreleme: Akışı Yeniden Düzenlemek

Platformlar, kullanıcıya sınırlı da olsa belirli kontrol imkânları tanır: hesap engelleme, sessize alma (*mute*), anahtar kelime filtreleme, belirli içerik türlerini gizleme gibi araçlar bu mekanizmanın parçasıdır. İlk bakışta bu seğenekler güvenlik ve konfor amacıyla tasarlanmış teknik özellikler olarak görünür. Oysa bu araçlar, görünürlük rejimiyle kurulan ilişkinin yeniden düzenlenmesine imkân veren mikro müdahale alanlarıdır.

Belirli anahtar kelimeleri filtrelemek ya da bir hesabı sessize almak, rahatsız edici içerikten kaçınma eylemi olmanın ötesinde, akışın formuna müdahale etmek anlamına gelir. Kullanıcı, kendisine sunulan içerik evrenini bütünüyle belirleyemese de onun dolaşım biçimine temas eder; algoritmik sıralamanın kurduğu öncelik ilişkilerine kısmi bir karşı düzenleme üretir. Bu küçük ölçekli hamleler, teknik altyapı ile kurulan ilişkiyi tek yönlü olmaktan çıkarır. Bucher (2018) kullanıcıların algoritmalarla kurduğu ilişkinin edilgen bir uyumdan ibaret olmadığını; algoritmayı “okuma” ve ona göre konum alma süreçlerinin bir müzakere içerdiğini vurgular. Filtreleme pratikleri bu müzakerenin somut örneklerinden biridir. Kullanıcı, algoritmik tahayyülü (*algorithmic imaginary*) (Bucher, 2017) doğrultusunda hareket ederken aynı zamanda kendi deneyim alanını daraltır ya da genişletir.

Ne var ki bu mikro direniş biçimleri çelişkilerden bağımsız değildir. İçerik filtreleme, karşılaşma olasılıklarını azaltabilir; farklı görüşlerle temasın yerini seçilmiş benzerlikler alabilir (Küçük, 2025, ss. 878-879). Böylece yankı odaları güçlenir, kamusal alan parçalı bir yapıya bürünebilir. Mikro direniş, her durumda özgürleştirici bir sonuç üretmez; kimi zaman yeni kapanmaların zeminini hazırlar. Yine de belirleyici olan şudur: Kullanıcı akışı bütünüyle denetleyemese de onunla kurduğu ilişkiyi dönüştürebilir. Bu dönüşüm, dijital alandaki güç ilişkilerinin mutlak değil, müzakereye açık olduğunu gösteren önemli bir eşiğe işaret eder.

3.2. Hesap Kapatma ve Geri Çekilme: Görünmez Olmayı Seçmek

Dijital alanın belki de en radikal ama en sessiz direniş biçimlerinden biri geri çekilmedir. Hesap kapatma, geçici olarak uygulamayı silme ya da kullanım süresini ciddi biçimde azaltma gibi pratikler, görünürlük ekonomisinden çıkma girişimi olarak okunabilir. Bu tür geri çekilme pratikleri özellikle son yıllarda “dijital tükenmişlik” ve “sürekli bağlantılı olma baskısı” bağlamında tartışılmaktadır (Acar & Gülnar, 2023; Özdemir & Erten, 2025). Örneğin; Syvertsen ve Enli (2020), sosyal medya yorgunluğunun kullanıcıları bilinçli olarak geri çekilmeye yöneltebildiğini belirtir. Bu geri çekilme her zaman kalıcı değildir ancak platformla kurulan ilişkinin yeniden düşünülmesine işaret eder.

Hesap kapatma aynı zamanda ölçüm sistemine katılmayı reddetmek anlamına da gelebilir. Takipçi sayısı, beğeni oranı ya da etkileşim metrikleri üzerinden konumlanmayı bırakmak, performans baskısından uzaklaşma girişimi olarak değerlendirilebilir. Ancak bu tercih her zaman kolay değildir. Görünürlük aynı zamanda sosyal ve mesleki fırsatlarla ilişkilidir. Bu nedenle geri çekilme bir yandan direniş, diğer yandan kayıp riskidir.

3.3. Dijital Minimalizm: Bilinçli Sınır Çizme

Dijital minimalizm, teknolojiyi bütünüyle reddetmeyi değil; kullanımın bilinçli, seçici ve sınırlı bir çerçevede yeniden tanımlanmasını ifade eder. Genel anlamda iş ve kişisel iletişimde dijital görgü kurallarının, belirli davranış biçimlerinin ve yeni dijital kavramların yaygınlaşmasıyla birlikte medya tüketimini düzenlemeye yönelik bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Skivko, Korneeva, & Kolmykova, 2020). Dijital minimalizmin sürekli dikkat talep eden bildirim kültürünün yarattığı dağınıklığa ve süreklilik baskısına karşı gelişen bir mesafe koyma pratiği olarak belirlediğini söylemek mümkündür. Newport'un (2019) popülerleştirdiği kavram, akademik literatürde dikkat ekonomisine yönelik eleştirilerle birlikte düşünülür; zamanın ve dikkatin metalaşmasına karşı etik bir konum alış olarak değerlendirilir.

Odell (2019) dijital kültürde kesintisiz üretim ve görünür olma zorunluluğuna karşı "hiçbir şey yapmama"nın dahi politik bir anlam taşıyabileceğini ileri sürer. Bu perspektife göre geri çekilme, edilgenliğin bir göstergesi değil, dikkat rejimine yöneltilmiş bilinçli bir itirazdır. Kaun ve Treré (2020) de benzer biçimde, dijital medyada "disconnection" pratiklerinin karşı-politik bir potansiyel barındırdığını vurgular. Bu bağlamda bağlantıyı kesmek, dijital ortamların dayattığı hız, sürekli erişilebilirlik ve kesintisiz çevrimiçi olma normlarını görünür kılan ve bu normların sorgulanmasına alan açan bir pratik olarak düşünülebilir.

Dijital minimalizm çoğu zaman bireysel bir etik düzenleme olarak başlar: bildirimleri kapatma, belirli saatlerde çevrimdışı kalma, sosyal medya kullanımını sınırlama. Bu tercihler küçük ve gündelik görünür; ancak platformların kesintisiz etkileşim talebine karşı sınır çizen müdahalelerdir. Mikro politika burada yön değiştirir: Kullanıcı, zamanını ve dikkatini nasıl kullanacağına yeniden kendisi karar vermeye çalışır; katılımın zorunluluk değil, seçilebilir bir pratik olduğunu hatırlatır. Bu bağlamda dijital minimalizm, kullanımın azaltılmasıyla sınırlı kalmaz; platformların süreklilik beklentisine karşı kurulan bir mesafe pratiği olarak da yorumlanabilir. Kullanıcı akıştan tümüyle çekilmese bile onun ritmine bütünüyle teslim olmaz; etkileşimin temposunu kendi gündelik düzeniyle yeniden ayarlamaya çalışır. Böylece dijital alandaki katılım, kesintisiz görünürlük ve sürekli bağlantı zorunluluğunun ötesinde, farklı yoğunluklarda sürdürülebilen bir ilişki biçimi olarak ortaya çıkar.

3.4. Alternatif Pratikler ve Platformlar

Mikro direniş yalnızca geri çekilme biçiminde ortaya çıkmaz. Alternatif platform arayışları da bu müzakerenin bir parçasıdır. Merkezi sosyal medya ağları yerine daha küçük, topluluk temelli ya da açık kaynaklı platformlara

yönelme, görünürlük ve veri politikalarıyla kurulan ilişkiyi değiştirebilir. Treré ve Mattoni (2016) alternatif dijital medya pratiklerinin yalnızca içerik üretiminde değil, altyapı tercihlerinde de politik anlam taşıdığını belirtir. Kullanıcılar, yönedikleri platformlar aracılığıyla dijital alan içinde belirli bir konumlanmış üretir. Bu tercih her zaman radikal bir kopuş anlamına gelmez ancak görünürlük ve veri rejimiyle kurulan ilişkinin yeniden tartışılmasına yöneltebilir. Alternatif pratikler arasında anonim hesap kullanımı, içerik üretim sıklığını bilinçli olarak azaltma, kolektif hesaplar açma ya da belirli metrikleri görünmez kılma gibi stratejiler de sayılabilir.

3.5. Direnişin Sınırları

Mikro direniş biçimleri, dijital alanın yapısal güç ilişkilerini askıya almaz; algoritmik sıralama, veri ekonomisi ya da platform kapitalizmi bu pratiklerle doğrudan çözülmez (Avalle ve ark., 2024, s. 582). Bununla birlikte filtreleme, geri çekilme ya da minimalizm gibi gündelik stratejiler, kullanıcının bütünüyle edilgen bir özne olmadığını gösterir. Dijital alanın belirleyici işleyişi sürerken bu işleyişle kurulan ilişkinin tonu ve mesafesi değiştirilebilir (Bucher, 2018). Mikro politika, görünürlüğün dağılımında olduğu kadar, görünmez kalmayı seçme hakkının kullanımında da belirir. Daha az üretmek, daha az paylaşmak ya da belirli içerik akışlarından bilinçli biçimde uzak durmak, dikkat rejimiyle kurulan ilişkiye yönelik sessiz bir yeniden konumlanıştır. Kaun ve Treré'nin (2020) işaret ettiği gibi, bağlantıyı kesme ya da azaltma pratikleri, hız ve süreklilik normlarına yöneltilmiş bir karşı-politik potansiyel taşır. En nihayetinde mikro direniş büyük kırılmalar üretmez; küçük ayarlamalarla işler. İçerik filtreleme, hesap kapatma, dijital minimalizm ve benzeri pratikler, görünürlük rejimiyle kurulan ilişkinin yeniden müzakere edilmesidir. Bu müzakere her zaman radikal değildir; fakat dijital iletişimin gündelik deneyiminde anlamlı bir yer tutar.

Sonuç Yerine

Bu çalışma, dijital iletişimi makro yapılar üzerinden okuma eğiliminden kaçınmaya çalışarak gündelik etkileşimlerde dolaşıma giren mikro güç ilişkilerine odaklanmayı önermiştir. Platform tasarımı, görünürlük rejimleri, kullanıcılar arası hiyerarşiler, direniş ve müzakere pratikleri teknik tercihler gibi sunulsa da dijital kamusal alanın sınırlarını belirleyen politik düzenekler olarak işler. Güç, merkezî bir iradeden çok tekrar eden küçük ayarlamalar, metrikler ve sıralama mantıkları aracılığıyla dolaşıma girer. Dijital iletişimin politik boyutu çoğu zaman sıradan görünen düzenlemelerde açığa çıkar.

Takipçi sayıları, beğeni metrikleri, algoritmik öneri sistemleri ve kullanıcı pratikleri birlikte işleyen bir mikro-iktidar ağı üretir. Bu ağ görünürlüğü dağıtır, normları pekiştirir ve kabul edilebilir olanın sınırlarını çizer. Yapı bütünüyle

kapalı değildir. Kullanıcıların filtreleme, geri çekilme, dijital minimalizm ya da alternatif platform tercihleri gibi gündelik stratejileri, bu rejimle kurulan ilişkinin yeniden müzakere edilebildiğini gösterir. Mikro politika, gç ile karşı-gücünün büyük kırılmalar yerine küçük konum alışlar üzerinden şekillendiği bir temas noktasında belirir.

Dijital iletişim, tek yönlü bir yönlendirme alanı olarak kavranamaz. Akışı belirleyen teknik işleyişler kadar, bu işleyişlerle kurulan kullanıcı ilişkileri de belirleyicidir. Küçük müdahaleler ve sınırlı tercihler, dijital alanın bütünüyle sabitlenmiş olmadığını hatırlatır. Bu nedenle dijital iletişimin politikası, büyük yapılar kadar gündelik düzenlemelerde aranmalıdır.

Bu çerçevede dijital iletişim alanını yalnızca altyapıların ya da kullanıcı tercihlerinin belirlediği bir ortam olarak düşünmek yetersiz kalır. Asıl dikkat çekici olan, platform düzenlemeleri ile gündelik pratiklerin birbirini sürekli olarak yeniden üretmesidir. Platformların görünürlük mantıkları, kullanıcıların içerik üretme ve dolaşıma sokma biçimlerini sessizce yönlendirirken kullanıcıların bu mantıkla kurdukları ilişkiler de platform ekonomisinin sınırlarını etkiler. Böylece dijital alan, sabit bir düzen yerine sürekli ayarlanan bir ilişkisellikler ağı olarak ortaya çıkar. Bu çalışmada tartışmaya sunulan mikro politika ile güç ilişkilerinin tam da bu nedenle önemli olduğu düşünülmektedir. Gç ve hiyerarşik ilişki, büyük kurumsal kararlar kadar arayüz düzenlemelerinde, metriklerin yorumlanma biçimlerinde ve kullanıcıların küçük taktiklerinde dolaşıma girer. Bu nedenle dijital iletişimin politik analizi, yalnızca platformların makro etkilerine değil, görünüşte sıradan olan bu gündelik ayarlamaların nasıl bir kamusallık ürettiğine de dikkat kesilmelidir.

