

Dijitalleşme ve Değişen Güç Alanları

Ali Erdi Karabalık¹

Özet

Dijitalleşme, yalnızca ekonomik süreçleri ve örgütsel verimliliği değil, aynı zamanda güç ilişkilerinin kuruluşunu ve yeniden dağılımını dönüştüren köklü bir paradigma kayması olarak değerlendirilmektedir. Dijital çağda bilgi, şiddet ve servetin ötesinde en esnek ve stratejik güç kaynağı haline gelmiştir. Çalışmanın amacı, sadece dijitalleşmenin örgütsel verimlilik ve ekonomik değiş tokuş süreçlerini değil, aynı zamanda toplumsal güç ilişkilerini nasıl dönüştürdüğünü incelemektir. Çalışmada beş temel eksen ele alınmaktadır: dijital çağda bilgiye sahip olmanın politik etkisi, algoritmik yönetim, gözetim ve güç, sosyal medya ve iç iletişim ile dijital mikro-politikalar. Dijitalleşme, bilgi üretim ve dolaşımını iktidar aracı haline getirmekte; arşivleme, sınıflandırma ve algoritmik düzenlemeler yoluyla örgütlerde ve toplumlarda güç dengelerini yeniden şekillendirmektedir. Algoritmik yönetim, çalışanların sürekli gözetimi ve performans ölçümüyle kontrolü derinleştirebilirken, şeffaflık ve katılım ilkeleriyle tasarlandığında rehberlik ve yetkilendirme işlevi görebilmektedir. Sosyal medya ise gündem belirleme ve görünürlük siyaseti aracılığıyla yeni iktidar ilişkileri üretirken, aynı zamanda düşük öncelikli aktörlere seslerini duyurma olanağı sağlamaktadır. İç iletişim ve dijital mikro-politikalar, örgüt içindeki görünmez güç hatlarını açığa çıkarmakta; dijital araçlar katılımı artırma potansiyeli taşıırken aynı zamanda gözetim mekanizmalarını güçlendirmektedir. Demokratikleşme yönünde ilerleme için simetrik iletişim, şeffaflık, veri asgariyeti ve hesap verebilirlik ilkeleri kritik öneme sahiptir. Sonuç olarak çalışma, teknolojinin hangi norm ve kurallarla tasarlanıp işletildiğinin, dijital çağda adil ve kapsayıcı kurumların inşasında belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

1 Dr, Bağımsız Araştırmacı , ORCID: 0000-0002-6211-2724

Giriş

Dijitalizm, son yıllarda toplum üzerindeki derin tesirlerinden dolayı yoğun bir araştırma sürecine tabi tutulmaktadır (Van Dijck, Nieborg & Poell, 2019). Örgütsel verimliliğin, alıcı gücünün ve seçeneklerin artışının sağladığı büyük avantajlar pek çok alanda iktisadi değiş tokuşun dönüşmesine neden olmuştur (Hunt, 2013). Kaldı ki internet tabanlı çok taraflı platformların sosyolojik, iktisadi ve yönetsel faktörlerin demokratikleştirici gücü olduklarına dair öne sürülen varsayımlar çok iddialı hatta yanılsamalı sonuçlar vermiştir (Taylor, 2014; Andreucci v.d., 2017). Buna binaen çalışmanın amacı sadece dijitalleşmenin yalnızca örgütsel verimlilik ve ekonomik değiş tokuş süreçlerini değil, aynı zamanda toplumsal güç ilişkilerini nasıl dönüştürdüğünü incelemektir.

Dijitalizm sadece örgütlerde egemenlik, yönetim felsefesi ve örgütsel güç anlayışını değiştirmekle kalmamış aynı zamanda güç alanlarının dağılımını da radikal biçimde değiştirmiştir. Dijitalizm, teknolojik altyapıların ve dijital ağların, ekonomik, siyasi ve toplumsal ilişkilerin merkezine yerleştiği bir çağın adıdır (Floridi, 2020: 373). Bu bağlamda, platformların küresel ve ulusal politikaları etkileme gücü, artık yalnızca teknik bir mesele değil, aynı zamanda yeni bir güç paradigmasının tezahürüdür (Bollerman, 2024: 28). Dijitalizm bir yönüyle platform sahiplerinin fahiş kar elde ettikleri bir mecra iken diğer yandan platform katılımcılarının karşılıksız emek sarfettikleri ve en önemlisi bilgi maliyetlerinin asıl değer ürettiği düzenleyici rant kapitalizminin klasik bir biçimidir (Birch, 2020; Harvey, 2010; Sadowski, 2020). Ancak dijitalizmin toplumsal meşruiyetinden dolayı platformlardan yararlananlar için de yadsınamaz verimlilikler de ortaya çıkmaktadır (Rietveld ve Eggers, 2017).

1950’lerde ortaya çıkan, yönetim felsefesinin değişeceği, örgütsel hiyerarşinin daha yalın ve yatay olacağı ve bundan dolayı orta düzey yöneticilere örgütlerde yer olmayacağı varsayımına dayanan bir görüş bulunmaktadır ((Leavitt ve Whisler, 1958). Giddens’in sosyal sistem kuramına göre teknolojik gelişmeler, örgüt gibi sosyal kurumları yapılandıracaktır (Giddens, 1984). Giddens’in bu görüşünden etkilenen yönetim bilimciler de teknolojinin istihdam ilişkilerini (Zuboff, 1988), örgütsel yapıyı ve kültürü (Edmondson v.d., 2001), örgütsel güç dengelerini (Schultze ve Orlikowski, 2004) ve iş akışını (Black v.d., 2004) etkileyebilecektir.

“Global köy” kavramını keşfeden Marshall McLuhan’a göre, televizyonun ve özellikle internetin keşfiyle beraber insan ilişkilerinden örgüt sistemlerine kadar dünyanın köklü bir değişime uğrayacağını ileri sürmüştür. McLuhan, iletişimin sık olduğu günümüz toplumlarında psikolojik ve sosyolojik birçok

sorun yaşanacağını iddia etmektedir. İnsanın en etkili düşünceleri bile ona ihanet etmekte sadece geçmişini anımsatmaktadır. Kaynaklarının öznelliğinden dolayı bilgiler dahi anlık değişimlere uğramakta ve adeta insana ihanet etmektedir. McLuhan, dijitalizmin etkisiyle iletişim araçlarının çoğalması ve çeşitlenmesinin insan bilincine tahakküm edilebileceğini ve bunun gündelik yaşamı doğrudan etki edeceğini belirtmiştir (McLuhan, 2005).

“Ağ toplumu” kuramını oluşturan Manuel Castells, dijitalizmin getirdiği ağ toplumunun insanlık üzerinde derin bir etki oluşturduğunu ileri sürmüştür. Ona göre aslında bu postmodern kapitalizmin getirdiği bir dönüşümdür. Castells, söz konusu yeni toplumun enformasyonla donatılmış yeni kapitalist ögeler etrafında temellendirildiğini iddia etmiştir (Castells, 2005). Gerçekten de dijitalizm, iletişimin yatay hale gelmesini sağlayarak eş zamanlı (senkron) veya eş zamansız (asenkron) biçimlerde, çoktan çoğa etkileşimli mesajların çok modlu değişimini içeren küresel yatay iletişim ağlarını oluşturmuştur. Günümüzde örgütler sadece yerel bağlamda değil, küresel ağ toplumunda faaliyet göstermektedirler. Çokuluslu şirketler, STK’lar veya dijital platformlar, güç ilişkilerinin yeniden üretildiği küresel iletişim alanında faaliyet göstererek güç vasıtası ile müzakere etmektedirler (Castells, 2007).

Vismann’ın “dosya merkezli bürokrasi” kuramı, dijitalizmin ortaya çıkardığı yeni iktidar biçimlerini anlamak için önem arz etmektedir. Ona göre devletin gücü siyasilerin otoritesinden ziyade dijitalizmin sağladığı belgeleri arşivleme, gizleme ve gerektiğinde bunları ortaya çıkarma tekniğinden ileri gelmektedir. Zira dijital dosyalama sistemleri, veri tabanları ve algoritmik arşivleme uygulamaları, modern örgütlerde kimin hangi bilgiye erişeceğini, bilginin nasıl dolaşıma gireceğini ve nasıl sınıflandırılacağını belirleyerek örgütsel güç ilişkilerini yeniden şekillendirmektedir (Vismann, 2008).

Clegg, Courpasson ve Phillips’in (2006) belirttikleri gibi “nefes için oksijen ne ise örgüt için de güç odur”. Fleming ve Spicer’e (2014) göre ise güç, örgütsel yaşamın endemik bir parçasını temsil etmektedir. Daha eski tanımlamalarda ise güç; kişinin güç elde etmek ve başkalarının karar ve davranışlarına etki altına almak için kullandığı tüm argümanların bileşkesidir (Dahl, 1957: 203); kişilerin örgüt içerisinde büyümelerini veya istikrarlarını sağlamak için elde ettikleri şeydir (Follett, 1924). Güç kavramına dair devrim niteliğinde fikirleri olan Foucault’ya göre güç, ilişkisel ve üretkendir. Bireysel içselleştirme mekanizmalarından dolayı gözetim ve kontrol kavramları öz-gözetim ve öz-kontrol kavramları haline gelir (Foucault, 2006).

Oldukça geniş veri tabanlarına dayanan ve çok çeşitli uygulamalara dayanan dijitalizmin gelişmesi, yeni güç kanallarına ve kontrol biçimlerine

işaret etmektedir (Lyon, 2003). Dijitalizmin getirdiği güç ve kontrol kavramı, teknolojilerin kullanımının sebep olduğu herhangi bir etkinin nasıl ve nedenini anlamak açısından kritik derecede önem taşımaktadır (Rose, 2014). Bazı araştırmacılar dijital güç ve kontrol kavramının teknoloji bilimi ve yönetim bilimine göre farklılık gösterdiğini öne sürmüşlerdir (Meyer, 2019; Nielsen v.d., 2016). Yönetim bilimi, dijitalizmi güç pekiştirme çerçevesinden araştırmaktadır (Norris ve Reddick, 2013). Buna göre hali hazırda demokrasi ile birlikte avantajlı konumda bulunan bireyler ve örgütler, teknolojilerin kullanımını kendi lehlerinde tasarlayabilmektedirler. Bu sayede dijitalizmin uygulanması, yöneticiler için aslarını ve vatandaşları kontrol edip onlar üzerinde güç elde edebilme olanağını tanımaktadır (Gray, 2001; Kling ve Iacono, 1984; Kraemer & King, 2006).

Örgütsel güç ve kontrol, adeta birbirinin tamamlayıcısı konumundadır (Reed, 1996) ve bu yönüyle güç ve kontrol birbiriyle bir çok noktada çakışır zira güç, kendini kontrol biçiminde ifade etmektedir (Hatch, 2018). Whitson (2014) da aynı şekilde bu duruma gönderme yapar: “güç, bir kişinin diğerinin eylemlerini etkileyip kontrol edebildiği insanlar arasındaki bir ilişkidir. Şiddetli veya baskıcı olmaktan ziyade üretkendir. Bir özgür özneyi, aksi halde yapmayacağı bir şeyi yapmaya yönlendirmeyi içerir. En yalın haliyle güç, azınlığın çoğunluğu kontrol etmek için uyguladığı eylem ve davranışların tümüdür. Zira örgüt içerisinde sayıca oldukça az olan üst yöneticilerin, sayıca çoğunluk olan astlar üzerinde yaptırım gücü olması bunu kanıtlamaktadır (Stanton ve Stam, 2003). Giddens’tan etkilenen Brocklehurst (2001), örgüt içerisindeki egemenlik yapısının daima kırılğan olduğunu, dolayısıyla sürekli eylemler vasıtasıyla yeniden üretilmesi gerektiğini iddia eder. Bunun anlamı şudur: Ast durumda olan aktörler, hiçbir zaman kaynaklardan yoksun olamazlar ve hakim koşulların üretim gücünü daima kontrol altına almak isteyeceklerdir.

Örgütsel güç ve kontrol, aynı zamanda kaynak bağımlılığı ile ilişkilidir. Buna dair en bariz örnek Orta Ölçekli Küçük İşletmelerin (KOBİ), büyük çok uluslu şirketlere (MNE) bağımlı tedarikçi olmalarıdır (Murphree & Anderson, 2018). Ancak bu klasik bakış açısı dijitalizmin yeni bir paradigma halini almasıyla dönüşüme uğramıştır. Bu sayede bağımlı olan tedarikçiler, dijitalleşme sayesinde yeni ikame bilgi ve ürün elde edebilmektedirler (Tilson v.d., 2010). Zira dijitalizm, bilgiyi daha modüler hale getirir, çıktı elde etmek için daha örgütü daha kurumsal düzen haline getirir, örgütler arası işbirliğinin artmasını sağlar ve teknolojinin getirdiği üretkenlik sayesinde kaynak kısıtlarının azaltılmasına yardımcı olur (Banalieva ve Dhanaraj, 2019; Nambisan v.d., 2019).

Till örgütlerin dijitalizmi kullanırken kar maksimizasyonuna yönelik çıktıların elde edilmesi ile birlikte öz-yönetim, öz-disiplin ve öz-değerlendirme elde etmek olduğunu ileri sürmektedir (Till, 2018). Bu sayede çalışanlar hem mutlu hem de üretken bir kimliğe bürüneceklerdir (Till, 2018: 235). Whitson ise çalışanların daha fazla çıktı elde edebilmek için sorumluluk almaları gerektiğini, bunun için öz-yönetimin ve oyunlaştırmanın (gamification) teşvik edilmesi gerektiğini iddia etmektedir (Whitson, 2014: 353).

Tüm bunlara karşın dijitalizmin tüm “öz” uygulamalarını “esnek sömürü” olarak gören araştırmacılar da bulunmaktadır (Gray, 2004). Örneğin Fleetwood’a göre dijitalizm ile uyumlu olarak çalışanlar tarafından talep edilen ve çalışan dostu olarak görülen uzaktan çalışma sistemi de en başta pratik ve esnek olarak görülmektedir. Ama tüm bunlar yönetsel denetimin pekiştirilmesinden ve emek sömürüsünden başka bir şey değildir (Fleetwood, 2007).

Dijitalizmin örgütler üzerine getirdiği ve derinleşen asıl sorun, yeni tip iletişimin ortaya çıkardığı postmodernist örgütlenme ve bunun getirdiği ancak farkına varılması zor olan etkilerdir. Zira dijital örgütlenmeler içerik ve fikirlere çok önem vermez, onun asıl dikkate aldığı iktidar gücü ve bunun nasıl elde edileceğiyle ilgili hesaplamalardır (Peters, 2016). Dijitalizm görsel olarak topluma göndermek istediği bilgileri manipüle olanağı tanır. Bu başarılı olduğunda dijital örgütler kendi örgütlenmelerini geliştirirler ve adeta makine haline gelir. Nihai olarak tüm veriler işlenip topluma entegre edilir ve “talimat seti” halini alır (Peters, 2016). En başta iletişim için oluşturulan ancak daha sonra insanın mahremine kadar giren sosyal medya platformları vasıtası ile oluşturulan veriler, yaşamın en küçük teferruatlarının bile veri haline gelmesiyle yaşamın nabzının kaydedildiği ve matematiksel hesaplamalar ile ticari metaya dönüştürüldüğü bir veri devrimini başlatmıştır (Kallinikos ve Constantiou, 2015). Örneğin dijitalizm vasıtası ile her bir çalışanın performansı ayrıntılı hale getirilerek bir cihaza kaydedilir, yani “bilimsel yönetim” anlayışının getirdiği denetim ve komuta mekanizması teknolojiye uyarlanarak “Dijital Taylorculuk” üretilir (Taska, 2017).

Örgütsel hale gelen dijitalizm, en büyük gücünü “toplumu sürekli manipüle etmek” üzere kullanır. Bireyler manipülatif bilgileri kendi imajlarında “yakalama” biçiminde şekillendirirler. Dijital örgütler ilk olarak kullanıcılara ait bilgileri sensörler aracılığıyla veri tabanlarında toplayıp işlerler. İkinci olarak örgütsel prosedürleri sembolik olarak ifade edebilir ve yeniden üretebilirler. Dijitalizm ilkinde manipülatif eylem, ikincisinde insan hayatını standartlaştırma işlevini görür. Muhasebe standartları, dijital müşteri yönetimi, üretim yazılımları gibi tüm çıktılar günlük pratikleri gerçek zamanlı

olarak izleyen, düzenleyen ve yönlendiren bir kontrol mekanizmasının en bariz örnekleridir (Agre, 1994: 109).

Dijital platformlar ilk ortaya çıktığında ona ilk ortaya getirilen eleştiriler “bağımlılık derecesinde” olmamıştır. Zira platformları geliştirmek üzere tasarlanmış sofistike algoritmalara artan bağımlılık (Cameron, 2024; Rahman v.d, 2024) neticesinde dijital platformların adeta bir savaş alanına döndüğü gerçektir. Dolayısı ile dijital platformların kontrolü oldukça zorlaşmaktadır (Ricart v.d., 2020; Thomas v.d., 2021).

İşletmelerin kontrol edilip yönetildiği sistem kurumsal yönetim olarak bilinir. Kurumsal yönetim, dijital platformlar vasıtası ile güç kazanır. Bu yönü ile işletmelerin verilerinin gizliliği, yönetim yapıları, içerik denetimi ve algoritmik şeffaflık gibi konularda alınan tüm stratejik kararları kurumsal yönetim şekillendirir. Bu açıdan bakıldığında dijital platformlar bir nevi bekçi görevindedir (Radu, 2019). Ancak dijital platformlar önceliği kamu çıkarı yerine işletme karlılığına vermektedir ve bu açıdan bakıldığında spekülative hareketlere açık hale gelmektedir (Kenney ve Zysman, 2020). Dijital platformlarda yer alan kullanıcı verileri, algoritmalar ve ağ etkileri vasıtası ile düzenlenir. Piyasadaki diğer şirketler de piyasa hakimiyetini dijital platformlarda yer alan nihai tüketicilerin davranışlarını yönlendirerek sağlarlar. Dijitalizmin bu derece güçlenmesi, devlet gibi geleneksel düzenleyici kurumları oldukça zorlamakta ve ticari rekabet ve demokratik yönetim hakkında endişelere neden olmaktadır (Van Dijck v.d., 2018). Kaldı ki dijital platformlar, demokratik veya meşruti bütün rejimlerde siyasi süreçleri etkilemektedir. Dijital platformu aracı olarak kullanan işletmelerin kamu politikalarını ve toplumsal normları şekillendirmede kritik bir rol oynadığı yadsınamaz bir gerçektir. Devletler tüm bunları engellemek için ardı ardına yasal düzenlemeler yapsalar da kesin bir çözüm sağlamış gözükmemektedirler (Napoli, 2019).