Bu çalışmada ele alınan kavramsal çerçeve elbette ampirik çalışmalarla genişletilebilir. Farklı platformlarda görünürlük metriklerinin kullanıcı davranışlarını nasıl yönlendirdiğine dair karřılařtırılmalđ araştırmalar, mikro güç ilişkilerinin işleyişini bu makale boyunca sürdürülmesi hedeflenen kavramsal tartışmadan daha somut biçimde ortaya koyabilir. Dijital minimalizm, bağlantıyı kesme pratikleri ve alternatif platform gçlerinin uzun vadeli etkileri incelenebilir. Algoritmik tasarım ile kullanıcı tahayyülleri arasındaki etkileşime odaklanan nitel çalışmaların dijital alanın mikro politikasını daha ayrıntılı biçimde anlamaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abidin, C. (2020). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77-103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Acar, N. & Gülnar, B. (2023). İletişim bilimlerinde yeni bir kavram: “sosyal ağ yorgunluğu”. *Etkileşim*, (12), 506-524.
- Akmeşe, B. & Taşcıoğlu, R. (2025). İptal kültürü teorisi: İlgili literatür üzerine teorik bir inceleme. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 372-386.
- Ananny, M. & Crawford, K. (2018). Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. *New Media & Society*, 20(3), 973-989. <https://doi.org/10.1177/1461444816676645>
- Avalle, M., Di Marco, N., Etta, G., Sangiorgio, E., Alipour, S., Bonetti, A., Alvisi, L., Scala, A., Baronchelli, A., Cinelli, M., & Quattrocio, W. (2024). Persistent interaction patterns across social media platforms and over time. *Nature*, 628(8008), 582–589. <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07229-y>
- Barron, A. C., Woodyatt, L., Thomas, E. F., Loh, J. E. K., & Dunning, K. (2023). Doing good or feeling good? Justice concerns predict online shaming via deservingness and schadenfreude. *Computers in Human Behavior Reports*, 11, 100317. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100317>
- Bishop, S. (2020). Algorithmic Experts: Selling Algorithmic Lore on YouTube. *Social Media + Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305119897323>
- Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30–44. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086>
- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. NY: Oxford University Press.
- Cammaerts, B. & Mansell, R. (2020). Digital platform policy and regulation: toward a radical democratic turn. *International Journal of Communication*, 14, 135-154.
- Chen, A. T., Dunn, L., Fan, W., & Agrawal, N. (2025). Audience responses to online public shaming in online environments: Mixed methods study. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e67923. doi:10.2196/67923
- Citron, D. K. (2016). *Hate crimes in cyberspace*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895-913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- Gillespie, T. (2020). Content moderation, AI, and the question of scale. *Big Data & Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/2053951720943234>

- Hollander, E. (2025). Activist influencing: therapeutic micro-politics and platformed cultural production. *Feminist Media Studies*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/14680777.2025.2564114>
- Kaun, A., & Trer , E. (2020). Repression, resistance and lifestyle: charting (dis) connection and activism in times of accelerated capitalism. *Social Movement Studies*, 19(5-6), 697-715. <https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1555752>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2018). The end of media logics? On algorithms and agency. *New Media & Society*, 20(12), 4653-4670. <https://doi.org/10.1177/1461444818779750>
- Kk, A. (2025). Post-kamusal ağda bilgi iktidarı: Algoritmik filtreleme ve ortak akıl krizi. *İmgelem: Yeni Medya alışmaları*, 869-898. <https://doi.org/10.53791/imgelem.1708061>
- Livingstone, S. (2008). Engaging with media: A matter of literacy? *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 51-62. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2007.00006.x>
- Matamoros-Fernández, A., & Farkas, J. (2021). Racism, Hate Speech, and Social Media: A Systematic Review and Critique. *Television & New Media*, 22(2), 205-224. <https://doi.org/10.1177/1527476420982230>
- Meythaler, A., Krause, H. V., Baumann, A., Krasnova, H., & Thatcher, J. B. (2025). The rise of metric-based digital status: an empirical investigation into the role of status perceptions in envy on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 34(1), 94-121. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2023.2290707>
- Montag, C. & Hegelich, S. (2020). Understanding Detrimental Aspects of Social Media Use: Will the Real Culprits Please Stand Up?. *Frontiers in Sociology*, 5, 599270. doi: 10.3389/fsoc.2020.599270
- Newport, C. (2019). *Digital minimalism: Choosing a focused life in a noisy world*. NY: Penguin.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. NY: New York University Press.
- Nwaimo, C., Adegbola, A., & Adegbola, M. (2024). Data-driven strategies for enhancing user engagement in digital platforms. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(6), 1854-1868. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i6.1170>
- Odell, J. (2019). *How to do nothing: Resisting the attention economy*. Brooklyn, NY : Melville House.
-  zdemir, O., & Erten, P. (2025). Ergen, Gen ve Gen Yetişkinlerde Dijital Tkenmişlik Durumunun İncelenmesi. *Bati Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 16(2), 2915-2941. <https://doi.org/10.51460/baebd.1613501>

- Pedrero-Esteban, L. M., & Barrios-Rubio, A. (2024). Digital communication in the age of immediacy. *Digital*, 4(2), 302-315. <https://doi.org/10.3390/digital4020015>
- Pilatti, G. R., Pinheiro, F. L., & Montini, A. A. (2024). Systematic literature review on gig economy: Power dynamics, worker autonomy, and the role of social networks. *Administrative Sciences*, 14(10), 267. <https://doi.org/10.3390/admsci14100267>
- Roldan, C. J. L., Ong, A. K. S., & Tomas, D. Q. (2024). Cancel culture in a developing country: A belief in a just world behavioral analysis among Generation Z. *Acta Psychologica*, 248, 104378. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104378>
- Saikia, S. Y., & Saikia, B. (2025). The female body as a contested terrain: Micropolitics of everyday and agency. *Journal of South Asian Research*, 3(1), 187-203. <https://doi.org/10.47509/JSAR.2025.v03i01.10>
- Saint-Louis, H. (2021). Understanding cancel culture: Normative and unequal sanctioning. *First Monday*, 26(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.10891>
- Skivko, M., Korneeva, E., & Kolmykova, M. (2020, May). Digital minimalism as a leading limitation of media communications in the heyday of digital culture. *6th International Conference on Social, economic, and academic leadership (ICSEAL-6-2019)* içinde (ss. 61-67). Atlantis Press.
- Syvertsen, T., & Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(5-6), 1269-1283. <https://doi.org/10.1177/1354856519847325>
- Thompson, J. D., & Cover, R. (2022). Digital hostility, internet pile-ons and shaming: A case study. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(6), 1770-1782. <https://doi.org/10.1177/13548565211030461>
- Treré, E., & Mattoni, A. (2016). Media ecologies and protest movements: main perspectives and key lessons. *Information, Communication & Society*, 19(3), 290-306. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109699>
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. NY: Oxford University Press.
- Wies, S., Bleier, A., & Edeling, A. (2023). Finding Goldilocks influencers: How follower count drives social media engagement. *Journal of Marketing*, 87(3), 383-405. <https://doi.org/10.1177/00222429221125131>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Hemşirelik Öğrencilerinde İletişim ve Empati Becerilerini Geliştirmeye Yönelik Kanıt Temelli Müdahaleler

Şeyma Zübeyde Albakır¹

Oytun Efe Toy²

Birgül Özkan³

Özet

Hemşirelik öğrencileri hastalarıyla terapötik ilişkiler kurmaktadır ve geleceğin hemşirelik profesyonelleri olarak etkili iletişim ile empati becerileri konusunda eğitim almaları gerekmektedir. Bu sistematik incelemenin amacı, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahalelerin etkisini ortaya koymaktır. Araştırma 2016-2026 yılları arasında, hemşirelik öğrencilerinde iletişim becerileri ve empati becerilerini geliştirmek üzerine yapılmış olan deneysel, randomize kontrollü araştırma ve karma müdahaleleri içeren çalışmaları kapsamaktadır. Çalışma Yüksek Öğretim Kurulu Dokümantasyon Yayın ve Daire Başkanlığına ait veri tabanından tam metnine ulaşılabilen tezlerle yürütülmüştür. Araştırmada iletişim becerileri ve empati becerileriyle ilişkili 1760 teze ulaşılmıştır. Bu tezlerden hemşirelik alanında yapılmış 150 çalışma belirlenmiş, müdahale programı içeren 10 tez incelenmiştir. Araştırmada, “iletişim becerileri”, “communication skills”, “empati”, “empathy”, ve “hemşirelik”, “nursing” terimleriyle kombinasyonlar yapılarak tarama yürütülmüştür. Değerlendirme ölçütlerini karşılayan toplam 10 tez, PICO (S)’a (P: population), (I: interventions), (C: comparators), (O: outcomes), (S: study designs) göre incelenmiştir. Araştırma kapsamına alınan tezlerde en fazla doktora (n=9) tezine rastlanırken, yüksek lisans

- 1 Arş. Gör., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Psikiyatri Hemşireliği A.D., seymaalbakir@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1809-010X
- 2 Hemşirelik Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü, oytunefetoy@gmail.com, ORCID ID: 0009-0008-0471-9270
- 3 Prof. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Psikiyatri Hemşireliği A.D., ozkanbirgul7@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1271-8007

tezine (n=1) çok az rastlanılmıştır. Tezlerin en çok 2024 yılında (n=3), Hemşirelik Anabilim Dalı'nda olduğu (n=6), en çok Randomize Kontrollü Deneysel Araştırma (n=8) olduğu ve 2 çalışmanın karma yöntemde olduğu belirlenmiştir. Uygulanan müdahalelerin; öğrencilerin bilgi beceri düzeylerini arttırdığı, öğrencilerin hasta ve hasta yakınlarıyla empati yapma, problem çözüme, iletişim başlatma-devam ettirme, özgüven ve atılganlık becerilerinin gelişimi üzerinde pozitif yönde etkili olduğu görülmüştür. Hemşirelik öğrencilerinde iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik yenilikçi yöntemleri eğitim süreçlerine entegre eden ve niteliksel çalışmaların etkilerini değerlendiren müdahale çalışmalarının artırılması önerilmektedir.

1. Giriş

Hemşirelikte empati ve iletişim kavramları, hemşirelik öğrencileri için temel ve kritik beceriler arasında yer almakta olup, iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik müdahalelerin mesleki beceri gelişimini destekleyici önemli katkılar sağladığı belirtilmektedir (Li et al., 2025). Hemşirelik öğrencilerinin klinik ortamlarda karşılaşabilecekleri çok boyutlu ve karmaşık durumlar dikkate alındığında, hasta bakım sürecinin etkili ve nitelikli biçimde yürütülebilmesi için iletişim ve empati becerilerinin kazandırılmasının gerekliliği vurgulanmaktadır (Gutierrez-Puertas et al., 2020). Kişilerarası ilişkiler kuramında Peplau, danışanlarla çalışırken yararlı bir gözlem biçimi olarak “empatik bağlar”dan, yani başkasının duygularını hissedebilme yetisinden söz etmektedir (Alligood, 2018, p. 48). Travelbee, empatiyi insan-insana ilişki modeline dâhil etmiş ve onu “başka bir kişinin entelektüel ve duygusal olarak kavranması” şeklinde tanımlamıştır (Meleis, 2011, p. 365). Hemşirelik öğrencileri hastalarıyla terapötik ilişkiler kurmaktadır ve geleceğin hemşirelik profesyonelleri olarak yetiştirilmeleri gerekmektedir (Kiani, Balouchi & Shabsavani, 2016). Hemşirelik profesyonelleri, mesleki bilgi birikimlerini ve teknik becerilerini, bakım sürecinin etik ve duygusal boyutlarıyla sentezleyerek hastayla kurdukları etkileşimi şekillendirebilmeleri için hastaya bütüncül (holistik) bir bakış açısıyla yaklaşabilmeleri, eleştirel düşünme becerisine sahip olmaları ve tedavi edici (terapötik) iletişim tekniklerini empati ile harmanlayarak kullanabilmeleri gerektiği vurgulanmaktadır (Arzu & Kıvanç, 2024). İnsan ilişkilerinin merkezinde yer alan iletişim, hemşirelik uygulamalarının temel dinamiklerinden biri ve bakım sürecinin temel unsurları arasında yer almaktadır (Bramhall, 2014). Mesleki eğitim süresince farklı yöntemlerle geliştirilebilen ve sağlıklı bir etkileşimin ön koşulu olarak belirtilen empati yeteneği de hastaların duygularını ve düşüncelerini daha rahat ifade etmelerine zemin hazırlamaktadır (Bilge & Bilge, 2017; Levett-Jones, Cant, & Lapkin, 2019). Tüm bu yönleriyle değerlendirildiğinde, hemşirelikte kurulan nitelikli iletişimin, tedavi sürecini

destekleyen terapötik bir güce sahip olduğu görülmektedir (Molu, Ceylan & Özcan, 2019).

Bu bağlamda hem öğrencilerin eğitim gereksinimlerini hem de hastaların ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla hemşirelik öğrencilerinde iletişim ve empati becerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir (Cho & Kim, 2024). İletişim ve empati becerileri hemşirelerin hastaların gereksinimlerine uygun şekilde yanıt vermelerini sağlamalarına olanak tanımaktadır (Ko, Seo, Lee, Ha, Kim, & Park, 2025). Bu doğrultuda, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik müdahalelerin, hemşirelerin iletişim ve empati becerilerini geliştirip geliştirmediği sorusu gündeme gelmektedir.

1.1. Amaç:

Bu çalışmanın amacı, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerinin geliştirilmesine yönelik kanıt temelli müdahaleleri sistematik bir çerçevede incelemek, söz konusu müdahalelerin etkililiğini değerlendirmek ve elde edilen bulguları eleştirel bir bakış açısıyla bütüncül olarak analiz etmektir.