Dijitalizm sadece yönetim, egemenlik ve örgütsel kontrol anlayışını değiştirmekle kalmamış aynı zamanda güç alanlarının dağılımını da dönüştürmüştür. Günümüzde dijitalizm sadece verileri elde etme ve işleyişi gibi basit bir eylem olmaktan çok siber savaş alanında kendini göstermektedir. Zira devletler arasında gelişen siber savaş, dijitalizmin güç odaklarının nasıl değiştiğinin kanıtıdır (Bollerman, 2024: 28). Devletler söz konusu dijital gücü elde etmek ve kontrolü sağlamak için işletmeler gibi inovatif yatırımlar, siber kanunlar ve dijital alt yapı çalışmaları yapmaktadır. Ancak dijitalizm, gücü ve kontrolü devlet tekeline bırakmamaktadır. Devletler eskisi gibi sadece kendi aralarında değil aynı zamanda küresel ölçekli dijital şirketlerle de güç ve kontrol çatışması yaşamaktadır (Floridi, 2020). En önemlisi dijitalizm, hem

kamu yönetimini hem de işletmeleri modern yönetim anlayışında olduğu gibi statik ve reaktif değil, dinamik ve proaktif olmaya zorlamaktadır.

Dijitalizmin bu kadar güçlenmesi sonucunda kullanıcıların/nihai tüketicilerin arzu ettikleri şey, devletin veya işletmelerin hesap verebilme ve denetim mekanizmalarını çalıştırmalarıdır. Dijital platform sahiplerinin/hissedarlarının toplumsal sorumluluktan ziyade kar marjlarını ön plana koymaları, kontrolsüz ve monopol büyüme gerektirecek ve toplumsal sorunların artmasına neden olacaktır. Kaldı ki monopol büyüme sonucunda dijital platformlar adeta tekel devlet gibi hareket etmektedir (Zuboff, 2023). Taplin (2017) ise bunun çözümü için dijitalizmin oluşturduğu sorunların uluslararası hukuk sistemine girmesi gerektiğini ve bu doğrultuda anti-tröst ve veri gizliliği yasalarının uygulanmasını ve şeffaflığın tamamen sağlanmasını, küresel ölçekte dijital platformların sorumluluklarının netleştirilmesi ve denetlenmesiyle mümkün olabileceğini belirtmektedir. Devletler üçlü bir entegrasyon yapmalıdır: Devlet dijital egemenlik sınırlarını belirlemeli, kurumsal yönetim eşgüdümlü hale getirilmeli ve dijitalizmin getirdiği sonuçlar toplumla uyumlu hale getirilmelidir (Taplin, 2017).

1. Dijital Çağda Bilgiye Sahip Olmanın Politik Etkisi

21. yüzyıl itibarı ile bilgi ve bilimsel bilgi etrafında şekillenen yeni bir uygarlığa geçiş süreciyle birlikte derin bir dönüşüm yaşanmaktadır. Çok yakın bir geçmişe kadar gücün temelini şiddet veya servet oluştururken, günümüzde bilgi ve enformasyon bu rolü üstlenmiştir. Bu bağlamda, bir örgütün bilgi altyapısının ve bilgi üretim kapasitesinin sağlamlığı, o örgütün gücünü ve etki alanını belirleyen temel unsurlar haline gelmiştir. Alvin Toffler, söz konusu dönüşümü *Üçüncü Dalga* olarak adlandırmaktadır. (Toffler, 1980). Geleneksel epistemolojik yaklaşımlara göre bilgi, yoğun entelektüel eylem sonucunda elde edilen sistematik bir faaliyetir (Süleyman, 2021: 486). Toffler' göre ise bilgi; veriler, çizimler, hayaller, tutumlar, değerler ve toplumun diğer simgesel ürünleridir. Yani bilgi, insanların çevrelerini anlamlandırmak ve onlarla etkileşim kurmak için tüm simgesel yelpazelerin bütünüdür. Bilimsel bilgi ise varsayımlar, değerler, imgeler, heyecan/ajitasyon gibi koşulların yanı sıra teknik bilgideki yetkinliği kapsamaktadır (Toffler, 1990).

Dijitalizm ile alakalı bilgi ve güç ilişkisini inceleyen bir başka filozof Lyotard, bilgiyi anlatısal bilgi (toplumsal hikayeler ve geleneklerle gömülü olan bilgi) ve bilimsel bilgi (biçimsel hale gelen teknik bilgi) olmak üzere ikiye ayırmıştır (Lyotard, 1997). Bilgi, bilişsel bir süreçtir ve insan zihni de manipülasyonlara açık olduğu için dijitalizm ve bilgi vasıtası ile bireyler, bir

konuda ikna edilebilir. Lyotard'ın bu çıkarımı, Toffler ile benzerlik gösterir (Lyotard, 1997). Toffler, komuta ve itaat ilişkilerinin oluşturan üç temel güç türü olduğunu belirtir: Şiddet gücü, servet gücü ve bilgi gücü. Ona göre bu güç türleri niteliksel olarak birbirinden farklılık göstermektedir. Şiddet esneklikten yoksundur ve en düşük niteliktedir, servet ise belirli bir esneklik sunar ve bilgi ise sonsuz esnekliktedir ve bu özelliği ile en nitelikli güçtür. Toffler, bilgiye dair şu değerlendirmeyi sunar: “Bilgi, diğer tüm kaynakların yerine ikame edilebilir, o asla tam olarak satın alınamaz ve sonsuza kadar kullanılabilecek değerler bütünüdür.” (Toffler, 1990: 72).

Bilgi fiziksel olarak çoğaltılabilen bir şeydir, bilhassa dijital iletişim ağları vasıtasıyla daha fazla bilgi üretilir. Toffler, en önemli küresel devrimin üçüncü dalga uygarlığının olduğunu belirtip dijitalizmi merkeze yerleştirir. Devletlerin ya da işletmelerin bilgiyi kısıtlamaları, bireyleri geri kalmışlığa mahkum eder. Dijitalleşme, yalnızca ekonomiyi değil siyaseti de dönüştürür. Kitle iletişim araçlarının ötesinde dijital platformlar, toplumların yönlendirilmesinde, kültürel üretimde ve uluslararası ilişkilerde belirleyici hale gelir. Bu açıdan dijitalizm, Üçüncü Dalga'nın en görünür pratiğidir (Wenster, 2014).

Toffler, modern zamanda olduğu gibi ülkeler arasında zengin-gelişmekte olan-fakir, kuzey-güney, liberal-devletçi gibi ayrımların değil bilgiyi yönetime hızlı uyarlayabilen ve uyarlayamayan şeklinde ayrımlar olacağını savunur (Toffler, 1984). Örgütler için hammadde yakınlığı ve ucuz iş gücü gibi stratejik ayırt ediciler dijital bilgi çağında geçersiz olacaktır. Dijital bilgi çağında, üst-simgesel konumda olan bilgiye karşılık salt servet gücü artık yalnızca sıradan bir simgesel düzeyde kalacaktır. Kapitalist ülkelerin birinci dalgada yer alan gelişmekte olan ülkeleri engellemelerine karşın bilginin gücünün farkında olan bu devletler, üçüncü dalgaya sıçrayabileceklerdir (Gibson, 2006).

Dijital çağda bilginin politik bir güç olarak ortaya çıkmasında en önemli unsur dijital medya araçlarıdır (Jungherr v.d., 2017). Dijitalizm ile siyasal katılım üzerine yapılan çalışmalar, dijital medyanın toplumu ikna edici özelliklerin oldukça baskın olduğunu göstermektedir (Loader & Mercea, 2011; Valenzuela, 2013, Chen, vd., 2016). Öyle ki dijital medya insanları bilinçlendirici bilgiler sunmakta, onların çevreleri ile siyaset ve benzeri konularda fikir alışverişinde bulunmasına olanak sağlamakta ve nihai olarak onları kamusal faaliyetlere katılım için motive etmektedir (Shmargad & Klar, 2019). Castells'in ağ tabanlı toplumsal hareket kuramından etkilenen Bennet ve Segerberg'in (2012) bağlayıcı eylem mantığı kuramına göre dijital araçların kullanımı ile yurttaşların katılımcı eylemleri arasında olumlu ilişkiler bulunmaktadır. Dijitalizmin etkisi ile ortaya çıkan büyük veri (big

data) aynı zamanda toplumlardaki dinamik ilişkileri gözlemlemek için yeni fırsatları ortaya çıkarmaktadır (Hargittai, 2015).

Büyük veri, dijital bilgi edinmenin tam merkezinde yer alır. Zira kullanıcıların internet üzerindeki geçmişlerini (girmiş oldukları sitelerin içerikleri, hangi konuları araştırdıkları, ne tür alışverişleri yaptıkları, lokasyon verileri, finansal ve mali hareketler gibi) kapsayan devasa bilgi topluluğunun adıdır (Zuboff, 2023). Teknik olarak örnek verilecek olursak deep packer inspection, operatörlerin internet trafiğini (sosyal medya, e-mail, uygulamalardan ve tarayıcılardan gelen içerikler) izlemesine ve devletin bunları kontrol edip yönlendirmesine olanak tanır (Fuchs, 2013). Devlet organları, gözetimini belirli bir amaca yönelik yapmaktadır. Hatta üst yönetimde görev alan bir bakanın performansı, yetenekleri ve sorunlara yaklaşımı hakkında bilgiler verir (Gunitsky, 2015: 48).

Dijitalizm göz önüne alındığında devletlerin, kamuoyunda güç kazanmak için geleneksel yollardan farklı stratejiler izlediği görülmektedir. Öncelikle devlet için önemli olan bilgiyi kontrol etmek ve gerekirse kamuoyuna aktarmaktır (Earl, 2003: 57). Demokratik rejimler dahil devletler, geleneksel olarak bazen sansüre başvurmak zorunda kalmaktadırlar. Ancak devlet temelli medya sistemleri, devlet ile medya kurumları arasındaki sinerji ve sosyal medya üreticileri ile işbirlikleri gibi daha sofistike ve dolaylı yöntemler öne çıkmaktadır (Qin v.d., 2018; Stockmann ve Gallagher, 2011; Mcmillan ve Zoido; 2004).

Geleneksel propagandada amaç davranışları, tutumları, görüşleri ve inançları değiştirmek iken bilgi yönlendirmesinin amacı tüm bunları uzun vadede dönüştürmektir. Bu açıdan bakıldığında geleneksel propaganda eleştirisi ile birlikte örgütlerin asıl hedefi dijitalizmi bilgi yönlendirmesi biçiminde kullanmaktır (Roberts, 2015). Bilgi yönlendirmesi, özellikle toplumsal gündemin çerçevelenmesi (agenda-setting) ve anlamlandırılması (framing) noktasında kritik bir rol oynamaktadır. Dijital platformlarda hangi konuların öne çıkarıldığı, hangi anlatıların görünür kılındığı ve hangilerinin arka planda bırakıldığı, kamuoyunun uzun vadeli düşünsel yönelimlerini şekillendirmektedir (Castells, 2009). Böylece devletler, örgütler veya şirketler, dijital araçlar sayesinde yalnızca bireylerin anlık davranışlarını değil, aynı zamanda onların zihinsel haritalarını ve geleceğe dair algılarını da dönüştürebilmektedir.

Bilgi yönlendirmesi sansürden veya erişimi engellemekten/sınırlamaktan oldukça farklı ve çok daha zorlu ama stratejik bir süreçtir. Veri bilimciler bunu aktif angajman olarak adlandırırlar (Deibert v.d., 2010). Günümüz iktidarları tarafından tercih edilen bir yöntemdir; zira bilgiye teknik olarak

erişilememesi bir demokrasi ihlalidir ancak dikkatleri içerikten uzaklaştırmak ya da içeriği başka bilgilerle boğmak daha pragmatiktir ((Deibert, 2015). Devletlerin açık ve bilgi temelli bilgi yönlendirme stratejileri, aktörlerin kamuoyunun dikkatini başka yöne çekmek veya toplumsal hareket bilgilerini gizlemek için bilgi üretmeleri ile ortaya çıkmaktadır (Munger v.d., 2015).

Geleneksel propaganda ve sansürden farklı olarak devletlerin bilgi yönlendirme stratejilerini kullanmalarına dair en bariz üç örnek seçtim. Hadiselerin meydana geldiği Venezuela ve Kazakistan'da ileri demokrasi yok, Suudi Arabistan'ın rejimi ise meşruti monarşi. Ancak kullandıkları yöntem bilgi yönlendirmesi. 2014'te Venezuela'da meydana gelen protestolara karşı hükümet, destekçilerini sokağa değil sosyal medyaya davet etti (Munger v.d., 2015). Halk ayaklanmasının başladığı günlerde Kazakistan Hükümeti'nin isteği doğrultusunda magazin ve spor figürleri, milyonlarca takipçiye ulaşan sosyal medya hesaplarında apolitik içerikler üretmiştir (Anceschi, 2015). Suudi Arabistan'da ise sık sık eleştirilen Hükümet, bu durumu baskılamak için uluslararası bot hesapları kitlesel biçimde kullanmaktadır (Leber ve Abrahams, 2019). Demokratik Ulusal Komite'ye ait hacklenmiş e-postaların WikiLeaks tarafından sızdırılması, özel bir aktör tarafından gerçekleştirilen açık bir bilgi yönlendirme stratejisine örnektir. ABD'deki ana akım medya, bu sızıntıyı haberleştirince konu uluslararası tartışılır hale gelmiştir. Kaldı ki, ABD açısından bu kriz 2016 seçimlerinden önce gerçekleşmiştir. Söz konusu hadise, yeniden bilgi üretilmesi aracılığı ile bilgi yönlendirmesinin daha geniş bilgi ekosistemini nasıl yeniden şekillendirebileceğini göstermektedir (Earl v.d., 2022).

Nihayetinde bu örnekler, bilgi akışının özgürleşmesinin çoğu zaman farklı aktörlerin kontrolü altına girdiğini ortaya koymaktadır. Oysa dataizm doktrini, bilginin serbest dolaşımını 'en yüce değer' olarak tanımlamakta ve bunu dijital çağın özgürleştirici ideali olarak sunmaktadır. Dataizm doktrinini ilk ortaya atan Yuval Noah Harari'ye göre özünde bu durum içgüdüsel olarak meydana okumadır (Hariri, 2017). Ancak günümüzde sosyal ağ hizmetleri kişilerin neyi tüketmesi ve takip etmesi gerektiğine karar verme yeteneğine sahip oluşum haline gelmişlerdir. Çoğu sosyal ağ algoritması, belirli bir platformda gerçekleşen olayların kronolojik bir özetini sunmaktan ziyade, etkileşim yaratma olasılığı en yüksek olan içeriğe öncelik verecek şekilde tasarlanmıştır(Zuboff, 2023).

Literatürde bilgi yönlendirmesinin, kimi zaman demokratik katılımı artırmaya hizmet ettiği, kimi zaman ise dijital baskıyı güçlendiren bir unsur olarak öne çıktığı görülmektedir (Sunstein, 2017; Tucker vd., 2017). İletişimin dijital hale gelip çeşitlenmesi bilgi yönlendirmesini ve akışını hızlı

hale getirmiştir. Dijital çağda bilgi sadece erişim nesnesi değil, aynı zamanda aktörlerin gücünü belirleyen ve gücün pekiştirilmesinde en kritik stratejik araçlardan biridir (Diamond, 2010). Dijital çağda bilgiye sahip olan aktörler adeta stratejilerle donanmış politik sonuç üretirler. Zira mevcut iktidarlar bilgi yoğunlaşmasına girerek kendilerine stratejik yol çizerler (Dresden ve Howard, 2016). Bu tür stratejiler, bilgi manipülasyonu şeklinde olursa dengesiz siyasal alanların ortaya çıkmasına ve politika yapıcılarının üzerinde yapısal kısıtların artmasına neden olur (Hartmann ve Noesselt, 2019). Ancak stratejiler iyi birer amaca yönelik de uygulanabilir. Toplumsal şeffaflığın sağlanması, bilgi manipülasyonunun önüne geçilmesi ve kamusal alanın güvenilir bilgiyle beslenmesiyle mümkün olabilir. Aksi takdirde dijital çağın getirdiği bilgi yoğunluğu, demokratik katılımı desteklemek yerine seçici bilgilendirme, dezenformasyon ve yönlendirilmiş gündemler aracılığıyla siyasal meşruiyetin zedelenmesine yol açar. Bu bağlamda, bilgiye sahip olmanın yalnızca teknik bir güç değil, aynı zamanda toplumsal ilişkilerde eşitsizlik üreten bir mekanizma olduğu açıktır. Dolayısıyla bilgi kontrolü, modern dönemde hem demokratikleşmenin hem de otoriterleşmenin temel belirleyicilerinden biri haline gelmiştir (Brancati, 2014; Claassen, 2020).

Geçmişte yapılan birçok çalışma dijital unsurların propaganda ve indoktrinasyon faaliyetlerinde (Huang, 2015), siyasal yapıların yönetsel yetkinliğinin anlamlandırılmasında (Rozenas ve Stukal, 2019), kriz ve kaos anlarında toplumsal dikkati başka yöne çekilmesinde (King v.d., 2017) ve toplumsal öfkenin yönlendirilmesinde kullanıldığını (Mattingly ve Yao, 2022) ortaya çıkarmıştır. Klasik bir yöntem olarak sansür, kamusal söylemin silinmesi ve denetlenmesi aracılığı ile bireylerin fikirlerinin hatta davranışlarının şekillendirilmesinde merkezi bir araç iken günümüzde yöneticilerin uygulayacakları bir politikanın belirlenmesinde stratejik bir araç haline gelmiştir. Siyasetçiler ve bürokratlar bu şekilde davranarak politikanın halk tarafından nasıl karşılanacağını ve bunu nasıl biçimlendireceklerini görmek isterler (King v.d., 2017).

Dijitalizmin günümüze getirdiği en büyük yeniliklerden birisi kamuoyu için en büyük laboratuvar olmasıdır. 1996 ABD ve İngiltere seçimlerinde dahi önemli bir araç olan dijitalizm günümüzde çok daha büyük bir stratejik konumdadır (Anderson, 2021). Bu açıdan bakıldığında yöneticilerin sosyal medyanın etkisini göz ardı etmemeleri gerekmektedir (King v.d., 2017). Kaldı ki Arap Baharı, 2022 İran protestoları, 2020 Hong Kong olayları, 2020’de ABD’de gerçekleşen Black Lives Matter hadiseleri gibi örneklerde görüldüğü üzere klasik sansür çözüm sağlamamış tam tersi kaos ortamını alevlendirmiştir. Kullanıcılar şifreli mesaj uygulamaları ile organize olmuşlardır (Wijermars ve Lokot, 2022).