2. Yöntem:

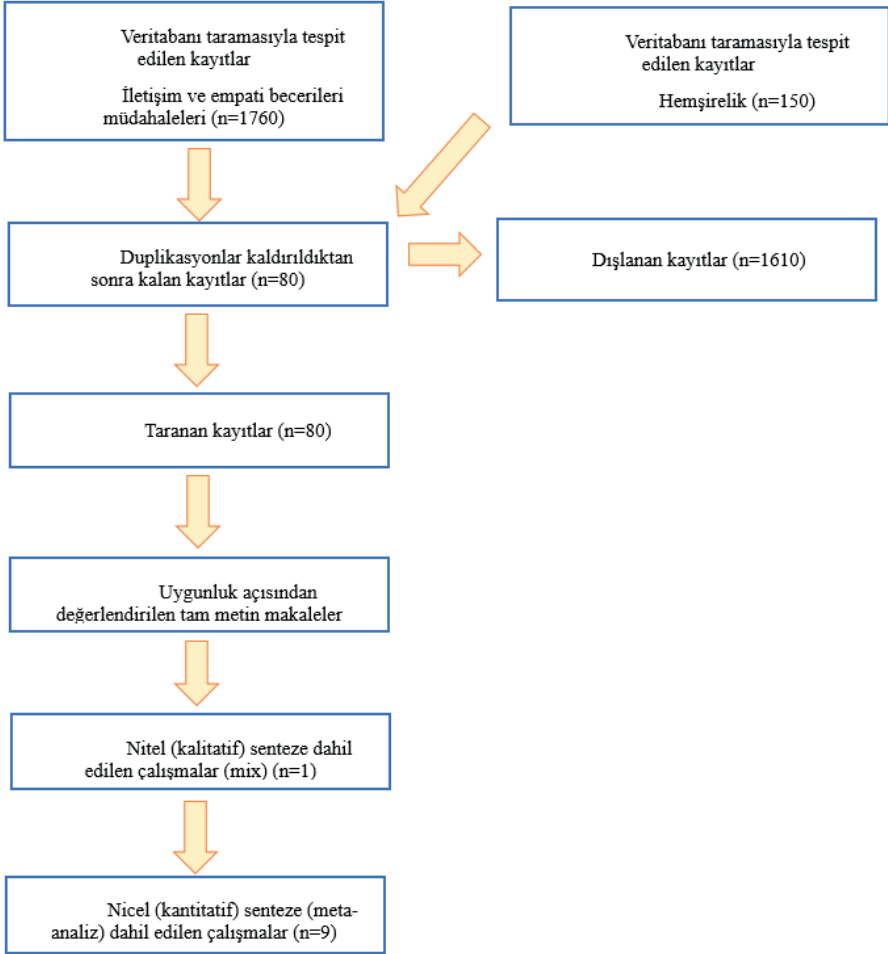
Araştırma 2016-2026 yılları arasında, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri içeren çalışmalarla yapılmış bir sistematik derlemedir. Çalışma, Sistematik derlemenin raporlaması Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) akış şemasına uygun olarak yapılmıştır (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses [PRISMA], 2020). Çalışma süreci; tarama kayıt, eleme, uygunluk değerlendirme, veri çıkarma, sentez ve kayıt aşamaları PRISMA akış şemasına göre yürütülmüştür (Şekil 1). Araştırma sorusu PICO (S) (P(Population), I(Intervention), C (Comparison), O (Outcome) S (Study Designs)) modeline göre oluşturulmuştur (Tablo 1). Bu doğrultuda araştırma sorusu ‘Hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri içeren son 10 yılda yapılmış lisansüstü çalışmaların kapsam ve içeriği nedir?’ olarak belirlenmiştir. Çalışma, Yüksek Öğretim Kurulu Dokümantasyon Yayın ve Daire Başkanlığına ait veri tabanından tam metnine ulaşılabilen tezlerle yürütülmüştür. Araştırmada, “iletişim becerileri”, “communication skills”, “empati”, “empathy”, ve “hemşirelik”, “nursing” terimleriyle kombinasyonlar yapılarak tarama yürütülmüştür. Araştırmaya dahil edilme kriterleri olarak; 2016-2026 yılları arasında yapılmış olma, hemşirelik alanında yapılmış olma, tam metin erişime açık olma, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri içermiş olması uygulanmıştır. Araştırmadan dışlama kriterleri olarak; hemşirelik dışı çalışmalar,

açık erişim olmayan çalışmalar ve 2016 yılı öncesinde yapılmış çalışmalar olarak belirlenmiştir. Araştırmada iletişim becerileri ve empati becerileriyle ilişkili 1760 teze ulaşılmıştır. Bu tezlerden hemşirelik alanında yapılmış 150 çalışma belirlenmiş, müdahale programı içeren 10 tez incelenmiştir.

Değerlendirme ölçütlerini karşılayan toplam 10 tez, PICO (S)’a (P: population), (I: interventions), (C: comparators), (O: outcomes), (S: study designs) göre incelenmiştir. Veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen soru formuna göre değerlendirilmiştir. Bu sorular; araştırmacının adı, yıl, yazar ve alan, tür, yöntem ve desen, örneklem ve araştırma sonuçlarından oluşmaktadır (Tablo 2). Her bir tarama araştırmacılar tarafından kontrol edilmiştir. Ardından araştırmacılar ilgilenilen verileri, veri çekme aracı doğrultusunda değerlendirmiştir. Araştırmacının amacına uygun olmadığı sonucuna ulaşılan kaynakların ise çıkarımı sağlanmıştır. Bu çalışma yayınlanmış lisansüstü çalışmalar üzerinden yürütüldüğü için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

Tablo 1. PICOS Araştırmasında Kullanılan Arama Terimleri

PICOS	Arama Terimleri
P (Population)	2016–2026 yılları arasında Yüksek Öğretim Kurulu Dokümantasyon Yayın ve Daire Başkanlığı veri tabanında yer alan, tam metnine ulaşılabilen hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri içeren çalışmalar; hemşirelik alanında yapılmış 150 tez; müdahale gruplarına psikososyal yaklaşım içeren program uygulanmış 10 tez.
I (Interventions)	Hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli yaklaşım içeren programlar (deneysel randomize kontrollü araştırma ve karma müdahaleler).
C (Comparators)	Müdahale uygulanmayan kontrol grupları
O (Outcomes)	İletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik sonuç değişkenleri; iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik müdahalelerin etkisini değerlendiren ölçek puanları ve ölçme araçlarıyla belirlenen çıktılar.
S (Study designs)	Değerlendirme ölçütlerini karşılayan toplam 10 tez; deneysel, yarı deneysel veya karma (mix) metot.



Şekil 1. PRISMA Akış Şeması

Source: Page MJ, et al. (2021). *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

This work is licensed under CC BY 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

3. Bulgular:

Bu sistematik derlemede Yüksek Öğretim Kurulu Dokümantasyon Yayın ve Daire Başkanlığına ait veri tabanından taranan ve dahil edilme kriterlerini karşılayan tam metnine ulaşılabilen, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri içeren 10 lisansüstü tez incelenmiştir.

Tablo 2. Araştırmaya Dahil Edilerek Değerlendirilen Tezlerin Özellikleri

Araştırmannın Adı	Yıl	Yazar ve Alan	Tür	Yöntem ve Desen	Örneklem	Sonuçlar
Hümanistik Hemşirelik Bakımı Eğitiminin Öğrenci Hemşirelerin Empati Düzeyi ve Hümanist Davranma Becerileri Üzerine Etkisi	2025	ABLAĞ, N., Hemşirelik Esasları Anabilim Dalı	Yüksek Lisans	Randomize kontrollü yarı deneysel çalışma	135 hemşirelik I. sınıf öğrencisi 68 uygulama 67 kontrol grubu	Hümanistik Hemşirelik Bakımı Eğitiminin, öğrencilerin empati düzeyleri ve hümanist davranışları üzerinde geliştirici bir etki oluşturduğu saptanmıştır.
Metaverse evreninde geliştirilen emzirme danışmanlığı eğitim modelinin hemşirelik öğrencilerinin danışmanlık becerisi, bilgi ve empati düzeylerine etkisinin değerlendirilmesi	2024	Güvenç, G., Kadın Hastalıkları ve Doğum Hemşireliği Anabilim Dalı	Doktora	Randomize kontrollü tek kör çalışma	I 11 son sınıf hemşirelik öğrencisi Müdahale 55 Kontrol 56	Metaverse tabanlı emzirme danışmanlık eğitimi (Lacta Verse) uygulamasının, hemşirelik öğrencilerinin emzirme bilgisi ve danışmanlık becerilerinin geliştirilmesinde etkili olduğu belirlenmiştir.
Hemşirelik Öğrencilerinde Öz-Farkındalık ve Empati Becerisi Gelişiminde Simülasyona Dayalı Deneyimin Etkisi	2024	Kaya, G., Hemşirelik Esasları Anabilim Dalı	Doktora	Randomize kontrollü deneysel çalışma	80, 4. Sınıf hemşirelik öğrencileri Deney 40 Kontrol 40	Hemşirelik öğrencilerine yönelik Geriatrik İlaç Oyunu Simülasyon Uygulamasının, hasta odaklı bakım anlayışı çerçevesinde empati geliştirilmesine katkı sağlayan etkili bir öğretim yöntemi olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, öğrencilerin yaşlı bireylere ilişkin algı düzeylerinde artış sağladığı ve simülasyon deneyiminin öğrenme sürecine yönelik memnuniyet ile özgüven düzeylerini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.
Yoğun Bakım Hastası İle İletişimde Standart Hasta Simülasyon Yönteminin Hemşirelik Öğrencilerinin İletişim Becerileri, Memnuniyet ve Öğrenmede Kendine Güven Düzeylerine Etkisi	2024	Demiran, Ü., Hemşirelik Anabilim Dalı	Doktora	Ön test-son test ölçümlü randomize kontrollü deneysel araştırma	76 hemşirelik öğrencisi 38 müdahale 38 kontrol	Standart hasta simülasyon yönteminin, müdahale grubunda yer alan öğrencilerin yoğun bakım hastalarıyla kurdukları iletişim becerilerini güçlendirdiği; öğrenme sürecine yönelik memnuniyet ve öz güven düzeyleri üzerinde de olumlu etkiler oluşturduğu belirlenmiştir.

<p>Standart Hasta ile Zenginleştirilmiş Mikro Öğretim Yöntemiyle Verilen Palyatif Bakımda Semptom Yönetiminin Öğretiminin Hemşirelik Öğrencilerinin Bilgi, Yanıstıcı Düşünme Düzeyi ve Terapötik İletişim Becerileri Üzerine Etkisi</p>	<p>2023</p>	<p>Tayaz, E., Hemşirelik Anabilim Dalı</p>	<p>Doktora</p>	<p>Randomize kontrollü ön-test, son-test müdahale çalışması</p>	<p>Hemşirelik bölümü 4. sınıfta eğitim gören gönüllü 40 öğrenci 20 müdahale 20 kontrol</p>	<p>Standart hasta ile desteklenen mikro öğretim yaklaşımı kapsamında verilen palyatif bakımda semptom yönetimi eğitiminin, öğrencilerin yanıstıcı düşünme becerileri ile terapötik iletişim becerilerinin geliştirilmesine katkı sağladığı belirlenmiştir.</p>
<p>Öykü Kuramı'na Temellendirilmiş Engelli Dostu Hemşirelik Eğitimi Programı'nın Hemşirelik Öğrencilerinin Empatik Eğilimleri ve Bakım Vermeye Yönelik Yeterlilik Algıları Üzerine Etkisi</p>	<p>2023</p>	<p>Soner, G., Hemşirelik Anabilim Dalı</p>	<p>Doktora</p>	<p>Karma yöntemler araştırması türlerinden çok aşamalı değerlendirme deseni kullanılmıştır. Araştırmanın nicel boyutunda, randomize kontrollü tek kör ön test-son test deneme modeli, nitel boyutunda ise fenomenolojik görüşme ve doküman inceleme kullanılmıştır.</p>	<p>60 hemşirelik 4. sınıf öğrencisi 30 müdahale 30 kontrol grubu</p>	<p>Deney grubundaki öğrencilere uygulanan Öykü Kuramı temelli Engelli Dostu Hemşirelik Eğitimi Programının, hemşirelik öğrencilerinin engelli bireylere ilişkin empatik yönelimlerini güçlendirdiği ve engelli bireylere bakım sunmaya ilişkin yeterlilik algılarının olumlu yönde etkilendiği belirlenmiştir.</p>
<p>Psikiyatri Hemşireliği Eğitiminde Travelbee'nin "İnsan İnsana İlişki" Kuramına Temellendirilmiş Yaratıcı Drama Yönteminin Kaygı, Empati ve İletişim Becerilerinin Geliştirilmesine Etkisi</p>	<p>2022</p>	<p>Uzunhasanoğlu, G., Hemşirelik Anabilim Dalı</p>	<p>Doktora</p>	<p>Randomize kontrollü deneysel yöntem</p>	<p>Hemşirelik Bölümünün dördüncü Sınıfında okuyucu 26 öğrenci 13 müdahale 13 kontrol grubu</p>	<p>Travelbee'nin insan-insana ilişki kuramından hareketle oluşturulan yaratıcı drama temelli eğitim programının, hemşirelik öğrencilerinin bilgi ve beceri düzeylerinde artış sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin psikiyatri hastaları ve hasta yakınlarıyla empati kurabilme, iletişimi başlatma ve sürdürülebilir becerilerinin güçlendiği; önyargı ve kaygı düzeylerinde ise azalma olduğu saptanmıştır.</p>