Dijital bilgi ve enstrümanlarını stratejik olarak en iyi uygulayan ülke Çin Halk Cumhuriyeti'dir. Hem sert hem de yumuşak dijital politikalarla halkı kontrol etme ve yönlendirmede oldukça başarılı olmuş ve Çin Komünist Partisi gibi otokratik bir yönetimin bile güçlenmesine katkıda bulunmuştur. Çin, batı ülkelerindeki sosyal medyanın benzer türlerini kendi kontrolü altında olan yerli muadillerini geliştirmiştir. Bu strateji hem bilgi akışını denetleme hem de yurtiçi dijital egemenliği pekiştirme amacına hizmet eder (Kalathil ve Boas, 2010; Lee ve Liu, 2012). Özellikle TikTok uygulaması küresel pazarda yerini bulmuştur. Dijitalizmin artık uluslararası arenada diplomatik bir araç olduğuna dair en güzel örnek de ABD başkanı Trump'ın TikTok uygulamasını Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'ten satın almak istediğini açıklamasıdır. Kaldı ki Çin sadece kendi ülkesinde değil hemegonya kurduğu tüm ülkelerde dijital kontrolü kendi altında sürdürmektedir. Barı destekli Myanmar Devlet Başkanı Ang San Su Çi'nin askeri darbeyle devrilmesi ve sonrasında ülke içerisinde gerektiğinde sansür ve bilgi yönlendirmesinin sağlanması neticesinde Çin, Myanmar'da kendi hegemonik gücünü resmen ilan etmiştir (Padmanabhan v.d., 2021).

Bir başka güçlü bir örnek olarak Rusya Federasyonu verilebilir. Rusya'nın defalarca 2016 ABD seçimine müdahale ettiğine dair iddialar öne sürülmüştür. Özellikle sosyal medya platformları üzerinden yürütülen dezenformasyon kampanyaları, sahte hesaplar ve bot ağları aracılığıyla kamuoyunun manipüle edildiği ileri sürülmektedir. Hatta Black Lives Matter hareketindeki bilgi yönlendirmelerinin Rus bilişimciler tarafından yaptırıldığı ABD basını ve senatosu tarafından dile getirilmiştir. Rusya-Ukrayna Savaşında da Moskova yönetimi iç ve dış propagandalar ile bilgi yönlensirmesi sağlamıştır (Allcott ve Gentzkow, 2017; Dawson ve Innes, 2019; U.S. Senate Select Committee on Intelligence, 2019, Mader v.d., 2022). Rusya da, rejimin hayatta kalmasına katkı sağlayan iç ve dış propagandalar bağlamında kapsamlı biçimde incelenmiştir (Mader, Marinov ve Schoen, 2022).

2.Algoritmik Yönetim

XXI. yüzyıl yönetim bilimi açısından geçmiş dönemlere göre oldukça dönüştürücü bir döneme işaret etmektedir. Hemen hemen her dönemde olduğu gibi bu dönemde de başta mühendisler ve yönetim bilimciler vardır. Söz konusu mühendis ve yönetim bilimcilerin üzerinde çalıştıkları hareket algoritmik yönetimdir (Stark ve Pais, 2020). İlk çıktığında Dijital Taylorculuk ile ilişkilendirilen algoritmik yönetim, makineler sonsuz defa öğrenme kapasitesine sahiptir (O'Connor, 2016). İnsanları programlanabilir makine olarak gören dijital taylorizm ise eskisi kadar kapsamlı açıklamalar sunmamaktadır (Noponen vd., 2023). Algoritmik yönetim ideolojilerden,

mühendislikten hatta kar marjlarından çok daha fazlasıdır. Zira klasik bir şekilde işveren-işgören, tedarikçi-tüketici rolleri ve ilişkilerini yeniden incelemekle kalmaz, aynı zamanda dönüşmesine aracılık eder.

Algoritmik yönetim her ne kadar 2000'li yılların başında tartışılmaya başlansa da konu hakkında ilk sistematik tanımı Lee ve arkadaşları (2015) tarafından yapılmıştır. Onlara göre algoritmik yönetim yönetsel işlevleri üstlenen yazılım algoritmaları ve algoritmaları pratikte destekleyen kurumsal araçlardır. Örgüt kuramları literatüründe yeni gibi görünen algoritmik yönetim, amacı ile itibarı ile oldukça eskidir. Zira çalışanları otomatik kontrol etme fikri 19. Yüzyılın sonlarına dek uzanmaktadır. (Altenried, 2020). Kaine ve Jossrand'a (2019) göre algoritmik yönetim emeğin makineler tarafından yönetilmesi sürecidir. Kısaca yönetsel bir görev dijitalizm ve teknoloji tarafından yapılıyorsa örgütte algoritmik yönetim var demektir. Möhlmann ve Zalmanson (2017) algoritmik yönetimi çalışanlar üzerinde yazılım algoritmaları tarafından yürütülen gözetim, yönetim ve kontrol uygulamalar biçiminde tanımlayıp, algoritmanın beş özelliğini belirtmişlerdir: Çalışanların sürekli izlenmesi, sürekli performans değerlendirmesi, düşüş şeffaflık, çalışanların teknolojik ve dijital iletişimi ile kararların otomasyonlaşması. Aynı şekilde Jarrahi ve Sutherland (2019) algoritmaların büyük çalışan kitlelerinin yönetmelerine atıfta bulunarak algoritmik yönetimi dijital platformlarda, çok büyük çalışan ve tüketici gruplarını otomatik şekilde örgütleme ve eşgüdümleme yöntemi şeklinde tanımlamışlardır. Duggan ve arkadaşları (2020) ise bu tanımları bir adım daha ileriye taşıyarak algoritmik yönetimin döngüsel olduğunu ve çalışanları kontrol eden algoritmaların yine çalışanlardan gelen verilerle geliştirildiğinin altını çizmiştir.

Nilsen ve arkadaşları (2022), algoritmik yönetimin örgüt çalışanları ve onların işine aracılık eden algoritmalar arasında sürekli etkileşim sonucu ortaya çıkan sosyo-teknik bir süreç olarak tanımlamışlardır. Bu tanım, algoritmaların özerk tarafına karşı çıkarak, algoritmik yönetimin salt bir şekilde teknolojik güçler tarafından şekillendirilmediğini aynı zamanda toplumun da ciddi katkıları olduğunu öne sürmüşlerdir. Algoritmik yönetim, birçok yönü ile postmodernizm ile ortak özellikler gösterir. Esneklik, özerklik, güçlendirme ve öz-yönetim gibi post-bürokratik biçimlerinin birçok yönü ile kesişmektedir (Lee ve Edmondson, 2017). Algoritmik yönetime dair ilk yaklaşımlar onun işyerinde kontrol ile ilişkilendirilmesi şeklindeydi ve bu yönü ile işgücünü örgütlemenin yeni bir yolu olarak görülmekteydi (Baiocco vd., 2022). Fakat algoritmik yönetimin bu bakış açısı personelin sıkı denetim altında çözülmesi ve parçalanmasına neden olduğu gerekçesiyle eleştirilmiştir (Birnbaum & Somers, 2023). Hatta algoritmik yönetimin bu tarafı dijital taylorizmin seviyesini de geçmiştir. Zira algoritmik yönetim,

kontrolün fabrikanın dışına çıkmasına, çalışanların evlerine dahi taşımıştır (Altenried, 2022).

Kontrol ve işgücü arasındaki ilişkiden sonra algoritmik yönetimin araştırdığı konu yönetsel karar alma süreçlerinin otomatikleştirilmesi üzerine olmuştur (Lee ve Edmondson, 2017). Birnbaum ve Somers (2023), insanlar tarafından yerine getirilen birçok işlevin algoritmik yönetim aracılığıyla da gerçekleştirilebileceğini ama en önemlisi yönetsel kararların da bu şekilde verilebileceğini öne sürmüşlerdir. Ancak bu görüşe karşı çıkan araştırmacılar da bulunmaktadır. Klasik algoritmik yönetim anlayışı örgüt için insan-makine ikiliği koyar. fakat eylemler sadece insan-makine arasında gerçekleşmez başka unsurlar da vardır (Stark, 2022). Algoritmik yönetim, sadece algoritmaları değil, insanlarla makinelerin oluşturduğu konfigürasyonları içeren algoritmik uygulamalardır. Algoritmik uygulamalar daha önce meslek erbablarının gerçekleştirdikleri birçok işlemi yerine getirebilir. Bu şekilde hem yönetsel işlevler dönüşür hem de mesleklerin sınırlarını ve karakteristiklerini yeniden şekillendirir (Power, 2022).

Huws (2016), algoritmik yönetimin sadece büyük işletmelerde değil ekonominin tüm sektörlerinde kayıtlı emek adını verdiği yeni bir örgütlenme paradigmasının olduğunu altını çizmiştir. Örgüt içerisinde sadece stratejik yöneticilerden, operasyonel yöneticilere ve işçilere kadar tüm çalışanlar sürekli gözetime ve kontrole tabi tutulmakta ve iş operasyonlarının gerçekleşmesi için herkesin çevrimiçi bir platforma bağlı kalması gerekmektedir. Ancak posmodernist yönetimin öne sürdüğü özerk ve esnek çalışma sistemi, algoritmik yönetim aracılığı ile klasik yöntemlerden bile çalışanı kontrol etme eğilimindedir (Fleming, 2017). Algoritmik yönetim sadece işletmelere değil bürokratik yönetim açısı ile kamu yönetimine de uyarlanmaya çalışılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında algoritmaların karar alma süreçlerini otomatikleştirdiği, veri akışını yönettiği ve örgütsel işleyişin mantığını dönüştürdüğü görülmektedir (Curchod v.d., 2020). Örneğin bir teknoloji işletmesine dair etnografik yöntemle yaptıkları çalışmada Valentine ve Hinds (2021), algoritmaların karar yapılandırmasının bürokratik sistemlerden temelde farklı olduğunu altını çizmişlerdir. Örgütsel yapıya bakıldığında bürokratik yönetim hiyerarşiktir. Algoritmik yönetim ise adhokratik yapılardır (Flyverbom, 2022).

Algoritmik yönetimin kamu yönetimine uyarlanmış biçimi, algoritmik yönetişimdir. Adem-i merkeziyetçiliğin, kendi kendini eşgüdümlemenin ve yönetime yüksek katılımın bir biçimi olarak karşımıza çıkan algoritmik yönetişim, çok sayıda girdiyi işleme gücünü ve yüksek derecedeki karmaşıklıkla ele alma kapasitesinin altını çizmektedir (Boulianne & Theocharis, 2018). Bu

açından bakıldığında algoritmik yönetim; toplumsal kapsayıcılık, çeşitlilik, katılım ve duyarlılık için yeni fırsatlar sunmaktadır (Schrape, 2019). Dijital iletişim araçlarının artması ve sosyal medyanın ortaya çıkması ile beraber kitlesel katkı (legislative crowdsourcing) fikri ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte vatandaşlarla politikacılar arasındaki ilişkiyi geliştirmek ve vatandaşın daha fazla sesini duyurması amacı ile açıkça geliştirilen sayısız algoritmik araç mevcuttur (Boulianne, 2015). Ancak tüm bunlara rağmen algoritmik yönetim genelde hiyerarşik kalmakta olup, bilgi asimetrisine maruz kalmaktadır (Kelty, 2017).

Algoritmik sistemlerin yapmış olduğu otomatik karar verme süreçleri, toplumda belirli bir gücü olan birey veya grupları korurken, marjinal gruplara karşı ayrımcılık yaptığı gerekçesi ile eleştirilmiştir (Noble, 2018). Ancak bu açıkça algoritmaya karşı önyargıyı gösterir. Zira bu sorunlar yönetim bilimlerinde çok eskiden beri tartışılmaktadır. Dijital medyada marjinal ve illegal faaliyetlerin artık sıradan bir hadiseymiş gibi gösterilmesi toplumdaki eşitsizlikleri ve güç yapılarının yansımalarını taşımaktadır. Algoritmik yönetimin ortaya çıkardığı bu yansımalar, daha adil bir düzenin nasıl sağlanabileceği üzerine düşünmek için önümüzde önemli bir fırsat sunmaktadır (Barocas & Selbst, 2016).

Algoritmik yönetim aynı zamanda dijital bilgi kavramının merkezinde yer almaktadır. Bir tedarik zinciri sitesinden ürün sipariş eden nihai tüketiciyi düşünelim. Tüketicinin tek tıklaması ile birlikte arka planda üretim ve pazarlama fonksiyonu için ürettikleri bir ürün sipariş edilmekte; kullanıcının tercihleri, kredi kartı bilgileri ile şahsi bazı bilgileri kaydedilmekte; bu bilgiler reklamcılara iletilmekte, satın alma işlemi diğer alıcı adaylarına sinyallenmektedir. Kaldı ki tüm bunlar gerçekleşirken nihai tüketicinin bu süreçten hiçbir bilgisi yoktur (Ritzer, 2018). Bu açıdan bakıldığında artık analiz edilen salt bir şekilde örgütler değil, örgütler ağıdır (DiMaggio, 2001). Bu durum, algoritmik yönetimin yalnızca içsel örgütsel süreçleri değil, aynı zamanda örgütler arası ilişkileri de belirleyen bir koordinasyon aracı haline geldiğini göstermektedir (Watkins & Stark, 2018). Artık üretimden lojistiğe, pazarlamadan tüketiciye kadar uzanan bütün süreçler dijital bilgi üzerinden senkronize edilmekte ve görünmez algoritmik mekanizmalar tarafından yönlendirilmektedir. Bu nedenle yönetim bilimi açısından odak noktası, tekil örgütlerin yapısından çok, veriye dayalı etkileşimlerle şekillenen ekosistem mantığına kaymaktadır (Zuboff, 2019). Böylece dijital çağda bilgi, hem bireysel tercihler üzerinden örgütsel kararları şekillendiren hem de küresel ölçekte pazar ve siyasal süreçleri dönüştüren merkezi bir güç kaynağına dönüşmüştür (Vallas & Schor, 2020).

Algoritmik yönetimin uygulandığı platformlar sadece sosyal medya ya da yayın platformları değildir. Online sistemin olduğu her yer algoritmanın adeta birer pazarı konumundadır (Stark ve Pais, 2020). Yani algoritmik yönetimin en karakteristik biçimi dijital aracılık (platformization) olmaktadır. Bu süreçte toplumsal, iktisadi, politik veya yönetsel faaliyet platformlar üzerinden algoritmik olarak yönetilecektir (Frenken & Fuenfschilling, 2020). Bilgiyi stratejik olarak kullanan algoritmik yönetim, doğrudan yönetim fonksiyonlarından eşgüdümleme (koordinasyon) ile ilgilidir. Bu özelliği ile dış aktörler ve dış çevre ile olan ilişkileri rahatlıkla yürütmeye yarar; tüketiciler, tedarikçiler ve diğer hizmet sağlayıcılar gibi (Cutolo & Kenney, 2021). Algoritmik yönetimin en büyük karakteristik özelliği şudur: İster ilk üzerinde çalışılan emek, ister yönetsel karar alma mekanizması, isterse müşteriler/tedarikçiler olsun süreç bütünseldir ve tüm aktörler kullanıcılar olarak adlandırılır (Airolti & Rokka, 2022). Algoritmik yönetim bağlamında kullanıcılar kavramı, farklı toplumsal ve örgütsel rollere sahip aktörlerin; çalışanlar, profesyoneller, müşteriler ya da tedarikçiler – ortak bir dijital ara yüz üzerinden aynı kategoriye indirgenmesini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, algoritmik sistemlerin heterojen aktörleri tek bir veri tabanı mantığında analiz etmesine ve onları standartlaştırılmış davranış kalıpları üzerinden yönetebilmesine olanak tanır. Dolayısıyla ‘kullanıcılar’ ifadesi, algoritmik yönetimin aktörleri eşitleyen ve yeniden yapılandıran karakteristik özelliğini temsil etmektedir (Kellogg v.d., 2020).

Algoritmik yönetim, bilgi (information) ve güçlendirme (empowerment) ile gerekirse uyumlu, gerekirse çatışma halindedir. Sürekli güncelleme mantığı ile hantallaşmış bürokratik katılığa karşı çıkar. İlk bakıldığında oldukça özgürlükçüdür. Ancak burada özgürlüğün dijital sosyal medya platformlarına ve uygulamalara atfedildiği görülebilir (Peck & Phillips, 2020). Postmodernizmin ortaya çıkardığı anlatıların algoritmik yönetime uyarlanmış hali, teknolojik özgürlük kavramıdır. Bu anlatıdan ibarettir, zira algoritmik yönetim tekelcidir. Kısaca algoritmik yönetim, bürokrasinin dijitalizm ve piyasa ile bürünmüş halidir (Farrell & Fourcade, 2023).

Algoritmik yönetim, yalnızca işletmelerin tüketicilerle kurduğu ilişkiyi veya kamu yönetimlerinin seçmenlerle olan etkileşimini dönüştürmekle sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda örgüt içi karar alma süreçlerinde de belirleyici olmaktadır (Latzer ve Festic, 2019:2). Çalışanların performanslarının ölçülmesi, işe alım süreçlerinin yürütülmesi ya da kamusal kaynakların dağıtımı gibi alanlarda algoritmaların artan rolü, güç dengelerinin yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır (Leange v.d., 2018). Bu durum, algoritmaların tarafsız bir araç olmaktan ziyade, mevcut eşitsizlikleri yeniden üretebilen veya güçlendirebilen sosyo-teknik sistemler

olduğunu göstermektedir (Noble, 2018; Barocas & Selbst, 2016). Öte yandan algoritmik yönetim, örgütlerin ve kamu kurumlarının daha şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı modeller geliştirmeleri için de bir imkân yaratmaktadır. Özellikle algoritmaların yalnızca kontrol mekanizması değil, aynı zamanda rehberlik ve güçlendirme aracı olarak tasarlanması, çalışanların ve yurttaşların öz-yönetim kapasitelerini artırabilir (Schneider, 2018). Bu nedenle uzun vadede algoritmik yönetim, yeni konfigürasyonlar ve stratejiler ortaya çıkarırken, aynı zamanda adalet, şeffaflık ve etik sorumluluk ilkeleriyle de birlikte düşünülmelidir.

Algoritmik yönetimin sınıflandırmış olduğu kullanıcılar, bilişsel veya uzman temelli kategorilendirilmiş halde değildir (John-Mathews ve Cardon, 2022). Örneğin algoritmik yönetime göre bir kişi spora hazırlanan bir kişi, ondan bir saat kadar önce spor yapan birine benzer (Prey, 2018). Bu hali ile bireyler özünde çokluklar olarak görülür. Deleuze bunu keşfettiğinde dijital taylorculuk dahi ortaya çıkmamıştı. Ama kendisi dijital bilginin insanları alt bölümlere ayıracağını ve genelleme yapacağını ortaya koymuştur (Başaran, 2005).

Dijital çağın bilgi teknolojisini kullanarak, hiyerarşik klasik örgüt yapılarını altüst etme ve bilgiye daha eşit erişim sağlayarak demokratik örgüt kültürünü teşvik etme kapasitesine sahip olduğu tahmin edilmektedir (Jarrahi, 2019). Ancak algoritmik yönetimin nasıl deneyimlendiği; yönetimin onu kontrol edici ya da yetkilendirici biçimde kullanması tüm bu bakış açılarını yok edecektir. Zira şeffaf olmayan algoritmalar, örgütler için en önemli tehdit unsurlarından biridir (Jarrahi, 2019). Gerçekten de bir çok dijital platformda algoritmik yönetim işlevsel açıdan kontrol mekanizması görünümündedir. Dolayısı ile çalışanların gerek bireysel gerek kollektif açıdan algoritmik yönetimi onaylamadığı görülmektedir (Galière, 2020). Bu bağlamda, algoritmik yönetimin örgütsel yapılarda nasıl konumlandığı, yalnızca teknik bir mesele değil; aynı zamanda güç, meşruiyet ve demokratik kültür açısından da belirleyici bir sorundur (Möhlmann & Zalmanson, 2017). Çalışanların onaylamadığı, şeffaflıktan uzak ve yalnızca denetim amacıyla kullanılan algoritmalar, örgütlerde güven ilişkilerini zedelemekte ve demokratik katılımın önünü tıkamaktadır (Lee v.d., 2015). Öte yandan, algoritmaların çalışanları yetkilendiren, şeffaf ve hesap verebilir biçimde tasarlanması, dijital çağın vaat ettiği daha yatay ve kapsayıcı örgüt kültürüne ulaşmak için temel bir koşul olarak görülmektedir (Kellogg v.d., 2020).

Algoritmik yönetimi uygulayan örgütlerde, çalışanların algoritmalar hakkında hiçbir bilgiye sahip olmayıp algoritmanın çalışanlar hakkında en özel bilgilere dahi sahip olması bilgi ve güç asimetrisine neden olmaktadır.

Örgütler, çalışanları üzerinde kontrol sağlamayı algoritmik yönetimi sağlayarak elde edebildiklerini düşünmektedirler (Rosenblat ve Stark, 2016). Aloisi ve De Stefano'nun (2022) pandemi sonrası yaptıkları çalışmada, yöneticilerin çalışanlarını izlemek için temas-izleme uygulamalarından ölçüm yazılımlarına kadar birçok vasıtayı kullandıkları gözlemlenmiştir. Schildt (2017)'e göre algoritmik yönetim gücü yöneticilerden iş geliştirme, programlama ve analitik uygulama gibi alanlardaki daha geniş uzman gruplara kaydırmıştır. Söz konusu uzmanlar, yönetsel karar güçleri ile örgüt çalışanlarını etkileme gücüne sahiptirler. Üst yöneticilerin kodlama hakkında derinlemesine bilgileri olmayışı çalışmamızın ana amacı ile kesişir: Dijital bilginin örgüt içi güç ilişkilerini nasıl dönüştürdüğü ve yönetim süreçlerini hangi ölçüde şekillendirdiği. Kaldı ki teknik bilgi eksikliği, algoritmik yönetimin nesnel bir bakış açısı ile değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Bu durum bilgi asimetrini artırır, kararların şeffaf olmasını engeller ve sistematik önyargıların oluşmasına neden olur (Barati ve Ansari, 2022).

Algoritmaların güç ilişkilerini etkilemesi sadece kendi teknik doğaları ile değil, aynı zamanda örgütsel karar süreçlerinde bilginin nasıl kullanıldığı ve yönlendirildiği ile de ilgilidir (Jarrahi, 2019). Algoritmalar, işlem maliyetlerini azaltan tarafsız teknolojik araç olmakla kalmazlar aynı zamanda dijital bilgi akışlarını kontrol ederek yeni güç biçimlerini üretirler. Bu bakış açısı, dijital bilginin yalnızca bir veri kaynağı değil, aynı zamanda örgütsel karar alma süreçlerinde iktidarın dağıtımını şekillendiren stratejik bir unsur olduğunu göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında teknolojinin önceden belirlenmiş sonuçlar dayattığı fikri yerine dijital bilgi ve algoritmaların nasıl tasarlandığı ve hangi amaçla kullanıldığı, algoritmik yönetimin çalışanlar üzerindeki etkilerini ve güç asimetrilerini anlamak daha rasyonel olacaktır (Bucher v.d., 2021: 19).

Algoritmaları rasyonel biçimde rehber olarak kullanan örgütler, çalışanları güçlendirmeye ve onların kapasitelerini arttırmaya çalışmaktadır. Bunu gerçekleştirmek için yapısal olarak klasik hiyerarşi olmadan, öz-yönetim ekseninde onları örgütlemektedirler. Buna dair en bariz örnek son yıllarda ortaya çıkan platform kooperatif örgütlenmeleridir (Scholz ve Schneider, 2017). Platform kooperatiflerinde çalışan kendi işlerini organize ederken algoritmaları nasıl kullanacağına kendisi karar verir (Schneider, 2018). Sistem çalışanlarına yoruma dönük yönlendirmeler sağlar, bu durum algoritmik yönetimi kötü bir şekilde kullanan aşırı kontrolcü örgüt yapısının tam tersidir (Casilli ve Posada, 2019). İlkeleri arasında öz-yönetişim olan ancak bunu gerçekleştiremeyen algoritmik yönetim, bu sorunu birlikte yönetişim sürecini başlatarak çözebilir. Birlikte yönetişim tüm toplumsal bileşenlerin ortak bir amaç ve hedef doğrultusunda el ele vermesi ve bu süreçte

kimliklerini ortaya koymalarıdır (Kooiman ve Jentoft, 2009: 821). Kaldı ki günümüzde birlikte yönetişime dair bir takım örnek bulunmaktadır: Yerel yönetimler ile sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirlikleri, ortak yönetim programları ve ortak paydaya sahip yönetişim düzenlemeleri gibi (Cameron, 2024). Öz yönetişim ile birlikte yönetişim birçok açıdan birbirine benzer. Zira aktör ağları, hiyerarşik müdahalelere gereksinim duymaz. Ancak farklı olarak birlikte yönetişim, sadece kamu yönetimi ile değil aynı zamanda bunun dışında kalan aktörlerle de işbirliğine girebilir. Birlikte yönetişimde kurallar ve normlar, kamu yönetiminin uzaktan koordine etmesi ile tasarlanıp yönetilir (Sørensen & Torfing, 2009).

Algoritmik yönetimde örgütsel yapı, birlikte yönetişim ile beraber tasarıma dayalı yönetişimi de uygulamalıdır. Zira dijital yapılarda her örgütün kendine sofistike olan verileştirme (datafication) ölçekleri bulunmaktadır. Verileştirme kavramı da algoritmik sistemleri tasarlayan ve uygulayanlara ciddi oranda güç vermektedir (Yeung, 2017). Milyonlarca tüketici ve kullanıcıyı eşzamanlı biçimde etkileyebilen tek bir algoritmik hamle, tasarıma dayalı yönetişimin örgütsel yapıları dönüştürme gücünü ortaya koymakta; bu da yönetsel süreçlerde hız, ölçek ve etki boyutlarının yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır (Yeung, 2017: 123).

3. Gözetim ve Güç

Gözetim, modern sosyal teoride yalnızca bilgi toplama eylemi değil, aynı zamanda iktidarın kurulma ve uygulanma biçimlerinden biri olarak kavramsallaştırılmaktadır (Zuboff, 2021). Foucault'nun (2006) panoptikon metaforu, bireylerin sürekli görülebilirlik üzerinden disipline edildiğini ve böylece gözetimin bir iktidar teknolojisine dönüştüğünü göstermektedir. Bu çerçevede gözetim, toplumsal düzenin yeniden üretilmesinde kritik bir araçtır (Bauman ve Lyon, 2013). Lyon (2013), gözetimin günümüzde yalnızca devletlerin değil, aynı zamanda dijital platformların işleyişine içkin olduğunu ve gündelik yaşamın parçası haline geldiğini vurgular. Böylece gözetim, bireylerin davranışlarını düzenleyen, normatif kontrol sağlayan ve sosyal ilişkileri yeniden şekillendiren bir güç pratiğine dönüşmektedir.

Güç kavramı ise, gözetimle yakından ilişkilidir. Zuboff (2021), dijital çağda gücün artık yalnızca kurumsal veya fiziksel baskı ile değil, bilgi ve davranışsal verilerin işlenmesi yoluyla kurulduğunu ileri sürer. Bu bağlamda güç, insanların gelecekteki davranışlarını tahmin etme ve yönlendirme kapasitesine dayalı yeni bir iktidar formu olan araçsal güç (instrumentarian power) biçiminde ortaya çıkar. Haggerty ve Ericson (2000) gözetimi, merkezi yapılardan ziyade dağınık ve ağısal biçimde işleyen bir “surveillant

assemblage” olarak kavramsallaştırır. Andrejevic (2007) ise gözetimi, bireylerin dijital etkileşimleri üzerinden güç ilişkilerini yeniden üreten bir pratik olarak değerlendirir. Dolayısıyla gözlem ve güç, dijital toplumlarda birbirini besleyen, görünmez kontrol mekanizmalarını işletirken aynı zamanda toplumsal düzenin temelini oluşturan iki iç içe geçmiş kavramdır.

Gözlem ve güç üzerine geliştirilen bu kuramsal çerçeve, dijital çağın siyasal ve ekonomik düzeninde somut karşılıklarını bulmaktadır (Lyon, 2013). Foucault’nun (2006) disiplinci gözetim anlayışı ya da Zuboff’un (2021) tanımladığı gözetim kapitalizmi, yalnızca bireylerin değil, aynı zamanda örgütlerin küresel ölçekte nasıl konumlandığını da açıklamaktadır. Bu bağlamda, gözetim artık bireyleri disipline eden ya da piyasaları yönlendiren bir araç olmanın ötesine geçerek, uluslararası rekabetin ve jeopolitik güç mücadelesinin de merkezine yerleşmiştir (Haggerty ve Ericson, 2000).

Gözetim çalışmalarının ilk aşaması, Jeremy Bentham’ın 18. yüzyılda geliştirdiği panoptikon modeliyle başlar (Bentham, 2019). Panoptikon, merkezi bir gözetleme kulesi etrafında inşa edilmiş hücrelerden oluşan bir hapisane tasarımıdır. Bu yapıda gözetleyen, her zaman görünmezdir; gözetlenen ise her an görünür durumdadır (Schofield 2009). İzleyen otoritenin varlığı sürekli olarak hissedilir fakat kesin olarak bilinemediği için, bireyler kendilerini her an gözleniyormuş gibi davranmaya zorlanır. Bu mimari düzenek, bireylerin davranışlarını doğrudan denetlemekten çok, sürekli izleniyor olma ihtimalinin yarattığı psikolojik etki ile işlev görür. Böylece gözetim, mekânsal bir tasarım aracılığıyla bireylerin zihinlerine ve davranışlarına nüfuz eden güçlü bir mekanizmaya dönüşür (Brunon-Ernst ve Tusseau, 2013).

Michel Foucault, panoptikonun bu işleyişini modern toplumlarda iktidarın temel bir mantığı olarak yorumlamıştır. Ona göre panoptik gözetim, yalnızca hapishanelerde veya fabrikalarda değil, okullar, hastaneler ve kırsallar gibi modern kurumların tamamında işleyen bir iktidar biçimini temsil eder (Foucault, 2006). Gözetim burada yalnızca dışarıdan gelen bir kontrol değil, aynı zamanda bireylerin kendi davranışlarını sürekli gözden geçirmelerine yol açan bir öz-disiplin mekanizmasıdır. Foucault’nun analizi, gözetimin sadece teknik ya da mimari bir tasarımdan ibaret olmadığını, aynı zamanda bireyleri “itaatkâr özneler”e dönüştüren bir iktidar teknolojisi olduğunu göstermektedir. Bu nedenle mimari gözetim teorileri, gözetimi mekân, disiplin ve iktidarın kesişiminde tanımlar (Brunon-Ernst, 2013).

Gözetim çalışmalarının ikinci aşaması, gözetimin artık mekânsal yapılardan koparak dijital ağlar ve teknolojik altyapılar üzerinden işlediğini vurgular. Gilles Deleuze’ün “kontrol toplumu” kavramsallaştırması,

Foucault'nun disiplin toplumundan farklı olarak gözetimin sürekli, dağınık ve akışkan biçimde işlediğini ortaya koyar (Başaran, 2005). Bu bağlamda gözetim, bireylerin belli kurumlar içinde denetlenmesinden ziyade, sürekli veri akışları üzerinden gerçekleştirilir. Modern gözetim artık tek bir merkezden yürütülmez; birbirine bağlı çok sayıda sistem, yazılım ve algoritma aracılığıyla dağınık biçimde işler (Murakami Wood, 2007).

Bu aşamayı açıklayan diğer önemli katkılar arasında Haggerty ve Ericson'un (2000) geliştirdiği "surveillant assemblage" (gözetim bütünleşmesi) kavramı yer alır. Bu yaklaşım, bireylerin artık bedenleriyle değil, parçalanmış ve yeniden birleştirilen "veri ikizleri" üzerinden izlendiğini savunur. Benzer şekilde, Shoshana Zuboff'un (2021) "gözetim kapitalizmi" teorisi, dijital platformların kullanıcıların davranışsal verilerini sürekli toplayarak ekonomik değere dönüştürdüğünü gösterir. Bu perspektiften bakıldığında, altyapısal gözetim yalnızca bilgi toplama değil, aynı zamanda toplumsal ilişkileri yeniden biçimlendiren ve bireyleri veri temelli tahmin modellerine tabi kılan ekonomik ve siyasal bir güç mekanizmasıdır.

Gözetim teorisinin üçüncü aşaması, önceki mimari ve altyapısal yaklaşımları çeşitlendiren ve rafine eden çalışmalardan oluşur. Bu dönemde gözetim yalnızca tek merkezli veya altyapısal mekanizmalarla açıklanmaz; farklı kavramlar aracılığıyla toplumsal yaşamın farklı boyutlarına nüfuz eden çok yönlü bir süreç olarak ele alınır (Lyon, 2006). Özellikle veri gözetimi (dataveillance) kavramı, bireylerin dijital verilerinin sürekli ve sistematik biçimde izlenmesini tanımlar. Bu gözetim türü, klasik fiziksel gözlemin ötesinde, kimliklerden davranış kalıplarına kadar her türlü bilginin veri tabanları aracılığıyla toplanmasına dayanır (Clarke, 1988).

Bu aşamada toplumsal sınıflandırma (social sorting) önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Lyon (2003), gözetimin yalnızca izlemek değil, aynı zamanda bireyleri belirli kategorilere ayırmak anlamına geldiğini vurgular. Örneğin finansal kredibilite, tüketici tercihleri veya siyasi eğilimler üzerinden oluşturulan sınıflandırmalar, bireylerin toplumsal fırsatlara erişimini doğrudan etkileyebilir. Bu bağlamda gözetim, tarafsız bir bilgi toplama faaliyeti olmaktan çıkar; bireylerin sosyal konumlarını ve eşitsizlik ilişkilerini yeniden üreten bir iktidar pratiğine dönüşür (Bigo, 2006),

Üçüncü aşamanın bir diğer boyutu, eşler arası gözetim (peer-to-peer surveillance) kavramıdır (Andrejevic 2007). Dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte gözetim yalnızca örgütlerin işi olmaktan çıkmış; bireylerin birbirlerini sürekli gözlemlediği, ifşa ettiği ve denetlediği bir toplumsal pratik haline gelmiştir (Ball v.d., 2012). Sosyal medyada paylaşımların izlenmesi, kullanıcıların birbirlerini "denetleme" işlevi görmesi

ya da toplumsal normlara uymayan davranışların teşhir edilmesi, bu gözetim türünün tipik örnekleridir. Böylece gözetim, yalnızca yukarıdan aşağıya işleyen bir mekanizma değil, aynı zamanda gündelik ilişkilerin içine gömülü yatay bir güç pratiği olarak da anlaşılmaya başlanmıştır (Hintz v.d., 2020).

Devletlerin birçoğu dijital çağda yeterince güçlü adımlar atamamış ve bu durum küresel ölçekte ciddi sonuçlar doğurmuştur. Ancak 2010'dan itibaren Çin, stratejik yönetimini destekleyen ve bunu birçok ülkeye ihraç eden kapsamlı bir dijital kontrol modeli geliştirmiştir (Hoffman, 2022; Menendez, 2020; Mozur ve diğ., 2019). Buna karşılık ABD ve Batılı devletler, bir yandan gözetim yoluyla toplumsal kontrolün cazibesine, diğer yandan liberal demokrasinin hak temelli ilkelerine sıkışıp kararsız kalmıştır (Sherman ve Morgus, 2018; Murgia ve Corss, 2020).

Bu kararsızlık, dijital yüzyılın ilk on yıllarını gözetim kapitalizmine bırakmış ve dünyaya Çin'in dijital vizyonuna karşı açık bir alternatif sunulamamıştır (Deibert, 2019). Böyle bir ortamda toplumlar hem devletlerin hem de şirketlerin uyguladığı yeni dijital şiddet biçimlerine açık hale gelmiştir. Daha da tehlikelisi, devlet gücü ile piyasa gücünün birleşerek, insanları hakkında büyük veri toplayan ve bu bilgiyi davranışsal kontrol için kullanan yeni bir gözetim devleti modeli yaratma ihtimalidir (Zuboff, 2021). Demokratik haklara uygun yeni kurumlar ve yasal düzenlemeler kurulmadıkça, vatandaşlar bu asimetrik güç karşısında savunmasız kalmaktadır. Sonuçta demokrasiler, halkın tercih etmediği bir geleceğe sürüklenmekte; özel gözetim sermayesinin yönettiği ve demokrasilerin pasifliğiyle güç kazanan bir dijital distopya ortaya çıkmaktadır (Isin ve Ruppert, 2020).