Yaratıcı Düşünme Tekniklerine Dayalı Geliştirilen Müdahale Programının Hemşirelik Öğrencilerinin Problem Çözme ve İletişim Becerilerine Etkisi	2022	Özel, Y. Hemşirelik Anabilim Dalı	Doktora	Ön test- son test randomize kontrol gruplu deneysel çalışma	56 Hemşirelik 1. sınıf öğrencisi, 28 müdahale 28 kontrol grubu	Yaratıcı düşünme teknikleri temel alınarak geliştirilen müdahale programının, hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve problem çözme becerileri üzerinde geliştirici bir etki oluşturduğu görülmüştür.
Hemşirelik Öğrencilerine Yapılan Eğitim ve Empatik Oyunun HIV Pozitif Bireylere Karşı Tutumlarına Etkisi	2017	Deniz, E., Hemşirelik Anabilim Dalı	Yüksek Lisans	Randomize kontrollü deneysel çalışma	80 hemşirelik öğrencisi 40 deney 40 kontrol grubu	Hemşirelik öğrencilerine uygulanan empatik oyun ve eğitim müdahalelerinin, deney grubundaki öğrencilerde HIV/AIDS hastalığına yönelik bulaşma korkusu, olumsuz duygular ve profesyonel direnç düzeylerini anlamlı biçimde azalttığı belirlenmiştir. Ayrıca empatik oyunun, geleneksel eğitime kıyasla bulaşma korkusu, olumsuz duygular ve profesyonel direnç azaltılmasında daha güçlü bir etki oluşturduğu saptanmıştır.
Duygu Temelli Eğitim Programının Hemşirelik Öğrencilerinin Duyguları Fark Etme ve Empati Becerilerine Etkisi	2016	Şişman, F. N., Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı	Doktora	Randomize plasebo kontrol gruplu, tekrarlayan ölçümlü 3x3 (deney, kontrol, plasebo grubu x öntest, son test, izlem testi) deneysel bir çalışmadır	120, 2. sınıf hemşirelik öğrencileri, 40 deney 40 kontrol 40 plasebo grubu	Duygu temelli eğitim programının, hemşirelik öğrencilerinde duyguları fark edebilme, ifade edebilme ve empati becerilerinin geliştirilmesi açısından uygulanabilir ve etkili olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık, etkileşim grubu uygulamasının duyguları fark etme ve ifade etme becerileri üzerinde uzun vadeli bir etki oluşturmadığı, empati becerilerinin geliştirilmesinde ise yetersiz olduğu saptanmıştır.

Araştırma kapsamına alınan tezlerin üniversiteler arası dağılımına bakıldığında; İzmir Katip Çelebi Üniversitesi (n=1), Sağlık Bilimleri Üniversitesi (n=1), İstanbul Üniversitesi (n=2), Gazi Üniversitesi (n=1), Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi (n=3), Ondokuz Mayıs Üniversitesi (n=1), Gaziantep Üniversitesi (n=1) şeklindedir. Hepsi Sağlık Bilimleri Enstitüsü kapsamındadır Yüksek Lisans (n=2) ve doktora tezi (n=8) kapsamındadır. Tezlerin yıllara göre dağılımında; 2025 (n=1), 2024 (n=3), 2023 (n=2), 2022 (n=2), 2017 (n=1), 2016 (n=1) şeklindedir ve en çok 2024 yılında olduğu görülmüştür. Hemşirelik Esasları alanında (n=2), Kadın Hastalıkları ve Doğum Hemşireliği alanında (n=1), Psikiyatri Hemşireliği alanında (n=1) ve Hemşirelik Anabilim Dalı alanına özgü ise (n=6) olduğu, en çok Randomize Kontrollü Deneysel Araştırma (n=9) olduğu, Karma Yöntem ile yapılan (n=1) olduğu belirlenmiştir. Araştırmaların örneklem grubunun tamamını hemşirelik üniversite öğrencileri oluşturmuştur. Çalışma sonuçlarına bakıldığında; müdahale programlarının en az 3 oturumda, en fazla 10 oturumda; en az 46 dakika, en fazla 120 dakika süreyle uygulandığı görülmüştür. Tüm çalışmalarda girişim gruplarının ölçek puanlarında kontrol gruplarına göre anlamlı derecede artış sağlanmıştır. Tüm çalışmalarda hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik yapılan kanıt temelli müdahaleleri, öğrencilerin iletişim becerilerini ve empati becerilerini geliştirme yönünde olumlu etkilerinin olduğu görülmüştür.

4. Tartışma:

Bu çalışmada incelenen, Türkiye’de hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri içeren lisansüstü tez çalışmalarının sonuçlarına göre, bu alanda yürütülen çalışmaların sayısının sınırlı olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte incelenen tezlerin büyük çoğunluğunun doktora tezlerinden (n=8) oluştuğu görülmüştür. Ek olarak söz konusu tezlerde uygulanan müdahalelerin; öğrencilerin beceri gelişimi üzerinde olumlu etkiler oluşturduğu ve iletişim ile empati becerilerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptandığı belirlenmiştir (Tablo 2).

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında ise; Gutierrez-Puertas ve arkadaşlarının (2020), hemşirelik öğrencilerinin hastalarla iletişim becerilerini geliştirmeye yönelik eğitsel müdahaleler içerikli sistematik derleme çalışmasında; uygulanan müdahalelerin iletişim becerilerinde anlamlı sonuçlar elde etmesine rağmen, hangi yöntemin daha etkili olduğuna ilişkin kesin bir yargıya henüz ulaşamadığı görülmüştür. Cho ve Kim’in (2024), hemşirelik öğrencilerinde empatinin geliştirilmesinde simülasyon temelli müdahalelerin etkililiğini değerlendirdiği bir sistematik derleme ve meta-analiz çalışmasında; simülasyon temelli eğitimin hemşirelik öğrencilerinin genel empati becerilerini anlamlı

biçimde geliştirebileceği gösterilmiştir. Benzer şekilde Chua ve diğerlerinin sistematik derleme ve meta-analiz (2021) çalışmasında; sağlık alanındaki öğrencilerde empatinin geliştirilmesinde simülasyon temelli müdahalelerin (rol play, hastalık durumuna özgü simülasyonun) kullanımının, öğrencilerde empatiyi geliştirmede etkili olduğu gösterilmiştir. Yine Levett-Jones ve arkadaşlarının (2019), lisans hemşirelik öğrencileri için empati eğitiminin etkililiğine ilişkin yapmış olduğu bir sistematik derleme çalışmasında; etkili müdahalelerin, kırılğan hasta gruplarına odaklanan ve rehberli yansıtma fırsatları sunan yoğun ve deneyimsel simülasyonlar olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, araştırma tasarımlarının kanıt düzeyi ve öznel ölçümlerin kullanımı açısından sınırlı olduğu ifade edilmiştir.

Hemşirelik öğrencilerinde kullanılan empati eğitimi programının empati, iletişim becerileri ve duygusal yetkinlik üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmada; empati eğitimi programının, hemşirelik öğrencilerinde empati, iletişim ve duygusal yetkinliği etkili biçimde geliştirdiği görülmüştür (Ko et al., 2025). Başka bir çalışmada ikinci sınıf hemşirelik öğrencilerinde empati haritalama ve mini-simülasyonun empati ve iletişim öz-yeterliği üzerindeki etkilerini inceleyen bir çalışmada; öğrenme sürecinde empati haritalama ve mini-simülasyon yöntemlerinin kullanımının, öğrencilerin daha derin ve kapsamlı öğrenmelerini destekleyerek hem empatiyi hem de iletişimde özgüveni artırdığı vurgulanmıştır (Huang et al., 2025). Farkındalık temelli meditasyon yoluyla hemşirelik öğrencilerinde şefkat, empati ve iletişimin geliştirilmesine yönelik yapılan bir çalışmada; şefkat meditasyonunun, hemşirelik öğrencilerinin şefkat, empati ve iletişim becerilerini geliştirdiği, mesleki ve duygusal gelişimlerini desteklediği belirlenmiştir (Şengül et al., 2025).

Drama ile bütünleştirilmiş iletişim becerileri eğitimine ilişkin bir çalışmada, hemşirelik öğrencilerinin öz etkililik düzeylerinde artış olduğu, ancak iletişim becerileri, empatik eğilimler ve eleştirel düşünme düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmadığı bildirilmiştir. Bu durumun, çalışma gruplarının genişliği ve uygulama süresinin sınırlı olmasıyla ilişkili olabileceği vurgulanmıştır (Molu, Ceylan & Özcan, 2019). Öte yandan, hemşirelik öğrencilerinin kanser hastalarına yönelik problem çözme eğitimi sonrasında gerçekleştirdikleri psikososyal müdahaleleri inceleyen bir çalışmada, öğrencilerin hasta bireye uygun bilgi sunma, etkin dinleme ve empati becerilerini kullanabilme ile hastanın psikolojik gereksinimlerini tanımlayabilme konularında farkındalık geliştirdikleri ve bu durumun bakım sürecine olumlu yansıdığı belirtilmiştir (Eskiyurt & Özkan, 2017).

5. SONUÇ

Bu sistematik derleme, Türkiye’de hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kullanılan kanıt temelli müdahalelerin etkililiğine ilişkin ön kanıtlar sunmaktadır. İncelenen çalışmalar, farklı eğitim yöntemlerinin kullanılmasıyla öğrencilerin empatik eğilimlerinin ve terapötik iletişim becerilerinin anlamlı düzeyde güçlendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle yapılandırılmış eğitim programları ve deneyim temelli öğretim yaklaşımlarının, öğrencilerin hasta ile kurdukları etkileşimi olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

Uygulanan müdahale programlarının, hemşirelik öğrencilerinin öğrenme sürecine yönelik memnuniyetlerini ve özgüven düzeylerini artırdığı; terapötik iletişim becerilerinin geliştirilmesinde eğitim programlarının etkili olduğu belirlenmiştir. Ek olarak söz konusu müdahalelerin, öğrencilerin bakım verme sürecine ilişkin yeterlilik algılarını olumlu yönde etkilediği ve problem çözme becerilerinin gelişimine katkı sağladığı görülmüştür. Bu programlar kapsamında öğrencilerin bilgi ve beceri düzeylerinde artış olduğu, psikiyatri hastaları ve hasta yakınlarıyla empati kurabilme, iletişimi başlatma ve sürdürülebilir becerilerinin güçlendiği, önyargı ve kaygı düzeylerinin azaldığı saptanmıştır. Bununla birlikte, öğrencilerin kendi duygularını fark edebilme ve ifade edebilme becerilerinin geliştirilmesinde de bu müdahalelerin uygulanabilir ve etkili olduğu ortaya konulmuştur. Sistematik derlemelere ilişkin belirlenmiş kılavuz (PRISMA) doğrultusunda araştırma yöntemlerinin titizlikle uygulanması, çalışmaların dâhil edilmesi ve dışlanması gibi değerlendirme ölçütlerinin iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak yapılması bu çalışmanın güçlü yönlerindedir. Çalışmanın sadece Türkiye’de yapılmış lisansüstü çalışmalar kapsamında yapılması, açık erişimi olmayan çalışmaların dışlanması, müdahalelerin etkisinin öğrencilerle yapılması ve hasta geri bildirimlerinin sınırlı olması bu çalışmanın sınırlılıklarındandır. Bu sınırlılıklara rağmen, çalışma hemşirelik öğrencilerinde iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik kanıt temelli müdahaleleri sistematik biçimde ele alarak literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda, kuramsal temelli, uzun dönem izlem içeren ve hasta perspektifini de kapsayan çalışmaların planlanması önerilmektedir.

5.1. Öneriler:

Hemşirelik öğrencilerinde iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Bu sayede, kuramsal çerçevelerle yönlendirilen ve daha tutarlı biçimde yapılandırılmış etkili eğitsel stratejiler aracılığıyla hemşirelik öğrencilerinin iletişim ve empati becerileri geliştirilebilir. Ayrıca, gelecekte yapılacak çalışmalarda hemşirelik öğrencileriyle kurulan

iletişime ve algılanan empatiye ilişkin hasta bakış açısının raporlanması da önem taşımaktadır. Hemşirelik öğrencilerinde iletişim ve empati becerilerini geliştirmeye yönelik bu tür kanıt temelli müdahalelerin yapılandırılmış hemşirelik eğitim programlarına entegre edilmesi, bireysel farkındalığı artırabilir, öğrencileri gelecekteki mesleki çalışma ortamlarına hazırlayabilir, mesleki dayanıklılığı güçlendirebilir ve hasta merkezli bakımın desteklenmesine katkı sağlayabilir. Müdahale yöntemlerinin, hemşirelik öğrencilerinin hastalarla iletişimini ve empati yeteneklerini geliştirdiği gösterilen literatürdeki diğer eğitsel stratejilerle birlikte kullanılması, iletişim ve empati becerilerinin daha da güçlendirilmesine katkı sağlayabilir.