Dijital teknolojilerin ortaya çıkardığı gözetim sorununa karşın Avrupa Birliği 2016'da Genel Veri Koruma Tüzüğü'nü yasallaştırmış ancak bu düzenleme uygulamada başarısız olmuştur. Zira verilerin temel bir sosyo-ekonomik kaynak haline gelmesi, örgütlerin veri koruma kavramını kendi çıkarlarına göre yorumlamalarına sebep olmuştur (Bocquet, 2025). Demokratik devletler veri koruma vasıtası ile gözetim ve gücün etkilerini sınırlamaya çalışsalar da uygulamadaki çelişkiler, gözetim ve gücün karşısında net bir koruma mekanizmasının oluşturulmasını imkansız hale getirmektedir (Zeller ve Atherton, 2025).

Türkiye'de gözetim, güç ve sosyal medya alanını düzenleyen en temel yasal çerçeve 5651 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanundur Resmî Gazete, 2007, Sayı: 26530). Bu yasa içerik sağlayıcıların, yer sağlayıcıların ve erişim sağlayıcıların sorumluluklarını tanımlamakta; içerik çıkarma ve erişim engelleme süreçlerini düzenlemektedir. 2020 yılında kabul

edilen 7253 sayılı Kanun ile 5651’c önemli değişiklikler eklenmiş; günlük erişimi 1 milyondan fazla olan sosyal medya şirketlerine Türkiye’de temsilci bulundurma, kullanıcı verilerini Türkiye’de barındırma, içerik çıkarma ve erişim engelleme taleplerine kısa süre içinde yanıt verme yükümlülüğü getirilmiştir (Resmî Gazete, 2020, Sayı: 31202). Bu düzenlemeler, sosyal medya platformlarının faaliyetlerini daha doğrudan devlet denetimi altına sokmuş ve gözetim mekanizmalarını güçlendirmiştir. Bunun yanında, 2022 yılında yürürlüğe giren ve kamuoyunda “Dezenformasyon Yasası” olarak bilinen düzenleme, evrimii yanlış bilginin suç kapsamına alınması ve içerik paylaşan aktörlere cezai yaptırımlar uygulanması yoluyla sosyal medya alanına yeni bir denetim katmanı eklemiştir (Resmî Gazete, 2022, Sayı: 31987). Özellikle “yanlış veya yanıltıcı bilgi yayma” fiilinin hapis cezasıyla ilişkilendirilmesi, ifade özgürlüğü ve demokratik katılım açısından tartışmalara yol açmıştır. Böylece Türkiye’de sosyal medya, yalnızca ekonomik ve kültürel bir iletişim alanı olmaktan çıkarak devletin gözetim, denetim ve güç ilişkilerini kurduğu kritik bir siyasal alan haline gelmiştir (Güvenli Web, 2023).

Türkiye rneği, dijital gözetimin yalnızca hukuki düzenlemeler ve siyasal denetimlerle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda sosyal medya ve veri akışları üzerinden kurulan yeni bir iktidar biçimi yarattığını göstermektedir. Ancak bu durum sadece ulusal düzenlemelerle açıklanamaz; günümüzde gözetim ve güç ilişkilerini şekillendiren en kritik unsur, algoritmaların karar alma süreçlerindeki merkezi rolüdür (Gillespie, 2014). Devletler ve şirketler, yalnızca yasal düzenlemeler aracılığıyla değil, aynı zamanda veri işleme, sayısallaştırma ve algoritmik sistemler üzerinden toplumu yönetmektedir (Bucher, 2018). Bu nedenle, literatürde giderek daha fazla önem kazanan “algoritmik hükümet” yaklaşımı ne çıkmaktadır. Hükümet ve Aktör-Ağ Teorisi’nin keşişiminden doğan bu yaklaşım, iktidarın sadece hukuk ve kurumlar üzerinden değil, aynı zamanda kayıt sistemleri, ölçüm mekanizmaları ve öğrenen makineler aracılığıyla dolaşıma girdiğini vurgular (Dean, 1999; Latour, 1999; Walters, 2012). Dolayısıyla Türkiye’deki yasal erevesler, dijital çağın küresel yönetişim biçimleriyle birlikte okunduğunda, gözetim ve gücün giderek algoritmik sistemler üzerinden işlediği daha net biçimde görülebilmektedir.

4.Sosyal Medya

Sosyal medya platformlarını sistematik hale getiren ve kullanıcılara bilgi yönlendirmesi sağlayan algoritmik düzenleme, bir bilgi bütününün alt kümelerinin tüketim için organize edilmesi, seçilmesi ve sunulması sürecidir (Rader ve Gray, 2015). Birçok araştırmacı algoritmik düzenlemenin

kullanıcılara hem bilgi arz etmesi hem de onlara bilgi yönlendirmesini sağladığı için güç uygulayan bir mekanizma olduğunu belirtmişlerdir. Zira kullanıcılar sosyal medya akışlarını takip ederek kendileri için neyin önemli olduğuna dair karar verirler ancak bu algoritmanın sağladığı bilgi yönlendirmesi ile olur (Diakopoulos, 2013; Cotter v.d., 2017; He v.d., 2023; Eckless, 2022).

Herhangi bir sosyal medya platformunda viral hale gelen bir konu, kısa sürede diğer kullanıcıların dikkatini çekmekte, yoğun ilgi uyandırmakta ve bunun sonucunda konuya dair paylaşımlar, yorumlar, beğeniler ve yeniden paylaşımlar artarak platform genelinde hızla yayılmaya başlamaktadır (Gurjar v.d., 2022). Sosyal medyanın ortaya çıkardığı popüler konular bilhassa marjinal kimliklere sahip bireyler açısından iki ucu keskin bir kılıç olabilir (DeVito, 2022). Buna binaen bu durum ana akım medyada dahi kışkırtıcı içeriklerin yayılmasına neden olabilir (Wu, 2019). Yapılan birtakım çalışmalara göre sosyal medya kullanıcılarının birçoğu algoritmaların neyi göreceklerini ve içeriklerin nasıl yaygın hale geldiğinin farkını değıllerdır (Rader v.d., 2018; Hsu v.d., 2020). Söz konusu farkındalık eksikliği toplumsal açıdan birçok zarara yol açabilmektedir (Eslami v.d., 2015). Dolayısı ile sosyal medya hakkında şeffaflık talepleri artış göstermektedir (Alvarado ve Waern, 2018). Buradaki temel sorun sosyal medyadaki algoritmaların hangilerinin ön planda olacağına platformların kendilerinin karar vermeleridir (Choi v.d., 2023).

Sosyal medya platformları klasik pazarlama araçlarından çok daha başarılı sonuçlar vermektedir (Poudel ve Weninger, 2024). Örneğin kullanıcıların Google'ın sıralama algoritmasına duydukları güven oldukça fazladır. Bu durum Google'ın kullanıcılarına sunduğu üst basamakta yer alan reklam sitelerinin diğerlerine göre daha fazla tıklanmasına neden olmaktadır ve buna güven yanlılığı adı verilmektedir (Joachims v.d., 2017). Sosyal medya platformlarının yapmış güven yanlılığı tutumuna karşı TikTok, her ne kadar sürece daha şeffaf yaklaştığını açıklasa da Mousavi ve arkadaşları (2024), bunun sadece açıklamada kaldığını gerçekte böyle bir durumun yaşanmadığını belirtmişlerdir.

Sosyal medyanın amaçlarına ulaşması, insan doğasının en temel güdülleri olan iletişime geçme ve statü elde etme gereksinimlerini karşılamasından kaynaklanmaktadır (Brady v.d., 2020). Bu durum, dijital bilgi ve güç ilişkisini anlamada kritik bir boyut sunmaktadır. Çünkü algoritmalar, içerik akışını düzenlerken yalnızca bilgiyi seçip dağıtmaz, aynı zamanda kullanıcıların en derin sosyal ihtiyaçlarını kullanarak davranışlarını yönlendirir (Meshi v.d., 2015). Söz konusu tüm yönlendirmeler, bilgi dolaşımını kontrol

eden görünmez bir iktidar mekanizması haline getirir. Dolayısı ile dijital bilgi yalnızca tarafsız bir iletişim aracı değil, kullanıcıların sosyal aidiyet ve hiyerarşi arayışlarını sömüren bir güç teknolojisi olarak da işlev görmektedir (Nadkarni ve Hofmann, 2012).

Sosyal medya, algoritma ağlarına göre çeşitlilik gösterdiği için temelde geleneksel sosyal medya ve öneri algoritmik medya olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Mignano, 2022). Buna binaen Twitter, Facebook ve Instagram temelinde sosyal ağlara dayandığı için geleneksel sosyal medya olarak adlandırılırken YouTube ve TikTok ağırlıklı olarak algoritmalara dayandığı için öneri algoritması olarak adlandırılmaktadır (Munger, 2020). Geleneksel sosyal medyada, sosyal itici güçler (social drivers) etkileşimler ve yayılma dinamikleri üzerinde çok daha büyük bir etkiye sahiptir. Öneri algoritmalarında ise sistemin kendisi kullanıcıya içerik önerisi sunduğu için bireysel tercihlerin ötesinde algoritmik seçimler gündeme gelmekte ve bu durum kullanıcıların maruz kaldığı içerik çeşitliliğini büyük ölçüde etkilemektedir (Narayanan, 2023b. Söz konusu sosyal medya platformları arasında Çin menşeli TikTok, rakiplerinin de ilgisini çekmektedir. Örneğin Facebook ve Instagram, TikTok2tan etkilenecek öneri temelli video akışlarını platformlarına eklemişlerdir. Tüm bu durumlar devletlerin en çok çekindikleri propaganda sorununu daha derinleştirmiştir (Munger, 2020b). Bu bağlamda kullanıcı davranışları, izlenme süreleri, etkileşim biçimleri ve platformun önceliklendirdiği metrikler içerik görünürlüğünü belirleyen temel unsurlar haline gelir (Covington et al., 2016). Dolayısıyla, geleneksel sosyal medyada içeriklerin yayılımı daha çok kullanıcılar arası etkileşim ve topluluk dinamikleri ile şekillenirken, öneri algoritmalarına dayalı medyada içeriklerin dolaşımı algoritmik altyapının kontrolünde gerçekleşmektedir. Bu fark, yalnızca içerik üreticilerinin stratejilerini değil, aynı zamanda kullanıcıların siyasal, kültürel ve toplumsal deneyimlerini de dönüştürmektedir (Bishop, 2019).

Sosyal medya platformlarının bilgi asimetrisine sebep olup radikal fikirleri ve davranışları sıradan hale getirmek gibi problemli tarafları olsa da yasaklamak ve sansür uygulamak çözüm sağlayamayacaktır. Devletlerin veya iyi niyetli bir şekilde sosyal medyanın olumlu yönlerini ortaya çıkarmak isteyen bir takım gönüllü yazılımcıların yağmaları gereken şey, algoritmaların bireylerin ve toplumların refahlarını azami düzeye çıkaracak içerikleri öne çıkaracak biçimde tasarlanması ve sürekli olarak şeffaf, hesap verebilir bir şekilde güncellenmesidir (Bail, 2021). Bu doğrultuda, algoritmik şeffaflık ve etik çerçeveler yalnızca bireysel kullanıcıların korunmasını değil, aynı zamanda demokratik değerlerin ve toplumsal uyumun sürdürülmesini de sağlayabilir (Helberger, 2020). Böylelikle sosyal medya ekosistemleri,

yalnızca ticarî kazanç hedefiyle değil, aynı zamanda toplumsal fayda ve kamusal yarar gözetilerek işletilebilir. Örneğin karşıt iki siyasi grup arasında uzlaşma vurgulanabilir veya en önemlisi kullanıcılara gerçekten fayda sağlayacak içerikler öncelikli hale getirilebilir (Rathje v.d., 2022), hatta sahte haberlerin önemli ölçüde engelleyecek yazılımlar geliştirilebilir (Bak-Coleman v.d., 2022).

Eğer algoritmalar toplumsal açıdan önemli kararlar veriyorsa, bu kararları kimin, nasıl aldığı kritik hale gelir. Bu kararların toplum yararına olmasını sağlamak, algoritmik tasarım konusunda şeffaflık gerektirir (Kozyreva v.d., 2021; Wagner v.d., 2021). Twitter algoritmasının yakın zamanda yayımlanması, etkileri gerçekten değerlendirebilmek için yalnızca algoritmaların içerik türlerini ve etkileşimleri nasıl ağırlıklandığına değil, aynı zamanda bireysel kullanıcılara önerilerde bulunan makine öğrenimi modellerine dair bilgiye de ihtiyaç duyduğumuzu göstermektedir (Narayanan, 2023).

Dijital medyada her ne kadar algoritmaların faydalı şekilde kullanımla potansiyelleri var olsa bile bu tür araştırmalar için mevcut engeller bulunmaktadır. Sosyal platformların hemen hemen tamamı kar amaçlı platformlar olduğu için yukarıda arz edilen hedefler büyük oranda kar amacı ile çalışmaktadır (Gal, 2022). Küreselleşmiş dünyada dijital medyanın kamusal alan oluşturmada muhakkak benzersiz bir rolü bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında dijital medya kamusal mal statüsünde sayılabilir (Fournier-Tombs, 2022). Ancak aynı zamanda dijital medya platformlarının tarihinde hâlâ çok erken bir aşamadayız ve her birkaç yılda bir kullanıcılar büyük ölçekte yeni platformlara geçiş yapmaktadır (Bail, 2021). Zaman içinde piyasa dinamikleri, kısa vadeli ödüllerin ötesinde, kullanıcı tercihlerini daha iyi karşılayacak şekilde de gelişebilir.

Klasik medya araçlarından farklı olarak dijital medya, algoritmik yönetim vasıtası ile içerik, program ve görüşlerden ziyade örgütlenme, güç ve hesaplama üzerinden işlev görmektedir; bu yönüyle yalnızca bilgi aktarımının değil, aynı zamanda toplumsal ilişkilerin, ekonomik süreçlerin ve politik karar alma mekanizmalarının da yeniden biçimlenmesine aracılık etmektedir (Peters, 2016: 7).

Dijital medyanın üç işlevi bulunmaktadır: Her şeyi sayılabilen verilere dönüştürür, gerçekteki olayları ve nesneleri görsel verilere dönüştürür ve toplumsal olan her şeyi manipüle eder (Ben Peters, 2016: 94). Peters bu durumu şöyle açıklamaktadır: Bir bilgi, sembolik olarak veri haline getirildiğinde rakamlar hesaplanır, bağlamsal güçler birleştirilir ve böylece dijital sistemin tüm unsurları toplumsal manipülatif hale getirilmeye hazır

hale getirilir (Ben Peters, 2016: 95). Algoritmik mantık (0 veya 1 rakamı) örgüte yönettildiğinde, işler hale gelir ve örgütsel gücünü geliştirir.

Dijital medya çalışmaları ile örgüt çalışmaları arasındaki kavramsal gelişmeler dikkat çekici benzerlikler göstermektedir. Her iki alan da toplumsal düzeni, güç ilişkilerini ve örgütlenme biçimlerini anlamaya çalışırken benzer düşünce okullarından beslenmektedir (Hoof ve Böll, 2019). Özellikle sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı değil; aynı zamanda örgütlerin işleyişini, kamusal algıyı ve güç dengelerini dönüştüren bir yapı olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın örgütsel güçleri üzerine yapılacak araştırmalar, hem medya çalışmalarına hem de örgüt teorisine katkı sağlayacak yeni bir kesişim alanı yaratmaktadır (Horn, 2007).

Hoof ve Böll'ün (2019) vurguladığı gibi, “medya” ve “örgüt” kavramları aslında birbirinden kopuk değil, örtük biçimde iç içe geçmiştir. Bugün sosyal medyanın gündem belirleme, görünürlük sağlama ve kamuoyu şekillendirme gücü, örgütlerin karar süreçlerini ve stratejik yönelimlerini doğrudan etkilemektedir (Czarniawska, 2003: 42). Sosyal medya platformları, yalnızca bireyler arası etkileşim değil; örgütler arası rekabet, temsil ve meşruiyet mücadelelerinin de sahnesi haline gelmiştir. Dolayısıyla, dijital çağda sosyal medyanın örgütsel güç ilişkilerinde oynadığı rolü anlamak, hem akademik hem de toplumsal açıdan kritik öneme sahiptir (Feigenbaum, 2014).

Dijital teknolojiler ve sosyal medya yaygın olmadan önce işletmelerdeki küçük paydaşların da büyük paydaşlar kadar önemsenmesi gerektiği düşünülmekteydi. Zira meşruiyet ve güç gibi özelliklerin sabit değil, değişken olduğu belirtilmiştir (Hoof ve Böll, 2019).. Buna binaen bazı araştırmacılar da işletmelerin paydaşlarını ilgilendiren sosyal ve politik değişimleri takip etmeleri gerektiğini söylemişlerdir (Horn, 2007).

Buna rağmen şirketler genellikle mevcut paydaş ağındaki öncelik sırasına odaklanmakta ve düşük öncelikli paydaşları göz ardı etmektedir. Çünkü onların haklarını ihlal etmenin maliyeti düşüktür (Carrasco v.d., 2019). Bu yöntem kısa vadede faydalı görünse de, dijital çağda büyük bir eksiklik yaratmaktadır. Günümüzde sosyal medya, daha az güçlü görülen bu paydaşlara seslerini duyurma, örgütlenme ve yüksek öncelikli paydaşları (örneğin devlet kurumları veya düzenleyiciler) harekete geçirme imkânı vermektedir (Barnett v.d., 2018). Böylece firmalar üzerinde kolektif baskı kurulabilmekte, şirketlerin sorumluluk almaktan kaçınmaları zorlaşmaktadır. Kısacası, sosyal medya sayesinde güç dengeleri değişmekte; firmalar düşük öncelikli paydaşların artan etkisini dikkate almak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle yöneticilerin paydaşların artan etkisini dikkate almak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle yöneticilerin paydaş yönetiminde sosyal medyayı,

ilişkileri dönüştüren güçlü bir araç olarak hesaba katmaları gerekmektedir (Yuen v.d., 2024).