Kaynaklar

- Alligood, M. R. (2018). The structure and analysis of specialized nursing knowledge. In M. R. Alligood (Ed.), *Nursing theorists and their work* (pp. 44–48). Elsevier.
- Arzu, S., & Kıvanç, Ç. (2024). Hemşirelerin empatik eğilim düzeylerinin ve iletişim becerilerinin eleştirel düşünmeye etkisi. *Bingöl Üniversitesi Sağlık Dergisi*, 5(1), 95–104.
- Bilge, Y., & Bilge, Y. (2017). Empati eğitim programının empatik eğilim düzeyi üzerindeki etkisinin incelenmesi: Sağlık meslek lisesi örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 607–614.
- Bramhall, E. (2014). Effective communication skills in nursing practice. *Nursing Standard*, 29(14), 53–59.
- Cho, M. K., & Kim, M. Y. (2024). Effectiveness of simulation-based interventions on empathy enhancement among nursing students: A systematic literature review and meta-analysis. *BMC Nursing*, 23(1), 319. <https://doi.org/10.1186/s12912-024-01927-6>
- Chua, J. Y. X., Ang, E., Lau, S. T. L., & Shorey, S. (2021). Effectiveness of simulation-based interventions at improving empathy among healthcare students: A systematic review and meta-analysis. *Nurse Education Today*, 104, 105000. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2021.105000>
- Eskiyurt, R., & Özkan, B. (2017). Hemşirelik öğrencilerinin kanser hastalarına yönelik problem çözme eğitimi sonrası yaptıkları psikososyal müdahalelerinin incelenmesi. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 3(2), 316–322.
- Gutierrez-Puertas, L., Marquez-Hernandez, V. V., Gutierrez-Puertas, V., Grana-dos-Gamez, G., & Aguilera-Manrique, G. (2020). Educational interventions for nursing students to develop communication skills with patients: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2241. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072241>
- Kiani, E., Balouchi, A., & Shahsavani, A. (2016). Investigation of nursing students' verbal communication quality during patients' education in Zahedan hospitals: Southeast of Iran. *Global Journal of Health Science*, 8(9), 331. <https://doi.org/10.5539/gjhs.v8n9p331>
- Ko, E. J., Seo, E. J., Lee, Y., Ha, J., Kim, S., & Park, J. H. (2025). The impact of an empathy education programme on empathy, communication skills and emotional competency in nursing students: A quasi-experimental study. *Nurse Education in Practice*, 85, 104364. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2025.104364>
- Levett-Jones, T., Cant, R., & Lapkin, S. (2019). A systematic review of the effectiveness of empathy education for undergraduate nursing students. *Nurse Education Today*, 75, 80–94. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2019.01.006>

- Li, X., Wei, R., Slatyer, S., & Rappa, N. A. (2025). Extended reality for enhancing communication skills in nursing education: A scoping review. *Teaching and Learning in Nursing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.teln.2025.01.004>
- Meleis, A. I. (2011). *Theoretical nursing: Development and progress* (5th ed.). Lippincott Williams & Wilkins. 360-366.
- Molu, N. G., Ceylan, B., & Özcan, F. Y. (2019). Drama ile bütünleştirilmiş iletişim becerileri eğitiminin hemşirelik öğrencilerinin iletişim becerileri, öz-yeterlik ve empatik eğilim düzeylerine etkisi. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 13–26.
- Şengül, T., Özkan, A., Eminoğlu, A., Shoqirat, N., Singh, C., Mahasneh, D., & Kirkland-Kyhn, H. (2025). Enhancing nursing students' compassion, empathy and communication through mindfulness-based meditation: A mixed-methods study. *Nursing Open*, 12(11), e70325. <https://doi.org/10.1002/nop2.70325>

Mahremiyet Algısı Bağlamında Sosyal Medya ve Dijital İzleme Perspektifi

Yasemin Sarıçam¹

Özet

Bu çalışma Instagram, WhatsApp, Facebook ve X platformlarının kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarını betimsel içerik analizi yöntemiyle inceleyerek dijital gözetim pratiklerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Veri toplama, kullanıcı rızası ve paylaşım süreçlerinin meşruiyet zemini olarak yapılandırılırken, sorumluluk ve riskler büyük ölçüde kullanıcıya yüklenmektedir. Sözleşmelerdeki muğlak ve belirsiz ifadeler, platformlara geniş takdir yetkisi tanırken kullanıcıların veri kullanımını öngörmesini güçleştirmektedir. Sonuç olarak, kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları, dijital gözetimi görünmez hâle getiren ve kullanıcı rızası üzerinden meşrulaştıran temel araçlar olarak işlev görmektedir. Bu bulgular, gözetim pratiklerinin yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda hukuki ve söylemsel süreçlerle desteklendiğini ortaya koymaktadır.

GİRİŞ

Gözetim toplumu; bireylerin hareketleri, davranışları, istek ve tercihlerinin bir şekilde toplanarak işlendiği çok katmanlı bir yapıyı temsil etmektedir. Gözetim olgusu sadece modern süreçlerle ilişkilendirilemez. Çünkü gözetimin tarihi insanlığın var oluşuna kadar dayanmaktadır. (Foucault 2011: 133) Tüm tarihsel süreçlerde gerekçe olarak denetim ve güvenlik ihtiyaçları ön plana konulmuştur. Ancak gelişen ve dönüşen iletişim teknolojileri kapsamında gözetimin amacı ve mantığı da değişime uğramıştır. Veri izleme, toplama ve işleme süreci teknoloji aracılığıyla doğrudan takibin yapıldığı anlayıştan uzaklaştırılmıştır. (Dillon, 2021: 517) Bu bağlamda geleneksel gözetim kavramsallaştırmalarının yeni gözetim biçimlerine dönüştüğünü söylemek mümkündür.

1 Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, yaseminsaricamrtv@gmail.com, 0000-0001-9401-7249

Yeni gözetim biçimlerinin temel ayaklarından bir tanesini dijitalleşme oluşturmaktadır. Dijital teknolojilerdeki yenilikler ve ilerleme gözetimi daha sistemli hale getirerek belirginliğini azaltan gelişmelerdir. Bu bağlamda dijital teknolojiler sayesinde kişisel ve kolektif veriler hızlı, etkili ve anlamlı bir biçimde kullanılmaktadır. (Neyland, 2006: 76) Dijital teknolojilerin tamamlayıcısı konumunda yer alan ağ bağlantıları aracılığıyla gözetimin çapraz biçime büründüğünü söylemek mümkün hale gelmiştir. Gözetleme pratikleri artık bireysel ve beraberinde toplumsal bağlamda insan yaşantısıyla iç içe geçmiş haldedir. Hatta gözetimin akışkan formu da beraberinde birçok tartışmayı iletişim bilimleri eksenine dahil etmiştir. (Bauman ve Lyon, 2016: 8)

Teknolojik ilerleme ve yeni medya entegrasyonunun en önemli ayaklarından bir tanesini sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Sosyal medya platformları ağ bağlantıları aracılığıyla kullanıcılara kişisel ve toplumsal deneyimler sunan iletişim kanallarıdır. Bu platformlarda toplanan veri yığınları mekân ve zaman şartı olmaksızın interaktif biçimde bireyler arasında çok yönlü etkileşime olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda “izleyen göz” distopyası “birbirini izleyen gözler” gerçekliğine dönüşmüş durumdadır.

Sosyal medya platformları, modern çağda bireylerin mahremiyet kavramını kökten değiştirmiştir. Gönüllü rıza kavramı çerçevesinde mahremiyetlerinin bulanıklaşmasına olanak tanıyan bireyler yaşamlarını gözetlenmenin tam merkezine oturtmaktadır. Postmodernizmin odak noktası sosyal medyanın gerçekleriyle örtüşmektedir. Tek bir hakikatin olmadığını iddia eden postmodernizm de simülasyonun gerçekliği taklit ettiğine vurgu yapılmaktadır. Tam bu noktada gerçek hayat ve paylaşılan arasındaki fark gönüllü olarak yok edilmek istenmektedir. Bu gönüllülük çerçevesinde değerlendirildiğinde birey enformasyon kirliliğine, çevrimiçi tacize, bağımlılığa ve verilerinin kullanılmasına zemin hazırlamaktadır.

Kişisel veri, bireyi ilgilendiren tüm verilerin doğrudan ve dolaylı olarak kullanılabilmesine olanak sağlayan her türlü bilgidir. Veri gizliliği ise bireylerin veya kuruluşların kişisel verileri ve ticari bilgilerinin gizliliğinin korunması anlamına gelmektedir. Kişisel veriler bireylerin veya kurumların kimlikleri, operasyonları, finansal kaynakları vb. tüm bilgileri kapsamaktadır. Veri gizliliği bu ve bunun gibi bilgilerin izinsiz olarak işlenmesini ve kullanılmasını engellemeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya platformlarının da kullanıcıların kişisel verilerini korumak amacıyla ortaya koyduğu birtakım politikalar bulunmaktadır. Kişiler veya kurumlar sosyal medya platformuna üye olduğu esnada bu politikalara maddeler halinde erişebilmektedir. Bu politikaların kabulünden sonra üyelik işlemi tamamlanmaktadır. Ancak burada dikkat

edilmesi gereken nokta bireylerin bu maddeleri ne kadar bilinçli bir şekilde onayladığıdır.

Bu noktadan hareketle, çalışmada sosyal medya platformlarının kişisel veri gizliliği politikaları çerçevesinde bireylerin mahremiyetlerini hangi kapsamda ve ne derecede koruma altına aldığı konusunun aydınlatılması amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel içerik analizinin kullanıldığı çalışmada örneklem olarak dört büyük sosyal medya platformu “Instagram, Facebook, WhatsApp ve X” seçilmiştir.

1. Mahremiyetin Aşınması: Özifşa

Kökene Arapça ’ya dayanan mahrem kelimesinin anlamı; yasaklanan, tabu konulan, özel alanın içinde bulunan, harem olana denk düşmektedir. Mahremiyetse mahremın gizli halini temsil etmektedir. Mahremiyet; kavram olarak bireyin dış dünyayla arasına koyduğu sınır olarak nitelendirilmektedir. Kavram hakkında ilk tanımlamalardan birini yapan Amerikalı yargıç Brandeis’e göre; mahremiyet yalnız bırakılma hakkıdır. Özgür insanlar tarafından en çok değer verilen haktır ve hakların en kapsamlısıdır. (Yüksel, 2003: 182) Geliştirilen en anlamlı mahremiyet tanımlarından bir tanesi Irwin Altmann’a aittir. Altmann mahremiyeti bireyin seçkinci kontrolü olarak nitelendirmiştir. Burada amaçlanan bireyin özbenliğine veya içinde bulunduğu gruba ulaşmasıdır. (Gifford, 1997: 173) Özel alanlara ötekilerin izinsiz olarak girebilmesine karşı koyabilme hakkıdır. (Bauman:2018, 72-73). Mahremiyet; bireyin özel yaşamına ait enformasyonun, alanın ve davranışın korunmasını ifade eden çok boyutlu bir kavramdır. Bireyin kimliğini ve özerkliği koruma mekanizması olarak işlev görür. Sosyolojik bağlamdaysa bu mekanizma toplumsal normlara şekil vererek kültürel kodların belirlenmesine zemin hazırlar. Mahremiyet olgusu farklı kültürlerde, toplumlarda ve dönemlerde değişkenlik göstermektedir. Ancak asıl olan şudur ki mahremiyet, enformasyon çerçevesinde kişinin toplumsal ve bireysel iletişimini kanalize ederek ortaya çıkmaktadır.

İletişim bilimci Sandra Petronio’nun “İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi”nde mahremiyetin sınırları, kuralları, koordinasyonu ve ihlali belirli faktörler çerçevesinde şekillenmektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken esas nokta sonuca ulaşmadan önce bireyin oluşturduğu nedendir. Yani mahremiyet ihlalinin çıkış noktasıdır. Bu bağlamda Petronio mahremiyet sınırlarını açıklık ve kapalılık olarak ayırmaktadır. Açık sınırdaki birey kendisiyle ilgili enformasyonun erişimine izin vermektedir. Kapalı sınır özel enformasyona erişimi reddetmektedir. (Allen, Coopman, Hart, & Walker, 2007: 176) Bu yaklaşım gözetim mekanizmalarının bireyler üzerindeki etkisi bağlamında anlam kazanır.