5.İç İletişim ve Dijital Mikro Politikalar

İç iletişim, bir örgüt ya da kurum içerisinde çalışanlar, yöneticiler ve farklı bölümler arasındaki tüm bilgi, duygu ve düşünce alışverişini ifade eder (Welch ve Jackson, 2007). Boveé ve Thill'e (2000:7) göre iç iletişim bir örgüt içerisindeki bilgi ve fikirlerin değişim sürecidir. Argenti'ye (2003: 128) göre ise iç iletişim amaç itibarı ile örgütteki tüm bireylere saygı ortamı oluşturmakla ilgilidir. Zira iç iletişim klasik hiyerarşiden ziyade karmaşık örgüt yapılarına hitap eder.

İç iletişimi anlamak için literatürde internal communication kavramı tek başına yeterli değildir, aynı zamanda corporate communication kavramı da iç iletişim tartışmalarında kullanılmaktadır (Spence, 1994). Ancak bu iki kavram arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. İç iletişim (internal communication) kavramı, örgüt içindeki çalışanlar, yöneticiler ve farklı birimler arasındaki bilgi akışı ve etkileşimleri ifade etmektedir. Temel amacı çalışanların bilgilendirilmesi, motivasyonunun artırılması, örgütsel bağlılığın güçlendirilmesi ve kurum kültürünün aktarılmasıdır. İntranet duyuruları, e-postalar, toplantılar ve iç eğitimler bu iletişimin örnekleri arasında yer almaktadır (Argenti, 2003). Buna karşılık kurumsal iletişim (corporate communication) çok daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Sadece iç iletişimi değil, aynı zamanda dış iletişimi de kapsamaktadır. Kurumun çalışanlar, müşteriler, hissedarlar, medya ve devlet kurumları gibi tüm paydaşlarla yürüttüğü stratejik iletişimi içermektedir. Amaç, kurumun tüm hedef kitlelere karşı tutarlı bir imaj ve mesaj oluşturmasını sağlamaktır. Basın bültenleri, reklam kampanyaları, yıllık raporlar, paydaş toplantıları ve kriz iletişimi gibi faaliyetler kurumsal iletişimin örnekleridir (Argenti ve Forman, 2002).

İç iletişim, yalnızca mesajların bir noktadan diğerine iletilmesi değil; aynı zamanda kurum içindeki koordinasyonun sağlanması, bilgi akışının düzenlenmesi, çalışanların motivasyonunun artırılması ve örgütsel bağlılığın güçlendirilmesi açısından da oldukça önemli bir konuma sahiptir (Downs ve Adrian, 2004). Etkili bir iç iletişim, örgütün hedeflerine ulaşmasında önemli bir araçtır; çünkü çalışanların görev ve sorumluluklarını net biçimde anlamalarını sağlar, yöneticilerin kararlarını alt kademelere doğru şekilde aktarmasına imkân tanır ve örgütsel değerlerin tüm üyeler tarafından paylaşılmasına katkıda bulunur. Ayrıca, iç iletişim çalışanların aidiyet duygusunu güçlendirir, iş tatminini yükseltir ve örgüt kültürünün benimsenmesine zemin hazırlar (Ruck ve Welch, 2012). Kurum içi

duyurular, yöneticiden personele verilen talimatlar, ekip toplantıları, intranet yazışmaları ve resmi raporlama sistemleri, iç iletişimin somut örnekleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, etkili iç iletişim yalnızca yukarıdan aşağıya değil, aynı zamanda aşağıdan yukarıya ve yatay iletişim biçimlerini de kapsar. Böylelikle örgütte bilgi paylaşımı çok yönlü hale gelir ve katılımcı bir iletişim kültürü gelişir (Clampit, 2017).

Örgütlerde farklı kademelerdeki yöneticiler, mesajların çalışanlara yukarıdan aşağıya aktarılmasında ve çalışanların görüşlerinin üst yönetime iletilmesinde hayati bir rol üstlenmektedir (Zaraket v.d., 2018; Whitworth, 2011). Çalışanlar açısından en güvenilir bilgi kaynağı genellikle doğrudan amirlerdir; bu nedenle, üst yönetimden gelen mesajlara kıyasla, birinci kademe yöneticilerin iletişimi daha fazla inandırıcılık taşımaktadır (Larkin ve Larkin, 1994; Whitworth, 2011). Bu durum, iç iletişimin yalnızca kurumsal duyurular veya resmi kanallar yoluyla değil, aynı zamanda çalışan-yönetici etkileşimleri aracılığıyla şekillendiğini göstermektedir. (Shaffer, 2000). Dijitalleşme ile birlikte, yöneticilerin kullandığı iletişim kanallarında da önemli bir dönüşüm yaşanmıştır. Geleneksel yüz yüze iletişim ve yazılı raporlamanın yanı sıra e-posta, kurumsal intranet, çevrim içi toplantı platformları ve sosyal medya araçları, iç iletişimin temel unsurları haline gelmiştir (Zaraket v.d., 201; Leonardi, 2021). Bu bağlamda, iç iletişim ve dijital iletişimin birleşimi, liderlerin hem çalışanlarla güçlü bir bağ kurmasına hem de örgütsel bağlılığı ve verimliliği artırmasına katkı sağlamaktadır.

Dijitalleşmenin iç iletişim süreçlerine getirdiği yenilikler, aynı zamanda yeni fırsat ve riskleri de beraberinde getirmektedir. Dijital araçlar sayesinde bilgi, örgüt içinde daha hızlı ve şeffaf bir şekilde aktarılabilen; çalışanlar, coğrafi sınırlardan bağımsız olarak karar alma süreçlerine katılım gösterebilmektedir. Bu durum, çalışan bağlılığını ve kurumsal aidiyet duygusunu artırma potansiyeline sahiptir (Ruck ve Welch, 2012). Ancak öte yandan, dijital kanallara aşırı bağımlılık, bilgi yüklenmesine, iletişimde yanlış anlaşılmalara ve çalışanlarda dijital yorgunluğa yol açabilmektedir (Mazzei, 2010; Leonardi, 2021). Dolayısıyla, etkili bir iç iletişim stratejisi yalnızca dijital kanalların çeşitliliğini kullanmakla kalmamalı, aynı zamanda bu araçların nasıl, ne zaman ve kimler aracılığıyla kullanılacağını da dikkatle planlamalıdır. Bu noktada liderlere düşen görev, dijital iletişimi yüz yüze iletişimle dengelemek, şeffaflığı ve güveni önceleyen bir iletişim kültürü oluşturmaktır.

Dijital çağda örgüt içi iletişim süreçleri yalnızca teknik araçların çeşitliliği ile değil, aynı zamanda güç ilişkilerinin nasıl kurulduğu ve sürdürüldüğü ile de şekillenmektedir (Kim ve Rhee, 2011). Bu noktada simetrik iletişim,

karşılıklılık, açıklık ve güvene dayalı iki yönlü bir iletişim modeli olarak, çalışanların örgütle kurdukları ilişkiyi daha demokratik ve katılımcı bir zemine taşımaktadır. Ancak, dijital iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte örgütlerde mikro politikaların görünürlük kazandığı da gözlemlenmektedir (Mumby, 2005). Çalışanların bilgi paylaşımı, geri bildirim verme ve gündelik etkileşimleri artık e-posta, intranet, çevrim içi toplantılar ve kurumsal sosyal medya üzerinden yürütülmekte; bu durum hem katılımı artırma hem de gözetim ve kontrol mekanizmalarını güçlendirme potansiyeli taşımaktadır. Dolayısıyla, dijital mikro politikalar bağlamında simetrik iletişimin başarısı, yalnızca teknik kanalların kullanımına değil, aynı zamanda bu kanalların hangi ölçüde şeffaflık, karşılıklı güven ve çalışanların sesine alan tanıdığına bağlıdır (Mazzei, 2010).

İç iletişim, örgütlerde çalışanlar ve yöneticiler arasındaki bilgi akışını, koordinasyonu ve bağlılığı güçlendirmeyi amaçlayan stratejik bir süreçtir (Wuersch, 2024). Ancak dijitalleşmenin etkisiyle iç iletişim, artık yalnızca resmi duyurular, toplantılar veya klasik teknolojik yöntemlerle sınırlı değildir; aynı zamanda çalışanların gündelik etkileşimlerinde ortaya çıkan dijital mikro-politikalar tarafından da şekillendirilmektedir (Pultz ve Dupret, 2020). Örneğin, intranet, kurumsal WhatsApp grupları, Slack veya Zoom gibi dijital kanallar üzerinden yürütülen bilgi paylaşımı, kimi zaman örgütsel şeffaflığı ve katılımı artırırken, kimi zaman da bilgi saklama, sessizlik stratejileri ya da algı yönetimi gibi mikro-politik pratiklere zemin hazırlayabilmektedir. Bu bağlamda, iç iletişim politikalarının başarısı, yalnızca teknik araçların etkin kullanımına değil, aynı zamanda bu dijital ortamların ne ölçüde şeffaflık, güven ve karşılıklılık ilkelerine uygun işletildiğine bağlıdır (Zuzul v.d., 2021). Dolayısıyla, iç iletişim süreçleri dijital mikro-politikaları ya dengeleyici ve demokratikleştirici bir mekanizma ya da güç asimetrisini derinleştiren bir alan haline getirebilir.

Dijital mikro-politikalar, dijital teknolojilerin gündelik yaşam pratiklerinde ve örgütsel yapılarda yarattığı mikro düzeydeki güç ilişkilerini, müzakereleri ve çıkar çatışmalarını ifade etmektedir (Peck & Theodore, 2015). Kavram, makro düzeydeki dijital politika ve stratejilerden farklı olarak, bireyler, gruplar ve kurumlar arasındaki küçük ölçekli etkileşimleri analiz etmeyi amaçlar (Bucher, Schou, & Waldkirch, 2021). Bu bağlamda, dijital mikro-politikalar; çalışanların algoritmalar aracılığıyla denetlenmesi, sosyal medya kullanıcılarının görünürlük stratejileri ya da çevrim içi topluluklarda normların oluşum süreçleri gibi örneklerle somutlaşmaktadır (Schneider, 2018). Dolayısıyla kavram, dijitalleşmenin yalnızca teknolojik bir olgu olmadığını, aynı zamanda toplumsal düzenin yeniden inşasında belirleyici bir güç olarak işlev gördüğünü ortaya koyar (Schildt, 2017).

Literatürde dijital mikro-politikalar, özellikle iletişim, yönetim ve siyaset bilimi alanlarında giderek artan bir şekilde ele alınmaktadır. Örneğin, Peck ve Theodore (2015) “fast policy” kavramsallaştırmasıyla dijitalleşmenin parçalı, kırılğan ve deneysel yönlerine dikkat çekmiş; Bucher, Schou ve Walckirch (2021) algoritmaların yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda güç ilişkilerini yeniden üreten unsurlar olduğunu vurgulamıştır. Schneider (2018) ise platform kooperatifleri örneği üzerinden algoritmaların çalışanlar tarafından farklı şekillerde yorumlanıp kullanılabileceğini göstermektedir. Bu çalışmalar, dijital mikro-politikaların farklı bağlamlarda çeşitlenen ve çoğu zaman görünmez kalan politik süreçleri açığa çıkardığını ortaya koymaktadır (Just & Latzer, 2017).

Dijital mikro-politikalar kavramı, hem teorik hem de pratik açıdan önemli bir analitik çerçeve sunmaktadır. Teorik açıdan, kavram; dijitalleşmenin demokrasi, katılım, kontrol ve gözetim gibi temel toplumsal olgularla ilişkisini mikro düzeyde anlamlandırmaya olanak sağlar (MacKinnon, 2011). Pratik açıdan ise, örgütlerin iç iletişim politikalarından kamu yönetimindeki dijitalleşme süreçlerine kadar pek çok alanda yol gösterici olmaktadır (Lee v.d., 2015). Ancak literatürde hâlen sınırlı sayıda ampirik çalışma bulunması, kavramın daha derinlikli araştırılmasına duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır. Özellikle yerel yönetimler, iş örgütleri ve çevrim içi topluluklar bağlamında yapılacak saha araştırmaları, dijital mikro-politikaların toplumsal güç dinamikleri üzerindeki etkilerini daha açık biçimde ortaya koyacaktır (Möhlmann & Zalmanson, 2017).

Dijital bilgi, mikro-politikaların temel hammaddesidir. Bireyler ve örgütler, dijital ortamlarda üretilen, depolanan ve paylaşılan bilgilere erişim üzerinden gündelik müzakereler yürütür (Bellanova, 2016). Örneğin, algoritmaların çalışan performansını ölçmekte veya sosyal medyada görünürlüğü artırmakta nasıl kullanıldığı, bilginin mikro-düzeyde nasıl politik bir araç haline geldiğini göstermektedir (Schildt, 2017). Bu bağlamda dijital mikro-politikalar, bilginin yalnızca bir iletişim aracı olmadığını, aynı zamanda bireyler ve gruplar arasındaki güç ilişkilerini dönüştüren bir unsur olduğunu ortaya koyar (Roger v.d., 2020).

Politik güç, klasik olarak makro aktörlerle (devletler, büyük şirketler, uluslararası örgütler) ilişkilendirilse de dijitalleşme süreciyle birlikte mikro-düzeyde de görünür hale gelmiştir (Noble, 2018). Çalışanların algoritmik denetime verdikleri tepkiler, sosyal medya kullanıcılarının sansür veya görünürlük algoritmalarına karşı geliştirdikleri stratejiler ve çevrim içi toplulukların kendi normlarını oluşturma süreçleri, dijital politik gücün mikro-politikalara nasıl yansıdığını göstermektedir (Bucher, Schou &

Waldkirch, 2021). Bu durum, gücün yalnızca yukarıdan aşağıya değil, aynı zamanda tabandan yukarıya ve yatay ilişkiler aracılığıyla da üretildiğini ortaya koyar (Curchod v.d., 2020).

Dijital bilgi ve politik güç bağlamında mikro-politikalar, demokratik katılım, şeffaflık ve gözetim gibi temel alanlarda dönüştürücü sonuçlar doğurmaktadır (Galière, 2020). Bir yandan algoritmalar, çalışanlar veya vatandaşlar üzerinde kontrol mekanizması kurarak politik gücü merkezileştirebilir; diğer yandan, platform kooperatifleri veya açık veri uygulamaları gibi örnekler, bireylerin dijital bilgiyi kolektif çıkarları için yeniden yorumlayıp kullanmasına olanak tanır (Schneider, 2018; Just & Latzer, 2017). Dolayısıyla dijital mikro-politikalar, dijital çağda politik gücün nasıl dağıldığını ve bilginin nasıl yeniden anlamlandırıldığını analiz etmek için kritik bir kavramsal araç sunmaktadır (Nilsen v.d., 2022).

6.Sonuç

Bu çalışma, dijitalleşmenin yalnızca verimlilik ve ekonomik değiş tokuş süreçlerini dönüştürmekle kalmayıp, güç ilişkilerinin kurulduğu ve yeniden dağıtıldığı temel zemin olduğunu göstermiştir. Dijital ağlar, platform ekonomileri ve algoritmik mantık; bilgiye erişim, bilgi üretimi ve dolaşımını stratejik bir iktidar aracına dönüştürmektedir. Böylece örgütlerde hiyerarşinin niteliği, karar alma süreçlerinin mimarisi ve meşruiyet kaynakları yeniden tanımlanmaktadır. Dosya-merkezli bürokrasi, veri tabanları ve arşivleme rejimleri; kimin hangi bilgiye erişeceğine ve bilginin nasıl sınıflandırılacağına karar vererek kurumsal gücü şekillendirir. “Ağ toplumu” ve “kontrol toplumu” kavrayışları ise bu dönüşümün, yalnızca teknik bir değişim değil, yeni bir güç paradigması olduğunu teyit etmektedir. Son kertede, bilgi—şiddet ve servetin ötesinde—esnekliği ve ikame edilebilirliğiyle çağın en nitelikli güç biçimi olarak belirginleşmektedir.

Bulgular, algoritmik yönetimin örgütsel yaşamda gözetim, değerlendirme ve otomasyon yoluyla hem kontrolü derinleştirebildiğini hem de uygun tasarlandığında rehberlik ve yetkilendirme işlevi görebildiğini ortaya koymaktadır. Bu ikili potansiyel, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcı tasarım ilkeleri olmadan çalışan-örgüt ilişkisinde bilgi ve güç asimetrilerini büyütür. Tersine, platform kooperatifleri gibi modeller; öz-yönetim, birlikte yönetim ve tasarıma dayalı yönetim ilkeleriyle algoritmaları “zorlayıcı komuta”dan “etkinleştirici rehberlik”e taşıyabilir. Dolayısıyla mesele teknolojinin kendisi değil, teknolojinin hangi örgütsel niyet, norm ve kurallarla yapılandırıldığıdır. Bu bağlamda, “kullanıcı”yı tekil bir veri nesnesine indirgeyen konfigürasyonlar yerine çok-aktörlü, hakkaniyet odaklı

ve açıklanabilir karar süreçleri esastır. Aksi halde dijital taylorizm, fabrikanın dışına taşarak emeğin ve yurttaşlığın mahrem alanlarını da denetim altına alır.

Sosyal medya ekosistemleri, algoritmik sıralama ve öneri mekanizmaları üzerinden gündem belirleme, çerçeveleme ve görünürlük siyasetini yöneterek mikro- ve makro-düzeyde iktidar üretmektedir. Viralite mantığı, güven yanlılığı ve veri-gözetimi; kamusal akıllı hız, dikkat ve etkileşim metriklerine bağlarken, demokratik müzakereyi kırılğanlaştırabilir. Ancak bu alan, aynı zamanda düşük öncelikli paydaşların kolektif baskı ve görünürlük yoluyla kurumları sorumluluğa çağırabildiği yeni bir meşruiyet siyaseti de yaratmaktadır. Bu nedenle, algoritmik şeffaflık, açıklanabilirlik, etki değerlendirmesi ve bağımsız denetim; dijital kamunun sürdürülebilirliği için asgari şartlardır. Ulusal düzenlemeler (veri koruma, içerik denetimi, rekabet hukuku) ile kurumsal yönetişimin eşgüdümü sağlanmadığında, platformların kâr önceliği toplumsal yararı sistematik olarak ikincilleştirir. Politika düzeyinde hedef, ifade özgürlüğünü boğmayan; fakat manipülasyon, ayrımcılık ve tekelleşmeyi sınırlayan ilkeli bir denge kurmaktır.