Açık sınırlar kapsamında gözetimin belirsiz ve bulanık özgürlüğü yeni medya araçları çerçevesinde şekillendirilebilmektedir. Yeni medya araçlarının yaygın kullanımı ve toplumsal bağlamdaki etkili rolüyle birlikte akışkan modern toplumda seviye atlamıştır. Gizlilik, sır, ihlal gibi kavramlar içi boşaltılmış bir şekilde dolaşıma sunulmuştur. Akışkan modern toplumun niteliği ve niceliği değişmiş durumdadır. Mahremiyet ihlalinin kamusal alanı sömürgeleştirilmesi itiraf toplumunun da temelleri filizlendirmiştir. Artık en özel olanın bile bir çizgisi kalmamış ve kamuya atfedilmiştir. Dolayısıyla özel olanın ilan edilmesi gibi bir zorunlulukta beraberinde doğmuştur. (Bauman: 2014, 259) Akışkan modern dünyada özel olaylar kamusal çevrilmiş ve mahrem olana herkesin erişimi sağlanmıştır.(Bauman: 2021, 144) Bu erişimin en kolay yollarından birini kitle iletişiminin yeni boyutu olan sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Sosyal medyanın yoğun ve yaygın kullanımı mahrem olan içeriklerin veriye dönüşümüyle sonuçlanmaktadır. (Akar ve Akar, 2021: 289) Burada esas değinilmesi gereken nokta; içeriklerin yani diğer bir deyişle verilerin büyük çoğunluğunun “itiraf” düzleminde gönül rızasıyla oluşturulduğudur. Esas amaç beğenilmek, fark edilmek veya ticari alan oluşturmaktır. “İtiraf toplumunda yaşamak aynı zamanda gönüllük ve kendini ifşa etme mantığıyla gözetim toplumunda yaşamak demektir. İnsanlar sosyal ağlarda kendilerini kamuya ifşa etmekte ve sosyal ağları sosyal varoluşa ulaşmanın birincil ve en önemli yolu olarak görmektedir.” (Çimen, 2024: 37)

Tüm bunların sağlanması yapılırken mahremiyet ihlalinin yanı sıra olumsuz diğer yansımalarda gözden kaçırılmamalıdır. Mekan, zaman ve kişi bağımsızlığı tüm sınırları yerle bir etmiş durumdadır. İzlerkitle tüm paylaşımlara zaman sınırlaması olmadan istediği anda ulaşabilmektedir. Kayıt altındaki tüm veriler yarının verileri niteliğindedir. Bireyin algısı gerçek ve sanal arasına sıkışmış durumdadır. Bu da bütüncü niteliğe zarar vermektedir. Sosyalleşme kavramı dijital ortama taşınmıştır. Bireyler artık toplumsal nitelikleri dijital kanallar aracılığıyla icra etmektedir. (Tüfekçi, 2008: 22)

Yeni medya ve kollarının hayatımıza sunduğu bu yansımalar gözetim mekanizmalarıyla iç içe geçmiş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Michel Foucault'nun iktidar ve disiplin üzerine yaptığı çalışmalar, bireyin yalnızca dışsal baskıyla değil, içselleştirilmiş denetim aracılığıyla da kendini ifşa etmeye yöneldiğini göstermektedir. Birey zaman içerisinde kendi üzerinde bir gözetleme pratiği geliştirmektedir. Bu durumda itirafın zorlama olmaktan çıkmasına ve gönüllük esasına dayanmasına yol açmaktadır. Sosyal medya çağında gönüllülüğün daha belirgin hale gelerek gözetim kültürünü interaktif boyuta taşıdığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda da gönüllü itiraf gözetimin modern toplumda hep ürünü hem de sürdürücüsü olarak değerlendirilebilmektedir.

1.1. İçselleştirilmiş Gözetim

Gözetleme temel anlamıyla birey veya grup davranışlarının sistematik bir biçimde izleme, kaydetme, işleme sürecidir. Bireyin yaptıklarını, izleyeni belli etmeden gizlice takip etmek olarak tanımlanır. (Ayverdi, 2006: 1093) Gözetim, eskiye dayanan bir olgudur. İnsanlar başkalarını sistematik bir biçimde organize ve kontrol etmek için izlemektedir. (Lyon, 1994: 22) Gözetleme sadece modern çağla sınırlandırılmaz. Gözetim insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Çünkü insanlar sürekli denetim altında tutmak ihtiyacı hâsıl olmuştur. (Foucault, 2011: 133) Dolayısıyla gözetim sadece bakmak anlamına gelmemektedir. Gözetimin temel yapıtaşlarını kontrol, yönlendirme ve düzenleme oluşturmaktadır.

Gözetim olgusunun işlevi tarih boyunca çeşitli kuramsal çerçevelerle farklı perspektiflerden aktarılmıştır. Gözetleme eylemi Marx'a göre sermaye emek ilişkisinin, Weber'e göre bürokrasinin, Foucault'a göre iktidar disiplininin temelini oluşturmaktadır. Marx sermayenin artı değeri maksimize edebilmek için gözetlemenin bir kontrol mekanizması işlevi gördüğünü savunur. Gözetim, işçiyi disipline eden ve otoriteyi pekiştiren bir güç aracı olarak işlev görür. Bu araç dijital kapitalizm bağlamında da kullanıcı-çalışan verilerini ekonomik değere dönüştürerek emek-sermaye gerilimini veri ekonomisi üzerinden yeniden üretir. Bu da aslında dijital çağda yeni sınıf mücadelesini ortaya çıkaran bir yapı olarak nitelendirilebilir. Weber gözetimi rasyonel-legal bir otoriteye dayalı bürokratik örgütlenmenin bir unsuru olarak nitelendirmektedir. Hiyerarşik yapıda hesap vermeyi mümkün kılmak için sistematik biçimde kullanılır ve işleyişin düzenini sağlamada da aktif bir rol oynar. Dijital çağda bu rolün üstüne düşende paralel evrenle aynıdır. Foucault'da gözetimi modern iktidar da bireyleri disipline edip bedenleri yönetilebilir hale getirmek için kullanılan bir iktidar tekniği olarak sınıflandırır. Foucault bunu biyo-iktidar olarak kavramsallaştırmaktadır. Panoptikon metaforu dijital ortamda bireyin bizzat kendini bir mekanizmaya dönüştürmesiyle sonuçlanır. Bu dönüşüm hem gözetleyen hem de gözetlenen bağlamında "veri öznesini" irdeleyen farklı amaçlar, nedenler ve sonuçlarla ilişkilendirilebilir.

Panoptikondan günümüze gözetim, modern toplum kurumları ve dijitalleşme köprüsüyle fiziksel mekândan ayrılarak Mosco'nun "Siberuzay"ında kendine köklü bir yer edinebilmiştir. Fiziksel dünyanın ötesinde işleyen siberuzay; modernitenin hayatımıza getirdiği hız, erişilebilirlik ve küresel bağlantı dönüşümlerinin paralel süreci olarak nitelendirilebilir. Teknolojinin hızlı gelişimi yaşamı daha kolay ve rahat bir noktaya taşıırken aynı zamanda her geçen gün yaygınlaşarak gözetim eyleminin işini kolaylaştırmaktadır. (Rizanaj, 2020: 74) "Teknolojik gelişmelerin sağladığı kolaylıklarla birlikte

insanlar ve nesnelere dijital verilere dönüştürülerek izlenmekte, kayıt edilmekte, eşleştirilmekte ve sürekli biçimde görülmektedir. Yani dijital teknolojiler, verileri elde etmede ve bunları işlemede büyük kolaylıklar sağlamaktadır.” (Çimen, 2022)

Bireysel, toplumsal, kurumsal ve devlet odaklı faaliyetler siberuzayda dolaşan ve depolanan verilere dönüşmüş durumdadır. Siberuzay, davranışların düzenli halde izlenip, kaydedilip, algoritmalar üzerinden yeniden değerlendirildiği temel bir evren haline dönüşmüştür. Bu çerçevede de dijital alt yapılar bireysel-toplumsal düzenin ve aynı zamanda gözetleme mekanizmalarının iskeletini oluşturmaktadır. Gözetim teknolojileri iskeletini sayısal ve istatistiksel verilere indirgediği birey üzerine inşa etmektedir. (Dolgun, 2008:186) Eklemlenen verilerin yoğun etkileşimi, teknik araç olma işlevini çok boyutlu bir yapıya dönüştürmüştür. Bu dönüşümün kapsamını anlamlandırabilmek için, gözetim pratiklerini aktörler, işleyiş mekanizmaları ve toplumsal sonuçlar bakımından bütüncül bir yaklaşımla ele almak yerinde olacaktır. Aşağıda yer alan tablo modern gözetim biçimlerini ayrı üç katmanda değerlendirilen hibrit bir kategorizasyondan oluşmaktadır:

TABLO 1

GÖZETİM AKTÖRLERİ	Devlet ve Güvenlik Kolları
	Şirketler
	Eğitim Kurumları
	Birey ve Toplum Üyeleri
	Uluslararası Yapılar
	Davranışsal Veri Toplama Araçları
GÖZETİM MEKANİZMALARI	Profil Çıkarma
	Algoritmik İşleme
	Yönlendirme
	Alt Yapı Sistemleri
	Standart İletim Protokolleri
	Davranışsal Değişim
GÖZETİMİN ETKİLERİ	Oto-disiplin
	Mahremiyet Aşınımı
	Hak İhlalleri
	Demokratik Sonuçlar

Modern gözetimin anlamı ve mantığı tekno-sosyal çerçevede şekillenmektedir. İleri teknoloji sayesinde gözetimin geleneksel anlamı değişime uğrayarak amacı,

nedeni ve kapsamı bakımından akışkan hale gelmiştir. Bahsi geçen akışkan durum hem bireyler arasında hem de disiplinler arasında değerlendirilebilmektedir. Gözetim sınırları aşarak farklı alanlara müdahil olmuştur. (Bauman ve Lyon, 2013: 13) Gözetim bireysel ya da kolektif fark etmeksizin bireyi anlamlandırma çabası içerisindedir. Anlamlandırılmaya çalışılan veriler bilgi sağlayıcılardan, çok merkezli yönetimlerden ve farklı kaynaklardan temin edilmektedir. Farklı alanların birbirleriyle olan etkileşimiyle dijital teknolojiler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda da birbirine bağlı veya dağıtılmış gözetim alanlarının fonksiyonel çerçevede sonuç çıkarmasında dijital teknolojilerin etkisi azımsanamayacak kadar çoktur. (Çimen, 2020) Dijitalleşmenin en önemli ayağı olan bilgisayar teknolojilerinin hayatımıza yerleştirdiği üç temel nüans uzaklaşma, mesafe ve otomasyondur. Toplumsal yaşantımızda yer alan kişisel veya toplumsal bilgiler bu üç nüans çerçevesinde kolaylıkla toplanarak kaydedilmekte, işlenmekte, dolaşıma dahil edilmekte ve pazarlanmaktadır. (Lyon, 1997: 10) Bu süreç yalnızca büyük veri akışının bir parçası olmaktan çıkarak kapitalist gözetiminde temel mantığını şekillendirmektedir. Bireylerin günlük pratiklerinden elde edilen veriler, işlenebilir birer veriye dönüştürülür. Bu da devlet, şirketler ve kurumlar bağlamında tatmin, kar, yönlendirme mekanizmalarına dönüşür. Kapitalist sistemin küresel dünya bağlamında arz ettiği önemin ana kollarından bir tanesine de böylelikle dijital gözetim unsurları yerleştirilmiş olur. Yeni medyanın temel hedeflerinin arasında kar gütmeye amacı olduğu için kapitalist ekonomik sistem bağlamında da yapılandırılmıştır. (Christians vd., 2006: 183) Bu bağlamda alıcılar ticari bir unsur olarak görülmektedir. Satıcılar ürünlerini nitelikli olarak pazarlayabilecekleri insan arayışına girmektedir. Bu bağlamda alıcının isteği ve satıcının fırsatı dolayımın da tüm kullanıcılar eşit olarak değerlendirilmemektedir. Bazıları daha fazla arzuya maruz kalmaktadır. Satıcılar medya pazarında alıcı seçmektedir. Sonuç olarak da içerikler satıcıların etkilemek istediği alıcılara göre şekillendirilmektedir. (Soydan, 2023: 209)

Kapitalist gözetimin en yoğun çalıştığı alanlardan bir tanesi sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları kullanıcıların ürettiği veriyi düzenli biçimde toplar ve anlamlandırır. Beğenilerden yorumlara, hareket durumundan takip ilişkilerine kadar geniş bir veri seti, platformun algoritmik süreci içerisinde birer veri maddesi haline dönüştürülür. Bu maddelerde kâr amaçlı bir ekonomik kaygıyı besleyerek dönüştürülmüş davranışların boyutunun nedeni sorgulandığını ortaya çıkarır. İnsanların teknolojik gelişmelerle yapılan gözetlemelerden habersiz olması pek mümkün değildir. Çünkü teknolojiyle iç içe yaşayan insanlar her an gözetlendiklerinin farkında yaşamlarını sürdürmektedir. (Çimen, 2020) Farkındalıkla ama hiçbir önlem almadan veri öznesi olmaya devam eden bireyler, tam bu noktada gönüllü itirafın baş rolünü

oynamaktadır. Gerek eğlence gerekse ticari amaçlar doğrultusunda yaygın kullanılan sosyal medya platformlarıyla meşruiyete izin vermektedirler. “Artık geleneksel gözetleme kulelerine ihtiyaç yoktur. Çünkü her birey gönüllü veya ayarlanmış olarak doğal gözetleme teknolojisinin kendisi olmuştur. Önceden var olan zor ve baskının kurbanları şimdilerde gönüllü köleliğin peşinden koşanlar olmuştur.” (Çimen, 2023) Bu noktada dış baskının içsel disipline dönüşmesinden bahsedilebilmektedir. İçsel disiplinse öznenin kendi arzusunu yansıtmaktadır. Bireylerin kendi arzularıyla mahremiyetlerini ifşa etmeleri gözetimin içselleştirilmesinin ileri bir boyutu olarak okunabilmektedir.