Son olarak çalışma, iç iletişim ve dijital mikro-politikaların örgüt içindeki görünmez güç hatlarını açığa çıkardığını göstermektedir. Kurumsal intranetlerden mesajlaşma uygulamalarına uzanan kanallar, eşzamanlı olarak katılımı artırma ve gözetimi yoğunlaştırma potansiyeli taşır. Bu ikili etkiyi demokratikleştirici yönde çevirmek; simetrik iletişim, psikolojik güven iklimi, veri asgariyeti ve “bilme hakkı” ilkelerinin hayata geçirilmesine bağlıdır. Teorik olarak, dijital bilgi; örgütsel tasarım, kamu politikası ve yurttaşlık pratikleri arasında köprü bir değişken olarak ele alınmalıdır. Uygulamada ise sektörler arası etki analizleri, algoritmik etki raporları, çalışan-temsil mekanizmaları ve yerel yönetimlerde pilot katılımcı dijital programlar önceliklendirilmelidir. Gelecek araştırmalar, yerel yönetimler, KOBİ ekosistemleri ve kamu-özel platformlarında karşılaştırmalı saha çalışmalarıyla; şeffaflık müdahalelerinin, birlikte yönetişim protokollerinin ve etik tasarım ilkelerinin somut performans sonuçlarını ölçmeye odaklanmalıdır. Böylece dijital çağın merkezî kaynağı olan bilgi, yalnızca güç yoğunlaştıran değil, aynı zamanda adil, kapsayıcı ve dirençli kurumlar inşa eden bir kamusal değere dönüştürülebilir.

Kaynakça

- Adams, P. C. (2024). The intimate politics of everyday digital practices. *Digital Geography and Society: Political Geography*, 103091. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2024.103091>
- Agre, P. E. (1994). Surveillance and capture: two models of privacy. *The Information Society*, 10(2), pp. 101–27. <https://doi.org/10.1080/01972243.1994.9960162>
- Airoidi, M. and Rokka, J. (2022). Algorithmic consumer culture. *Consumption Markets & Culture*, 25(5), pp. 411–428. <https://doi.org/10.1080/10253866.2022.2084726>
- Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), pp. 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Aloisi A. and De Stefano, V. (2022). Essential jobs, remote work and digital surveillance: addressing the COVID-19 pandemic panopticon. *International Labour Review*, 161, pp. 289–314. <https://doi.org/10.1111/ILR.12219>
- Altenried, M. (2019) On the last mile: logistical urbanism and the transformation of labour: Work Organisation. *Labour & Globalisation*, 13, pp.114–129. <https://doi.org/10.13169/workorglaboglob.13.1.0114>
- Altenried, M. (2022). *The digital factory: The human labor of automation*. University of Chicago Press.
- Alvarado, O. and Waern, A. (2018). Towards algorithmic experience: Initial efforts for social media contexts. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '18)* (pp. 1–12). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173860>
- Anceschi, L. (2015). The persistence of media control under consolidated authoritarianism: Containing Kazakhstan's digital media. *Demokratizatsiya*, 23(3), pp. 277–295. <https://eprints.gla.ac.uk/108973/>
- Anderson, A. (2021). “Networked” revolutions? ICTs and protest mobilization in non-democratic regimes. *Political Research Quarterly*, 74(4), pp. 1037–1051. <https://doi.org/10.1177/1065912920958071>
- Andrejevic, M. (2007). *iSpy: Surveillance and power in the interactive era*. University Press of Kansas.
- Andreucci, D., Garcia-Lamarca, M., Wedekind, J. and Swyngedouw, E. (2017). Value grabbing: A political ecology of rent. *Capitalism Nature Socialism*, 28(3), pp. 28–47. <https://doi.org/10.1080/10455752.2016.1278027>
- Annals, 18(1), pp. 251–294. <https://doi.org/10.5465/annals.2022.0090>
- Argenti, P.A. (2003), *Corporate Communication*, McGraw-Hill.
- Argenti, P.A. and Forman, J. (2002), *The power of corporate communication: crafting the voice and image of your business*. McGraw-Hill.

- Bail, C. A. (2021). *Breaking the social media prism: How to make our platforms less polarizing*. Princeton University Press.
- Baiocco, S., Fernandez-Macias, E., Rani, U., & Pesole, A. (2022). The algorithmic management of work and its implications in different contexts (Report No. JRC129749). *European Commission, Joint Research Centre*. https://joint-research-centre.ec.europa.eu/reports-and-technical-documentation/algorithmic-management-work-and-its-implicationsdifferent-contexts_en
- Bak-Coleman, J. B., Kennedy, I., Wack, M., Beers, A., Schafer, J. S., Spiro, E. S., Starbird, K. and West, J. D. (2022). Combining interventions to reduce the spread of viral misinformation. *Nature Human Behaviour*, 6, pp. 1372–1380. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01388-6>
- Ball, K., Haggerty, K. and Lyon, D. (2012). *The Routledge handbook of surveillance studies*. Routledge.
- Banalieva, E. R. and Dhanaraj, C. (2019). Internalization theory for the digital economy. *Journal of International Business Studies*, 50(8), pp. 1372–1387. <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00243-7>
- Barati, M. and Ansari, B. (2022). Effects of algorithmic control on power asymmetry and inequality within organizations. *Journal Management of Control*, 33, pp. 525–544. <https://doi.org/10.1007/S00187-022-00347-6>
- Barnett, M. L., Henriques, I. and Husted, B. W. (2020). The rise and stall of stakeholder influence: How the digital age limits social control. *Academy of Management Perspectives*, 34(1), pp. 1–51. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0080>
- Barocas, S. and Selbst, A. D. (2016). Big data's disparate impact. *California Law Review*, 104(3), pp. 671–732. <https://doi.org/10.15779/Z38BG31>
- Başaran, B. (2005). *Gilles Deleuze'de Toplum ve Denetim*. Bağlam Yayınları
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2013). *Akışkan gözetim* (E. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bellanova, R. (2016). Digital, politics, and algorithms: Governing digital data through the lens of data protection. *European Journal of Social Theory*. 20(3), pp. 219–247. <https://doi.org/10.1177/1368431016679167>
- Bennett, W. L. and Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), pp. 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bentham, J. (2019). *Panoptikon – Gözün iktidarı* (B. Çoban & Z. Özarslan, Çev.). Su Yayınları.
- Bigo, D. (2006). Security, exception, ban and surveillance. In D. Lyon (Ed.), *Theorising surveillance: The panopticon and beyond* (pp. 46–68). Willan Publishing.

- Birch, K. (2020) Technoscience rent: Toward a theory of rentiership for technoscientific capitalism. *Science, Technology, and Human Value*, 45(1), pp. 3–33. <https://doi.org/10.1177/01622439198295>
- Birnbaum, D. and Somers, M. (2023). Past as prologue: Taylorism, the new scientific management and managing human capital. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(6), pp. 2610–2622. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2022-3106>
- Bishop, S. (2019). Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. *New Media & Society*, 21(11–12), pp. 2589–2606. <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>
- Black, L. J., Carlile, P. R. and Repenning, N. P. (2004). A dynamic theory of expertise and occupational boundaries in new technology implementation: Building on Barley's study of CT scanning. *Administrative Science Quarterly*, 49(4), pp. 572–607. <https://doi.org/10.2307/4131491>
- Bocquet, N. (2025). Caught between privacy and surveillance: Explaining the long-term stagnation of data protection regulation in liberal democracies. Regulation & Governance. Advance online publication. <https://doi.org/10.1111/rego.12656>
- Bollerman, M. (2024). *Digital sovereigns: Big tech's and nation-state influence* [Unpublished master's thesis]. Norwich University.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), pp. 524–538. doi:10.1080/1369118X.2015.1008542
- Boulianne, S., and Theocharis, Y. (2018). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 37(2), pp. 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Bove'e, C.L. and Thill, J.V. (2000), *Business communication today*, Prentice-Hall.
- Brady, W. J., Crockett, M. J. and Van Bavel, J. J. (2020). The MAD model of moral contagion: The role of motivation, attention, and design in the spread of moralized content online. *Perspectives on Psychological Science*, 15(4), pp. 978–1010. <https://doi.org/10.1177/1745691620917336>
- Brancati, D. (2014). Democratic authoritarianism: Origins and effects. *Annual Review of Political Science*, 17, pp. 313–326. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-052013-115248>
- Brocklehurst, M. (2001). Power, identity and new technology homework: Implications for new forms of organizing. *Organization Studies*, 22(3), pp. 445–466. <https://doi.org/10.1177/0170840601223003>
- Brunon-Ernst, A. (2013). Introduction. In A. Brunon-Ernst (Ed.), *Beyond Foucault: New perspectives on Bentham's panopticon* (pp. 1–16). Ashgate Publishing.

- Brunon-Ernst, A. and Tusseau, G. (2013). Epilogue: The panopticon as a contemporary icon? In A. Brunon-Ernst (Ed.), *Beyond Foucault: New perspectives on Bentham's panopticon* (pp. 185–200). Ashgate Publishing.
- Bucher, E. L., Schou, P. K. and Waldkirch, M. (2021). Pacifying the algorithm: Anticipatory compliance in the face of algorithmic management in the gig economy. *Organization*, 28(1), pp. 1–24. <https://doi.org/10.1177/1350508420961531>
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Cameron, L. (2024). The making of the “good bad” job: How algorithmic management manufactures consent through confined choices. *Admin Science Quarterly*, 69(2), pp. 458–514. <https://doi.org/10.1177/00018392241236>
- Carrasco, P. G., Saorín, E. G. and Osma, B. G. (2019). Stakeholders versus firm communication in social media: The case of Twitter and corporate social responsibility information. *SSRN Electronic Journal*, pp. 1–71. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3414210>
- Casilli, A. A., & Posada, J. (2019). The platformization of labor and society. In J. M. Taylor (Ed.), *The Oxford handbook of digital technology and society* (pp. 386–404). Oxford University Press.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, pp. 238–266. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>
- Chen, H.-T., Chan, M. and Lee, F. L. F. (2016). Social media use and democratic engagement: A comparative study of Hong Kong, Taiwan, and China. *Chinese Journal of Communication*, 9(4), pp. 348–366. <https://doi.org/10.1080/17544750.2016.1210182>
- Choi, Y., Kang, E. J., Lee, M. K. and Kim, J. (2023). Creator-friendly algorithms: Behaviors, challenges, and design opportunities in algorithmic platforms. In *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '23)* (pp. 1–17). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3544548.358138>
- Claassen, C. (2020). In the mood for democracy? Democratic support as thermostat opinion. *American Political Science Review*, 114(1), pp. 36–53. <https://doi.org/10.1017/S0003055419000558>
- Clampitt, P. G. (2017). *Communicating for managerial effectiveness: Problems, strategies, solutions*. Sage.
- Clarke, R. (1988). Information technology and dataveillance. *Communications of the ACM*, 31(5), pp. 498–512. <https://doi.org/10.1145/42411.42413>
- Clegg, S. R., Courpasson, D. and Phillips, N. (2006). *Power and organizations*. Pine Forge Press.

- Conrad, L. and Beyes, T. (2018). Mixed relations: On the relationship between media and organization theory. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 18(1), pp. 50–58. <https://doi.org/10.25969/mediarep/3520>
- Cotter, K., Cho, J. and Rader, E. (2017). Explaining the News Feed algorithm: An analysis of the “News Feed FYI” blog. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '17)* (pp. 1553–1560). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3027063.3053114>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep neural networks for YouTube recommendations. In *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '16)* (pp. 191–198). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>
- Curchod, C., Patriotta, G., Cohen, L. and Neysen, N. (2020). Working for an algorithm: Power asymmetries and agency in online work settings. *Administrative Science Quarterly*, 65(3), pp. 644– 676. <https://doi.org/10.1177/0001839219867024>
- Cutolo, D. and Kenney, M. (2021). Platform-dependent entrepreneurs: Power asymmetries, risks, and strategies in the platform economy. *Academy of Management Perspectives*, 35(4), pp. 584–605. <https://doi.org/10.5465/amp.2019.0103>
- Czarniawska, B. (2003). This Way to Paradise: On Creole Researchers, Hybrid Disciplines, and Pidgin Writing. *Organization*, 10(3): pp. 430–34. <https://doi.org/10.1177/1350508403010300>
- Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Behavioral Science*, 2(3), pp. 201–215. <https://doi.org/10.1002/bs.3830020303>
- Dawson, A. and Innes, M. (2019). How Russia’s internet research agency built its disinformation campaign. *Political Insight*, 10(1), pp. 22–25. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12690>
- Dean, M. (1999). *Governmentality: Power and Rule in Modern Society*. SAGE.
- Deibert, R. (2015). Cyberspace under siege. *Journal of Democracy*, 26(3), pp. 64–78. <https://doi.org/10.1353/jod.2015.0051>
- Deibert, R. (2019). *Reset: Reclaiming the Internet for Civil Society*. House of Anansi Press
- Deibert, R., Palfrey, J. and Rohozinski, R. (2010). *Access controlled: The shaping of power, rights, and rule in cyberspace*. MIT Press.
- DeVito, M. A. (2022). How transfeminine TikTok creators navigate the algorithmic trap of visibility via folk theorization. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW2), 1–31. <https://doi.org/10.1145/3555105>

- Diakopoulos, N. (2013). Algorithmic accountability reporting: On the investigation of black boxes. *Tow Center for Digital Journalism*. <https://doi.org/10.7916/D8ZG6Q9Q>
- Diamond, L. (2010). Liberation technology. *Journal of Democracy*, 21(3), pp. 69–83. <https://doi.org/10.1353/jod.0.0190>
- DiMaggio, P. (2001). *The twenty-first century firm: Changing economic organization in international perspective*. Princeton University Press.
- Downs, C. W. and Adrian, A. D. (2004). *Assessing organizational communication: Strategic communication audits*. Guilford Press.
- Duggan, J., Sherman, U., Carbery, R., & McDonnell, A. (2020). Algorithmic management and app-work in the gig economy: A research agenda for employment relations and HRM. *Human Resource Management Journal*, 30(1), pp. 114–132. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12258>
- Earl, J., Maher, T. V., and Pan, J. (2022). The digital repression of social movements, protest, and activism: A synthetic review. *Science Advances*, 8(6), eabl8198. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abl8198>
- Eckles, D. (2022). Algorithmic transparency and assessing effects of algorithmic ranking. In M. Taddeo & L. Floridi (Eds.), *The responsibilities of online service providers* (pp. 75–92). Springer. <https://doi.org/10.31235/osf.io/c8za6>
- Eckles, D. 2022. Algorithmic transparency and assessing effects of algorithmic ranking. *SocArxiv*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/c8za6>
- Edmondson, A. C., Bohmer, R. M. and Pisano, G. P. (2001). Disrupted routines: Team learning and new technology implementation in hospitals. *Administrative Science Quarterly*, 46(4), pp. 685–716. <https://doi.org/10.2307/3094828>
- Eslami, M., Gilbert, E., Schoenebeck, S., Baumer, E. P. S., Chandrasekharan, E., Mooy, M. D., Karahalios, K., Karger, D., Cottom, T. M., Monroy-Hernández, A., Terveen, L. and Wihbey, J. (2024). The future of research on social technologies: CCC workshop visioning report. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2404.10897>
- Farrell, H. and Fourcade, M. (2023). The moral economy of high-tech modernism. *Daedalus*, 152(1), pp. 225–235. https://doi.org/10.1162/daed_a_01982
- Feigenbaum, A. (2014) Resistant Matters: Tents, Tear Gas and the “Other Media” of Occupy. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(1), pp. 15–24. <https://doi.org/10.1080/14791420.2013.828383>
- Fleetwood, S. (2007). Why work–life balance now? *The International Journal of Human Resource Management*, 18(3), pp. 387–400. <https://doi.org/10.1080/09585190601167441>

- Fleming, P. (2017). The human capital hoax: work, debt and insecurity in the era of uberization. *Organ Study*, 38, pp. 691–709. <https://doi.org/10.1177/0170840616686129>
- Fleming, P., & Spicer, A. (2014). Power in management and organization science. *The Academy of Management Annals*, 8(1), pp. 237–298. <https://doi.org/10.1080/19416520.2014.875671>
- Floridi, L. (2020). The fight for digital sovereignty: What it is, and why it matters, especially for the EU. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3827089>
- Flyverbom, M. (2022). Overlit: Digital architectures of visibility. *Organization Theory*, 3(3), 26317877221090314. <https://doi.org/10.1177/26317877221090314>
- Follett, M. P. (1924). *Creative experience*. Longmans, Green.
- Foucault, M. (2006). *Hapishanenin Doğuşu*. (M. A. Kılıçbay, Çev). Ankara: İmge Kitabevi.
- Fournier-Tombs, E. (2022, May 4). Elon Musk's proposed takeover of Twitter raises questions about its role in the digital social infrastructure. *The Conversation*. <https://theconversation.com/elon-musks-proposed-takeover-of-twitter-raises-questions-about-its-role-in-the-digital-social-infrastructure-182271>
- Frenken, K. and Fuenfschilling, L. (2020). The rise of online platforms and the triumph of the corporation. *Sociologica*, 14(3), pp. 101–113. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/11715>
- Fuchs, C. (2013). Societal and ideological impacts of deep packet inspection internet surveillance. *Information, Communication & Society*, 16, 1328–1359. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.770544>
- Gal, U. (2022, June 10). 'Transparency reports' from tech giants are vague on how they're combating misinformation, it's time for legislation. *The Conversation*. <http://theconversation.com/transparency-reports-from-techgiants-are-vague-on-how-theyre-combating-misinformation-its-time-for-legislation-184476>
- Galière, S. (2020). When food-delivery platform workers consent to algorithmic management: a foucauldian perspective. *New Technol Work Employ*, 35, pp. 357–370. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12177>
- Gibson, R. (2006). *Rethinking the future*. Young Publishing House
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.