1.2. Sosyal Medyanın Görünür Gözetim Mekanizmaları

Sosyal ağ, bir grup insanın arasında gerçekleşen ilişkiler bütünü temsil etmektedir. (Wasserman ve Faust, 1994:3) Sosyal ağ; Facebook, Instagram, WhatsApp, X gibi platformların çok öncesinde literatüre girmiş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak hızla gelişen teknoloji sosyal ağ kavramını temelden değiştirecek yeni bir düzleme taşımayı başarmıştır. Yeni sosyal ağların sacayağını oluşturan sosyal medya, algoritmik işlevsellikle karşımıza çıkan yeni medya yapılanmalarından bir tanesidir. Kullanıcıların açık veya gizli profilleri üzerinden diğerleriyle etkileşime geçtikleri sanal ortamlardır. Bireyler bu profillerde iletişimde oldukları insanları listelendirir, istediklerini sergiler ve diğerlerini gözlemler. (Body ve Ellison, 2004: 211) Başka bir tanıma göre; sosyal medya bireylerin iletişim kurmak, çeşitli biçimlerde içerik oluşturmak ve iş birliği yapmak için kullandıkları çevrimiçi araçlardır. (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011: 242)

Teknolojinin hayatımıza kazandırmış olduğu hız olgusu sosyal medya platformlarında en belirgin halini yansıtmaktadır. Enformasyon, haber içerikleri ve etkileşim saniyeler içinde ulaşılabilir hale gelmiştir. Yaşanan olay saniyelerle milyonlara ulaşabilir, bireyler arasında etkileşim ve iletişimi anlık bir paradigmaya oturtur. Bu paradigma kapsamında etki ve tepki aynı anda meydana gelmektedir. Buradan hareketle sosyal medya çift yönlü ibaresine maruz kalabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya statü farkını ortadan kaldırarak alıcı ve kaynağı aynı düzleme indirgemektedir. (Kılıç, 2015: 55) Bu bağlamda da sosyal medya platformları statü farkı olmaksızın bireyleri bir araya getiren ve gündelik hayatımızda yer kaplayan mecralardır. Gündelik hayatımızda bu denli yer kaplamasının bir diğer sebebi de eşzamanlı olmasıdır. Eşzamanlılıktan kastımız bireylerin aynı anda içerik üretme, paylaşma ve etkileşim süreçlerini yönlendirebilmesidir. Bu bağlamda gerçek zamanlı iletişime, hızlı enformasyon akışına ve anında geri bildirim olanağı sağlanabilmektedir. Geleneksel medyanın tersine kaynak zaman yönetimini kendisi yapabilmektedir. Aynı zamanda çapraz sosyal medya platformlarını kullanan bireyler eşzamanlılığı diğer bir

uygulamaya da taşıyabilmektedir. (Öze, 2017: 2019) Çapraz sosyal medya platformlarının kullanımı gibi aynı zamanda kitlelerin zıtlığından bahsetmekte mümkündür. Sosyal medya platformları kitleselleşmeye olanak sağladığı gibi kitlesizleştirmeyede imkân tanımaktadır. Yani sosyal medya platformunda kaynak etkileşimi ya da içerik üretimini sadece tek kişi ile paylaşabileceği gibi kitlesel boyutlarında erişimine sunabilmektedir. (Kılıç, 2015: 55)

Sosyal medya platformlarını bloglar, podcastlar, video paylaşım siteleri, forumlar, fotoğraf paylaşım siteleri, mikrobloglar, wikiler gibi türlere ayırmak mümkündür. Ancak hepsini ortak paydada buluşturan başlıca maddeleri şöyle sıralayabiliriz:

- Etkileşim temelli olmaları,
- Multimedya içeriklerini barındırmaları,
- Kitle oluşumuna olanak sağlamaları,
- Enformasyon dolaşımına katkıda bulunmaları,
- Kolay erişilebilmeleri,
- Güncellenebilir özellikleri,
- Anlık iletişime açık olmaları.

Tüm bunların yanı sıra sosyal medya platformlarının en önemli ortak özelliklerinden bir tanesi kullanıcı verilerinin izlenmesi, toplanması ve işlenmesidir. Gözetim toplumunun temel paradigmalarından biri olan “veri izi” bireylerin sayısal birer kod olarak tanımlanmasına olanak sağlamaktadır. Kodlanmış numaralar yani bireyler atomize edilerek verilere dönüştürülmüştür. (Dolgun, 2008: 186) Sosyal medya platformlarında da bireyler etkileşimle, içerik üretimiyle, paylaşım ile birlikte sistematik bir biçimde dijital izler bırakmaktadır. Bu dijital izlerin tümünde davranışlar, tercihler, konum bilgileri gibi veriler görünmez biçimde toplanmaktadır.

Hızlı bir biçimde üretilen, çeşitliliği fazla olan ve hacmi yüksek bulunan veriler “büyük veri” olarak adlandırılmaktadır. Büyük veri temelde iki kategoriye ayrılmaktadır. Bunlardan birincisi insanların oluşturduğu dijital ayak izleridir. Bu izler internet etkileşimlerinin bir kartopu gibi büyümesiyle oluşmaktadır. Ancak bireyler dijital dünyada buldukları etkileşimin ve günlük olarak gerçekleştirdikleri tıklamaların farkında değildir. İkinci kategoriye makine verileridir. Dijital ayak izlerine destek olan çok sayıda bilgisayar, anahtar, yük dengeleyici ve güvenlik duvarı bulunmaktadır. Tüm bunlar geniş bilgi yelpazelerini kayıt altına almaktadır. (Zadrozny ve Kodali, 2013: 3)

Büyük verinin ortakları kullananlar, üretenler ve toplayanlardır. Kullananlar, belirli bir amaca hizmet etmektedir. Yani kullanımı belirli bir amaç doğrultusunda gerçekleştirmektedir. Üretenler, gönüllü ya da gönülsüz bir şekilde hatta farkında olarak veya olmayarak veri üretimine katkı sağlamaktadır. Toplayanlarsa, toplanılan verinin parametrelerini belirleyerek hangi sekansta kullanılması gerektiğine karar vermektedir. (Holmes, 2017: 6)

Bu paydaşlar arasındaki ilişki özellikle veri üretimine katkı sağlayan bireyin konumunu belirsiz bir noktaya taşımaktadır. Veri üreticilerinin; verilerin nasıl toplandığı, hangi amaçla kullanıldığı, kimlerle paylaşıldığı gibi soruları cevaplayabildiği veya cevaplayamadığı konusu kafa karıştırıcı bir hal almaktadır. Çünkü tıpkı medya okuryazarlığında olduğu gibi “sosyal medya okuryazarlığı”nda da bireylerin bilinç durumu, sorgulanması gereken temel nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda “gönüllü rıza”nın sadece biçimsel bir sulh olup olmadığı konusunu gündeme getirmektedir. Dolayısıyla veri üretiminin etik meşruiyeti; bireylerin özgür iradeye dayalı, bilinçli ve gerçek anlamda bilgilendirilmiş rıza verebilme şartının sağlanmasına bağımlı hale gelmektedir. Bu çalışmada da amaçlanan Instagram, Facebook, WhatsApp ve X platformlarının kullanıcı sözleşmelerinin etik meşruiyeti bireylere ne kadar aktardığını sorgulamaktır.

2. Sosyal Medya Metinlerinin Hukuki Sözleşmeleri: Kullanıcı Metinleri

Bu bölümde Facebook, Instagram, WhatsApp ve X isimli sosyal medya platformlarına ait kullanıcı sözleşmeleri incelenmektedir. Çalışma söz konusu sosyal medya platformlarının kayıt sürecinde sunulan kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarıyla sınırlı tutulmuş; çerez politikaları ve topluluk kuralları kapsam dışı bırakılmıştır. Bu tercih ana iki maddenin platform-kullanıcı ilişkisini kuran temel hukuki metinler olması ve bu metinlerin gözetim pratiklerini meşrulaştırması nedeniyle yapılmıştır.

Araştırmada içerik analizi desenlerinden olan betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Betimsel içerik analizi yönteminde elde edilen verilen derinlemesine analiz edilir. Analizi tamamlanan veriler kavramsallaştırma sürecine dahil edilir. Sonrasında belirlenen temalar ekseninde kavramsallaştırılan olguların kendi ve birbiri arasındaki bağlantı anlamlı bir biçimde ortaya koyulur. (Yıldırım & Şimşek, 2021) Betimsel içerik analizi alandaki çalışmaların içerik olarak incelenip anlamlandırılmasına olanak sağlayan bir araştırma yöntemidir. (Çalık ve Sözbilir, 2014: 33-38) Kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları; veri toplama, veri işleme, kullanıcı rızası, platform yetkileri gibi önceden belirlenen temalar çerçevesinde analiz edilmiştir. Bahsi geçen platformlar küresel

ölçekte yüksek kullanıcı sayısına sahip olmaları ve aynı amaç doğrultusunda ilerleyen farklı işlevleri temsil etmeleri nedeniyle örneklem olarak seçilmiştir. Bu bağlamda Instagram görsel odaklı, X ve Facebook kamusal paylaşım alanlı ve WhatsApp da özel iletişim temelli platform olarak değerlendirilmiştir. Bu çeşitliliğin gözetim pratiklerini hangi yönlerden bir araya getirip hangi yönlerden farklı kollara ortaya koyduğu konusu ele alınmıştır. Bu bağlamda verilerin büyük tabloda kullanımını muallakta bırakan başlıca dört temel çerçeveden bahsedilebilmektedir: kimlik, mülkiyet, itibar ve gizlilik. Çevrimiçi ve çevrimdışı kimlik arasında nasıl bir bağlantı bulunmaktadır? Verilere sahip olan kişinin hakları ve mülkiyeti nelerdir? Hangi verilerin güvenilir olduğu neye göre belirlenmektedir? Verilere erişim kimin kontrolü altında tutulmaktadır? (Davis ve Patterson, 2012: 3) Dikkat edilmesi gereken temel nokta, kayıt aşamasında kullanıcıların onayına sunulan “standart kullanıcı sözleşmeleri” nin bu sorulara ne kadar meşru bir biçimde karşılık verdiğiidir.

Başlıca dört sosyal medya platformunun 12.01.2026 tarihi itibarıyla sahiplik yapısına baktığımız zaman Facebook, Instagram ve WhatsApp “Meta Inc.” isimli şirketin çatısı altında yer aldığı görülmektedir. X isimli sosyal medya platformuysa “X Corp.” isimli şirketin sahibi Elon Musk’a aittir. Sahiplik yapılarındaki farklılıklar nedeniyle Meta Inc. ve X Corp.’a bağlı olan platformlar arasında ara yüzleri bakımından her ne kadar farklılıklar bulunsa da temel olarak kullanım amaçları ve kullanım politikaları aynı yönde seyretmektedir. Bu bağlamda platformlara kayıt esnasında karşımıza 4 farklı hukuki belge çıkmaktadır. Bunlar; kullanım şartları (term of services), gizlilik politikası (privacy policy), çerez politikası (cookies policy), topluluk kuralları (community guidilines) dir. Bu belgeler platformun işleyişi, kullanıcı verilerinin yönlendirilmesi, reklam hedefleme uygulamaları hakkında ne kadar bilgi aktardığı açısından kritik bir öneme sahiptir.

2.1. Dijital Platformlarda Kullanıcı Rızasının İnşası

Kullanıcı rızası sadece bireysel bir onay süreci değil, platforma erişimin önkoşulu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda da kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları kullanıcının hangi koşulları kabul ettiğini yansıtmaktadır. Kayıt sürecinde bu sözleşmelerin kabulünün zorunlu tutulması, kullanıcı rızasını kapsayan özgür ve bilinçli bir tercihten ziyade; platformun devamlılığı için bir gerekçe haline getirmektedir. Bu da aslında ön koşul olarak sunulan hukuki metinlerin meşruluğunu sorgulamaya zemin hazırlamaktadır.

Facebook, Instagram, WhatsApp ve X gibi sosyal medya platformları, kayıt aşamasında kullanıcılardan zorunlu olarak ad, soyad, cinsiyet, doğum tarihi, e-posta, telefon numarası gibi temel kişisel bilgiler talep etmektedir. İsteğe

bağlı olarak da profil fotoğrafı, biyografi, eğitim bilgileri, konum bilgisi vb. ekler kayıt olurken paylaşılabilir. Kayıt aşamasında kullanıcılardan bazı kişisel veriler elde edilmekte ve aslında bu adım gözetleme pratiklerinin temelini oluşturmaktadır. Kullanıcılar platforma dahil edildikten sonra; ürettikleri içerikler, beğenileri, yorumları, takipleri, mesajlaşmaları gibi tüm etkileşim pratikleri veri olarak kaydedilmektedir. Örneğin;

- Hangi Bilgileri Topluyoruz?

Meta'nın gizlilik ilkesi kapsamında "Hangi Bilgileri Topluyoruz?" başlıklı bir bölüm bulunmaktadır. Devamında; "Topladığımız bilgiler şunlardır:

- ✓ Hareketleriniz ve sağladığınız bilgiler
- ✓ Arkadaşlar, takipçiler ve diğer bağlantılar
- ✓ Uygulama, tarayıcı ve cihaz bilgileri
- ✓ Ortaklarımızdan, tedarikçilerimizden ve diğer üçüncü taraflardan aldığımız bilgiler." bölümleri ile belirtilmektedir.

(Erişim Tarihi: 12.01.2026 https://www.facebook.com/privacy/policy/?locale=tr_TR)

- Otomatik Olarak Toplanan Bilgiler

Bu başlık altında kullanıcıların IP adresleri, konum bilgileri, cihaz verileri, tarayıcı türü gibi teknik verilerinde sistematik bir şekilde toplandığı açıkça görülebilmektedir.

- ✓ Kullanım ve Kayıt Bilgileri
- ✓ Cihaz ve Bağlantı Bilgileri
- ✓ Konum Bilgileri
- ✓ Çerezler

(Erişim Tarihi: 12.01.2026 <https://www.WhatsApp.com/legal/privacy-policy?locale=tr>)

- Üçüncü Taraflar ve Üçüncü Taraf Entegrasyonları:

Sosyal medya platformlarının kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarında dikkat çeken bir diğer unsur ise üçüncü taraflardan elde edilen veya üçüncü taraflarla paylaşılan verilerin kapsama dâhil edilmesidir.

- ✓ Hizmet sağlayıcılarla
- ✓ Reklam verenlerle
- ✓ Üçüncü taraf içerik ve entegrasyonlar

- ✓ Üçüncü taraf işbirlikçiler
- ✓ APPLerimiz aracılığıyla

(Erişim tarihi: 12.01.2026 https://x.com/en/privacy?utm_source)

“Reklam verenler ve diğer iş ortakları gibi üçüncü taraf ortaklardan sizinle ilgili bilgiler alabiliriz.” (Erişim Tarihi: 12.01.2026 https://help.instagram.com/155833707900388?utm_source)

Hukuki metinler altında toplanan verilerin kullanım amaçları hizmet sunma ve kullanıcı deneyimini iyileştirmenin ötesinde farklı amaçlarla kullanıldığı açıkça görülebilmektedir. Kullanıcı verileri öncelikli olarak platform içi işlevlerin yerine getirilmesi hedefiyle olmak üzere reklam, ticari amaçlar ve kullanıcıya özel öneriler başlığı altında kişiselleştirmeye olanak sağlamaktadır. Bunun ötesinde güvenlik açıklarını önleme, hukuki yükümlülükleri yerine getirme, politika uygulamaları gibi operasyonel amaçlarla da kullanılabilir. Aynı zamanda kullanıcı verilerinin üçüncü taraflarla (reklam verenler, iş ortakları, hizmet sağlayıcılar vb.) paylaşarak ekosistemin sürdürülebilirliğini desteklediği belirtilmektedir. Ancak bu paylaşım hukuki ve pratik zeminde kullanıcı rızasına oturtulmaktadır. Paylaşım süreci açık ve müzakereye dayalı bir tercihten ziyade, platformu kullanmak için doğrudan bir uzuv olarak nitelendirilmektedir.

- Sorumluluğun Kullanıcıya Atfedilmesi

Kullanıcı sözleşmelerinin yapılandırılması sorumluluğu kullanıcıya yüklemeyi beraberinde getirmektedir. Kullanıcının platforma kayıt esnasında tüm koşulları kabul etmesi sorumluluğu kullanıcıya atfetmektedir. Bu bağlamda rıza, veri işleme süreçlerinin yanı sıra bu sürecin getireceklerini kabul etmeyi de meşrulaştırmaktadır.

“Instagram Hizmeti, size Meta Platforms, Inc. tarafından sunulan meta ürünlerinden biridir. Bu nedenle bu Kullanım Koşulları, sizinle Meta Platforms, Inc. arasında bir sözleşme oluşturur. Bu Koşullar’ı kabul etmiyorsanız Instagram’a erişmeyin veya Instagram’ı kullanmayın.” (Erişim tarihi 13.01.2026 https://www.facebook.com/help/instagram/581066165581870?utm_source)

Günümüz dünyasında sosyal medya platformlarına erişmemenin ne kadar sürdürülebilir veya gerçekçi olduğu da ayrı bir tartışma konusudur. İstemsizce de olsa iletişim kurmak, bilgi edinmek, haber duymak gibi amaçlarla bir şekilde sosyal medya platformlarına maruz kalındığı gözlemlenebilir bir gerçektir. Dolayısıyla karışık bir biçimlendirme ve belirsiz ifadelerle de yer verilen kullanıcı sözleşmeleri hukuki bağlamının ötesinde bireylerini ne derece bilgilendirdiği konusunda muğlak kalmış durumdadır. Platformun veri toplama, işleme, paylaşma verilerinin ne denli açık bir şekilde paylaştığı

tartışmaya açık bir konudur. Örneğin verilerin paylaşıldığı 3. taraflar kimdir? Bu tarafların rolü ve sorumluluğu net bir şekilde ortaya konulamamıştır. Aynı şekilde verilerin ne kadar süreyle depolandığı konusunda net ve kesin açıklamalar bulunmamaktadır. Bu sürenin sınırı kullanıcılar tarafından öngörülemez. Platformun neden veri kullandığı netleştirilmiş durumda değildir. “Hizmetlerimizi geliştirmek amacıyla, kullanıcı deneyimini iyileştirmek için, meşru iş amaçları doğrultusunda” gibi ifadeler kullanıcı ve gizlilik sözleşmelerinde yer alsın da geliştirmelerin ne zaman, kim tarafından, ne kadar süreyle yapılacağı konusunda açık ifadeler yer verilmemektedir. Karar verme yetkisi platformlara zimmetlenmiş durumdadır. Çoğunlukla karşımıza çıkan “Gerekli gördüğümüzde, kendi takdirimize bağlı olarak, önceden bildirimde bulunmaksızın, uygun olduğunda” gibi ifadelerle açıkça desteklenmektedir. Sorumluluğun tamamını kullanıcıya atfederek aslında kendi “uygunlukları” çerçevesinde şekillendirmeleri de tezatlık örneklerinden bir tanesidir. Kullanıcının onayı tek tıkla her şeyi kapsamaktadır ancak uygunluğa platform karar vermektedir. Ayrıntılı ve ayrı rıza mekanizmalarından söz etmek mümkün değildir.

SONUÇ

Dijitalleşmenin hız kazanması ve yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya platformları yalnızca iletişim ve etkileşim alanı olmaktan çıkarak verilerin sistematik bir biçimde toplandığı, işlendiği ve paylaşıldığı dijital bir gözetim mekanizması haline gelmiştir. Bu çalışma, Instagram, WhatsApp, Facebook ve X gibi yaygın kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarını; içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, dijital gözetimin bu resmî belgeler aracılığıyla kurulumunu ve meşrulaştırılmasını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, gözetim pratiklerinin yalnızca algoritmik sistemler ve teknik altyapılar üzerinden değil, aynı zamanda hukuki ve söylemsel düzenlemeler yoluyla sürdürüldüğünü göstermektedir.

Analiz sonucunda; platformların kullanıcılardan topladığı bilgilerin sadece kimlik bilgileriyle sınırlı olmadığını teknik, davranışsal ve üçüncü tarafları da kapsayan çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Kullanıcıların içerik üretim pratiklerine, platform içi ve dışı etkileşimlerine, kişiselleştirmelerine, reklam hedeflemelerine olanak sağlanmaktadır. Sosyal medya platformlarının da bu kullanıcı faaliyetlerini sürekli izleyen ve kaydeden üçüncü bir göz olarak tanımlanmasını mümkün kılmaktadır. Üçüncü gözün verileri izleyip kaydetmesinin yalnızca kullanıcı deneyimi veya hizmet sunumunu iyileştirme gerekçesiyle değil; aynı zamanda ticari çıkarlar, güvenlik önlemleri ve hukuki amaçlar doğrultusunda operasyonel olarak da kullandığı anlaşılmaktadır. Reklam ve pazarlama faaliyetleri başta olmak üzere, dolandırıcılık önleme,

sistem güvenliğinin sağlanması, yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve platform politikalarının uygulanması gibi farklı amaçlar, veri kullanımının kapsamını genişletmektedir. Bu durumda gözetimin sınırlarını genişleterek kullanıcılar için yeni bir risk kapısını aralamaktadır. Dolayısıyla kullanıcı rızası, yalnızca veri toplamanın meşruiyet zeminini oluşturmakla kalmaz; aynı zamanda kullanıcıların karşılaşabileceği olası riskleri ve sorumlulukları da görünmez biçimde kullanıcıya yükler. Platformların sözleşmelerinde yer alan belirsiz ve muğlak ifadeler, bu sürecin görünmezliğini pekiştirirken, veri paylaşım ve kullanım alanlarını platform takdirine bırakmaktadır. Sonuç olarak sosyal medya kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları, dijital gözetimin hukuki ve söylemsel altyapısını oluşturan temel araçlar olarak hem veri işleme süreçlerini hem de bu süreçlerin doğurabileceği riskleri kullanıcı rızası üzerinden meşrulaştırmakta ve sürdürülebilir kılmaktadır.

Kaynakça

- Akar, H. ve Akar, F. (2021). *Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Üniversite Öğrencileri Araştırması*. İNİF E-Dergi, 6(1), 285-297.
- Allen, M. W., Coopman, S. J., Hart, J. L., & Walker, K. L. (2007). *Workplace surveillance and managing privacy boundaries*. Management Communication Quarterly, 21(2), 177-176.
- Ayverdi, İ. (2006). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük I. Cilt*. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.
- Bauman, Z. (2014). *Bu bir günlük değildir* (D. Kizen, Çev.). Jaguar Kitap.
- Bauman, Z. (2018). *Özgürlük* (K. Eren, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2021). *Sosyoloji ne işe yarar?* (A. E. Pilgir, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2016). *Akışkan Gözetim*. (E.Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Body, D., Ellison, J. (2004). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, 13.
- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., ve Kreshel, P. (2006). *Media Ethics: Cases And Moral Reasoning*. New York: Routledge.
- Çalık, M., ve Sözbilir, M. (2014). *İçerik Analizinin Parametreleri*. Eğitim ve Bilim, 39(174), 33- 38.
- Çimen, Ü. (2020). *Dijital Teknolojilerin Gözetime Katkısı: Dijital Birey, Dijital Toplum ve Dijital Dünya Bağlamında Fonksiyonel Gözetim*. In S. S. Atılgan (Ed.), *Dijital Okuryazarlık Boyutuyla: Dijital Dünyanın Yeni Kavramları*. (ss. 31-44). Literatür Academia.
- Çimen, Ü. (2022). *Dijital Okuryazarlık Bağlamında Kamera Gözetim Sistemleri*. In G. Karaoğlu (Ed.), *Dijital Okuryazarlık* (ss. 277-293). Efe Akademik Yayıncılık.
- Çimen, Ü. ve Alanka, Ö. (2023). *Postmodern Dönemde Gözetim (Zygmunt Bauman'ın Postmodern Gözetime Değerlendirmesi)*. In S. Mertoğlu (Ed.), *Postmodern Dijitalleşme: Dijital Dünyanın Postmodern Nüveleri*. (ss. 45-58). Efe Akademik Yayıncılık.
- Çimen, Ü. (2024). *İtiraf Toplumunda Mahremiyetin Kamusallaşması ya da Akışkan Modern Dünyada Mahremiyetin Anlam Yitimi*. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi. 45, 29-51.
- Davies, G. ve Chun, R. (2003). *The use of metaphor in the exploration of the brand concept*. Journal of Marketing Management, 19(1-2), 45-71.
- Davis, K., & Patterson, D. (2012). *Ethics of Big Data*. United States of America: O'Reilly.

- Dillon, M (2012) *Olağsallık: Hakikat Siyaseti ve Sonluğun Mantıksal Çözümlemesi İçinde Michel Foucault*. (Ed. Şeyda Öztürk). Cogito Dergisi. Sayı: 70-71 Yaz, 2012 505-535.
- Dolgun, U. (2008). *Şeffaf Hapishane Yalıt Gözetim Toplumu*. İstanbul: Ötüken Neşriyat
- Foucault, M.(2011). *Büyük Kapatılma*. (Çev.: Işık Ergüden & Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Holmes, D. E. (2017). *Big Data: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kılıç, Ç. (2015). *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Lyon, D. (1994). *The Electronic Eye-The Rise of Surveillance Society*. Minneapolis: Universty of Minnesota Press.
- Lyon, D. (1997). *Elektronik Göz*. (D.Hattatoğlu, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Lyon, D. & Bauman, Z. (2013). *Akışkan gözetim* (E. Yılmaz, çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Neyland, D. (2006). *Privacy, Surveillance and Public Trust*. London: Palgrave Macmillan.
- Öze, N. (2017). “*Toplumsal Kültür Haline Gelen Sosyal Medya Kullanımı ve Stratejik Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Halkla İlişkilerin Diyalektiği*”. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 7(2): 203-212.
- Rizanaj, F.H. (2020). *Yeni Medyada Gözetim ve Mahremiyetin Dönüşümü*. Gece Kitaplığı.
- Soydan, B.(2023). *Yeni Medya ve Sosyal Medya: Etik Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları*, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 7 (3), 198-215.
- Tüfekçi, Z. (2008). *Can You See Me Now? Audience nad Disclosure Regülasyon in Online Social Networks Sites*. Bulletin of Science, Technology & Society, 28(1), 20-36.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yüksel, M. (2003). “*Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi*”. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 58(1), 181-213.
- Zadrozny, P., & Kodali, R. (2013). *Big Data Analytics Using Splunk*. Berkeley: Apress.
- Wasserman, S., Faoust, K.(1994). “*Social Network Analysis in the Social and Behavioral Sciences*”, Social Network Analysis: Methods and Applications Cambridge Universty Press.

Güncel İletişim Çalışmaları

Editör:

Ülhak ÇİMEN