- Gray, A. (2004). *Unsocial Europe: Social protection or flexploitation?* Pluto Press.
- Gray, P. H. (2001). The impact of knowledge repositories on power and control in the workplace. *Information Technology & People*, 14(4), pp. 368–384. <https://doi.org/10.1108/09593840110411167>
- Gunitsky, S. (2015). Corrupting the cyber-commons: Social media as a tool of autocratic stability. *Perspectives on Politics*, 13, pp. 42–54. doi:10.1017/S1537592714003120
- Gurjar, O., Bansal, T., Jangra, H., Lamba, H. and Kumaraguru, P. (2022). Effect of popularity shocks on user behaviour. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2022)*, 6(1), pp. 258–269). <https://doi.org/10.1609/icwsml.v16i1.19289>
- Güvenli Web. (2023). Sosyal medya denetimi ve ifade özgürlüğü. *Güvenli Web*. <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/sosyal-medya-denetimi-ve-ifade-ozgurlugu>
- Haggerty, K. D. and Ericson, R. V. (2000). The surveillant assemblage. *British Journal of Sociology*, 51(4), pp. 605–622. <https://doi.org/10.1080/00071310020015280>
- Harari, Y. N. (2017). *Yarının kısa bir tarihi* (P. N. Taneli, Çev.). Kolektif Kitap.
- Hargittai, E. (2015). Is bigger always better? Potential biases of big data derived from social network sites. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 659(1), pp. 63–76. <https://doi.org/10.1177/0002716215570866>
- Hartmann, C. and Noesselt, N. (2019). *China's new role in African politics: From non-intervention towards stabilization?* Routledge.
- Harvey, D. (2010). *The enigma of capital and the crises of capitalism*. Profile
- Hatch, M. J. (2018). *Organization theory: Modern, symbolic, and postmodern perspectives*. Oxford university press.
- He, W., Gordon, M. L., Popowski, L. and Bernstein, M. S. (2023). Cura: Curation at social media scale. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 7(1), 1–28. <https://doi.org/10.1145/3610186>
- Helberger, N. (2020). The political power of platforms: How current attempts to regulate misinformation amplify opinion power. *Digital Journalism*, 8(6), pp. 842–854. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773888>
- Hintz, A., Dencik, L and Wahl-Jorgensen, K. (2020). *Digital Citizenship in a Datafied Society*. Polity.
- Hoffman, S. (2022). China's Tech-Enhanced Authoritarianism. *Journal of Democracy*, 33 (2), pp. 76–89. <https://doi.org/10.1353/jod.2022.0019>
- Hoof, F. and Böll, S. (2019) Culture, Technology, and Process in “Media Theories”: Towards a Shift in the Understanding of Media in Organizational Research, *Organization*, 26(5), pp. 636–654.

- Horn, E. (2007). Editor's introduction: 'There are no media'. *Grey Room*, 29(1), pp. 6–13. <https://doi.org/10.1162/grey.2007.1.29.6>
- Hsu, S., Vaccaro, K., Yue, Y., Rickman, A. and Karahalios, K. (2020). Awareness, navigation, and use of feed control settings online. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '20)* (pp. 1–13). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376688>
- Hsu, S.; Vaccaro, K.; Yue, Y.; Rickman, A.; and Karahalios, K. 2020. *Awareness, Navigation, and Use of Feed Control Settings Online*. In CHI.
- Huang, H. (2015). Propaganda as signaling. *Comparative Politics*, 47(4), pp. 419–444. <https://doi.org/10.5129/001041515816103220>
- Hunt, R. A. (2013). *Essays concerning the entry and survival strategies of entrepreneurial firms: A transaction perspective* (Publication No. 3561978) [Doctoral dissertation, University of Colorado Boulder]. ProQuest Dissertations and Theses Global.
- Huws, U. (2016). Logged labour: A new paradigm of work organisation? *Work Organisation, Labour and Globalisation*, 10(1), pp. 7–26. <https://doi.org/10.13169/workorglaboglob.10.1.0007>
- Isin, E. and Ruppert, E. (2020). *Being Digital Citizens*. Rowman & Littlefield.
- Jarrahi, M. H. (2019). In the age of the smart artificial intelligence: APs dual capacities for automating and informing work. *Business Information Review*, 36(4), pp. 178–187. <https://doi.org/10.1177/0266382119883999>
- Jarrahi, M. H., & Sutherland, W. (2019). Algorithmic management and algorithmic competencies: Understanding and appropriating algorithms in gig work. In N. Taylor, C. Christian-Lamb, M. Martin, & B. Nardi (Eds.), *Information in Contemporary Society*. iConference 2019. Lecture Notes in Computer Science, 11420 (pp. 578–589). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15742-5_55
- Joachims, T., Granka, L., Pan, B., Hembrooke, H., & Gay, G. (2017). Accurately interpreting clickthrough data as implicit feedback. In *Proceedings of the 28th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval (SIGIR '05)* (pp. 154–161). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1076034.1076063>
- John-Mathews, J.M. and Cardon, D. (2022). The crisis of social categories in the age of AI. *Sociologica*, 16(3), pp. 5–16. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/15931>
- Jungherr, A., Schoen, H., Posegga, O. and Jürgens, P. (2017). Digital trace data in the study of public opinion: An indicator of attention toward politics rather than political support. *Social Science Computer Review*, 35(3), 336–356. <https://doi.org/10.1177/0894439316631043>

- Just, N. and Latzer, M. (2017). Governance by algorithms: Reality construction by algorithmic selection on the Internet. *Media, Culture & Society*, 39(2), pp. 238–258. <https://doi.org/10.1177/0163443716643157>
- Kaine, S. and Josserand, E. (2019) The organisation and experience of work in the gig economy. *Journal of Industrial Relations*, 61, 479–501. <https://doi.org/10.1177/0022185619865480>
- Kallinikos, J. and Constantiou, I. D. (2015). Big data revisited: A rejoinder, *Journal of Information Technology*, 30(1): 70–74. <https://doi.org/10.1057/jit.2014.36>
- Kellogg, K. C., Valentine, M. A. and Christin, A. (2020). Algorithms at work: The new contested terrain of control. *Academy of Management Annals*, 14(1), pp. 366–410. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0174>
- Kelty, C. M. (2017). Too much democracy in all the wrong places: Toward a grammar of participation. *Current Anthropology*, 58(15), pp. 77–90. <https://doi.org/10.1086/688705>
- Kenney, M. and Zysman, J. (2020). The platform economy: restructuring the space of capitalist accumulation. *Cambridge Journal Of Regions, Economy And Society*, 13(1). Pp. 55-76. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3497978>
- Kim, J. N. and Rhee, Y. (2011). Strategic thinking about employee communication behavior (ECB) in public relations: Testing the models of megaphoning and scouting effects in Korea. *Journal of Public Relations Research*, 23(3), pp. 243–268. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2011.582204>
- King, G., Pan, J. and Roberts, M. E. (2017). How the Chinese government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument. *American Political Science Review*, 111(3), pp. 484–501. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000144>
- Kling, R. and Iacono, S. (1984). The control of information systems developments after implementation. *Communications of the ACM*, 27(12), 1218–1226.
- Kooiman, J. and Jentoft, S. (2009.) Meta-Governance: Values, norms and principles, and the making of hard choices. *Public Administration*, 87(4), pp. 818–836 <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2009.01780.x>
- Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Hertwig, R., Lewandowsky, S. and Herzog, S. M. (2021). Public attitudes towards algorithmic personalization and use of personal data online: Evidence from Germany, Great Britain, and the United States. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), pp. 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00787-w>
- Kracmer, K. and King, J. L. (2006). Information technology and administrative reform: Will e-government be different? *International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)*, 2(1), 1–20. <https://cscholarship.org/uc/item/2rd511db>

- Lange, A.C., Lenglet, M. and Seyfert, R. (2018). On studying algorithms ethnographically: Making sense of objects of ignorance. *Organization*, 26(4), pp. 598-617. <https://doi.org/10.1177/1350508418808230> (Original work published 2019)
- Larkin, T. J, and Larkin, S. (1994). *Communicating change: Winning employee support for new business goals*. McGraw-Hill.
- Latour, B. (1999). On recalling ANT. *The Sociological Review*, 47(1), pp. 15–25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1999.tb034>
- Latzer M, and Festic, N. (2019). A guideline for understanding and measuring algorithmic governance in everyday life. *Internet Policy Review*, 8(2), pp. 1–19. <https://doi.org/10.14763/2019.2.1415>
- Leavitt, H. J. and Whisler, T. L. (1958). Management in the 1980s. *Harvard Business Review*, 41. <https://hbr.org/1958/11/management-in-the-1980s>
- Leber, A. and Abrahams, A. (2019). A storm of tweets: Social media manipulation during the Gulf crisis. *Review of Middle East Studies*, 53(2), pp. 241–258. <https://doi.org/10.1017/rms.2019.45>
- Lee, M. K., Kusbit, D., Metsky, E. and Dabbish, L. (2015). Working with machines. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1603–1612). ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702548>
- Lee, M. Y. and Edmondson, A. C. (2017). Selfmanaging organizations: Exploring the limits of less-hierarchical organizing. *Research in Organizational Behavior*, 37, pp. 35–58. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2017.10.002>
- Leonardi, P. M. (2021). COVID-19 and the new technologies of organizing: Digital exhaust, digital footprints, and artificial intelligence in the wake of remote work. *Journal of Management Studies*, 58(1), pp. 249–253. <https://doi.org/10.1111/joms.12648>
- Loader, B. D. and Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14(6), pp. 757–769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>
- Lupton, D. (2015). *Digital sociology*. Routledge
- Lyon, D. (2003). *Surveillance as social sorting: privacy, risk, and digital discrimination*. Routledge.
- Lyon, D. (2003). Surveillance technology and surveillance society. In T. J. Misa, P. Brey, & A. Feenberg (Eds.), *Modernity and technology* (pp. 161–183). The MIT Press
- Lyon, D. (2006). The search for surveillance theories. In D. Lyon (Ed.), *Theorising surveillance: The panopticon and beyond* (pp. 3–20). Willan Publishing.
- Lyon, D. (2013). *Gözetim çalışmaları* (A. Toprak, Çev.). Kalkedon Yayıncılık.

- Lyotard, J.F. (1997). *Postmodern durum: Bilgi üzerine bir rapor* (A. Çiğdem, Çev.). Vadi Yayınları.
- MacKinnon, R. (2011). China's "networked authoritarianism". *Journal of Democracy*, 22(2), pp. 32–46. <https://doi.org/10.1353/jod.2011.0033>
- Mader, M., Marinov, N. and Schoen, H. (2022). Foreign anti-mainstream propaganda and democratic publics. *Comparative Political Studies*, 55(10), pp. 246–276. <https://doi.org/10.1177/00104140211060277>
- Mattingly, D. C. and Yao, E. (2022). How soft propaganda persuades. *Comparative Political Studies*, 55(2), pp. 237–268. <https://doi.org/10.1177/00104140211047403>
- Mazzei, A. (2010). Promoting active communication behaviours through internal communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), pp. 221–234 <https://doi.org/10.1108/13563281011068096>
- McLuhan, M. (2005). *Yaradığımız Medya*. (Ü. Oskay, Çev.). Turkuvaz Kitap
- Menendez, R. (2020). *The new big brother – China and digital authoritarianism: A minority staff report*. U.S. Government Publishing Office.
- Meshi, D., Tamir, D. I. and Heckerren, H. R. (2015). The emerging neuroscience of social media. *Trends in Cognitive Sciences*, 19(12), pp. 771–782. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.09.004>
- Meyer, U. (2019). *Digitalization in industry: Between domination and emancipation*. Palgrave.
- Mignano, M. (2022, August 8). The end of social media and the rise of recommendation media. *Medium*. <https://mignano.medium.com/the-end-of-social-media-a88ffed21f86>
- Mousavi, S., Gummadi, K. P., & Zannettou, S. (2024). Auditing algorithmic explanations of social media feeds: A case study of TikTok video explanations. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2024)*, 18 (1), pp. 1110–1122. AAAI Press. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v18i1.31376>
- Mozur, P., Kessel, J. M. and Chan, M. (2019, April 24). Made in China, exported to the world: The surveillance state. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/04/24/technology/ecuador-surveillance-cameras-police-government.html>
- Möhlmann, M. and Zalmanson, L. (2017, December 10–13). Hands on the wheel: Navigating algorithmic management and drivers. In *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS 2017)*. Association for Information Systems.
- Mumby, D. K. (2005). Theorizing resistance in organization studies: A dialectical approach. *Management Communication Quarterly*, 19(1), pp. 19–44. <https://doi.org/10.1177/0893318905276558>

- Munger, K. (2020, July 26). Theorizing TikTok [Substack newsletter]. *Never Met a Science*. <https://kevinmunger.substack.com/p/theorizing-tiktok>
- Munger, K., Bonneau, R., Nagler, J. and Tucker, J. A. (2019). Elites tweet to get feet off the streets: Measuring regime social media strategies during protest. *Political Science Research and Methods*, 7(4), pp. 815–834. <https://doi.org/10.1017/psrm.2018.3>
- MurakamiWood, D. (2013). What is global surveillance? Towards a relational political economy of the global surveillant assemblage. *Geoforum*, 49, pp. 317–326. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.07.001>
- Murgia, M. and Gross, A. (2020, March 27). Inside China's controversial mission to reinvent the internet. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/ba94c2bc-6c27-11ea-9bca-bf503995cd6f>
- Murphree, M. and Anderson, J. A. (2018). Countering overseas power in global value chains: Information asymmetries and subcontracting in the plastics industry. *Journal of International Management*, 24(2), pp. 123–136. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.09.007>
- Nadkarni, A. and Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), pp. 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nambisan, S., Wright, M. and Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8). Pp. 1-23. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Narayanan, A. (2023, April 10). Twitter showed us its algorithm. What does it tell us? *Knight First Amendment Institute*. <http://knightcolumbia.org/blog/twitter-showedus-its-algorithm-what-does-it-tell-us>
- Nielsen, J. A., Andersen, K. N. and Danziger, J. N. (2016). The power reinforcement framework revisited: Mobile technology and management control in home care. *Information, Communication & Society*, 19(2), pp. 160–177. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.10477844>
- Nilsen, M., Kongsvik, T., & Antonsen, S. (2022). Taming Proteus: Challenges for risk regulation of powerful digital labor platforms. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(10), 6196. <https://doi.org/10.3390/ijerph19106196>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York University Press.
- Noponen, N., Feshchenko, P., Auvinen, T., Luoma-aho, V. and Abrahamsson, P. (2023). Taylorism on steroids or enabling autonomy? A systematic

- review of algorithmic management. *Management Review Quarterly*. (Advance online publication). <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00345-5>
- Norris, D. F. and Reddick, C. G. (2013). Local e-government in the United States: Transformation or incremental change? *Public Administration Review*, 73(1), pp. 165–175. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2012.02647.x>
- O'Connor, S. (2016, September 8). When your boss is an algorithm. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/88fdc58e-754f-11e6-b60a-de4532d5ea35>
- Peck, J. and Phillips, R. (2020). The platform conjuncture. *Sociologica*, 14(3), pp. 73–99. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/11613>
- Peck, J. and Theodore, N. (2015). *Fast policy: Experimental statecraft at the thresholds of neoliberalism*. University of Minnesota Press.
- Peters, B. (2016). Digital. In B. Peters (Ed.), *Digital keywords: A vocabulary of information society and culture* (pp. 93–108). Princeton University Press.
- Poudel, A., & Weninger, T. (2024). Navigating the post-API dilemma. In *Proceedings of the ACM on Web Conference 2024 (WWW '24)* (pp. 1251–1262). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3589334.364550>
- Power, M. (2022). Theorizing the economy of traces: From audit society to surveillance capitalism. *Organization Theory*, 3(3), 26317877211052296. <https://doi.org/10.1177/26317877211052296>
- Prey, R. (2018). Nothing personal: Algorithmic individuation on music streaming platforms. *Media, Culture & Society*, 40(7), pp. 1086–1100. <https://doi.org/10.1177/0163443717745147>
- Pultz, S. and Dupret, K. (2020, June). *Pushing and pulling: The micropolitics of virtual communication tools: Exploring emotional labour in a digital context in an agile IT company*. Paper presented at the Nordic Working Life Conference: The Changing Nature of Nordic Working Life, Reykjavik, Iceland. <https://forskning.ruc.dk/en/publications/pushing-and-pulling-the-micropolitics-of-virtual-communication-to>
- Rader, E. and Gray, R. (2015). Understanding user beliefs about algorithmic curation in the Facebook News Feed. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '15)* (pp. 173–182). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702174>
- Rader, E., Cotter, K., & Cho, J. (2018). Explanations as mechanisms for supporting algorithmic transparency. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '18)* (pp. 1–13). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3173574.317367>
- Radu, R. (2019). *Negotiating internet governance*. Oxford University Press.
- Rahman, H. A., Karunakaran, A. and Cameron, L. D. (2024). Taming platform power: Taking accountability into account in the management of plat-

- forms. *Academy of Management Annals*, 18(1), pp. 251-294. <https://doi.org/10.5465/annals.2022.0090>
- Rathje, S., Robertson, C., Brady, W. J. and Van Bavel, J. J. (2022). People think that social media platforms do (but should not) amplify divisive content. *PsyArXiv*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/gmun4>
- Reed, M. I. (1996). Expert power and control in late modernity: An empirical review and theoretical synthesis. *Organization Studies*, 17(4), pp. 573–597. <https://doi.org/10.1177/017084069601700402>
- Resmî Gazete. (2007). 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun. *Resmî Gazete*, (26530). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/05/20070523-16.htm>
- Resmî Gazete. (2020). 7253 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. *Resmî Gazete*, (31202). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200731-1.htm>
- Resmî Gazete. (2022). 7418 sayılı Basın Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun [Kamuoyunda “Dezenformasyon Yasası” olarak bilinir]. *Resmî Gazete*, (31987). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/10/20221018-1.htm>
- Ricart, J., Snihur, Y., Carrasco-Farré, C. and Berrone, P. (2020). Grassroots resistance to digital platforms and relational business model design, *Strategy Science*, 5(3), pp. 271-291. <https://doi.org/10.1287/stsc.2020.0104>
- Rietveld, J. and Eggers, J. P. (2017). Demand heterogeneity in platform markets: Implications for complementors. *Organization Science*, 29(2), pp. 304–322. <https://doi.org/10.1287/orsc.2017.1183>
- Ritzer, G. (2018). Contemporary capitalism and the ‘new’ prosumer. In F. F. Wherry & I. Woodward (Eds.), *The Oxford handbook of consumption* (pp. 75–94). Oxford University Press.
- Roberts, M. E. (2018). *Censored: Distraction and Diversion Inside China’s Great Firewall*. Princeton University Press.
- Rogers, L., De Brún, A., Birken, S. A., Davies, C. and McAuliffe, E. (2020). The micropolitics of implementation: A qualitative study exploring the impact of power, authority, and influence when implementing change in healthcare teams. *BMC Health Services Research*, 20, 1059. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05905-z>
- Rose, E. (2014). Who’s controlling who? Personal communication devices and work. *Sociology Compass*, 8(8), ss. 1004–1017. <https://doi.org/10.1111/soc4.12194>

- Rosenblat, A. and Stark, L. (2016). Algorithmic labor and information asymmetries: a case study of Uber's drivers. *International Journal of Commun*, 10, pp. 3758–3784. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2686227>
- Rozenas, A. and Stukal, D. (2019). How autocrats manipulate economic news: Evidence from Russia's state-controlled television. *The Journal of Politics*, 81(3), pp. 982–996. <https://doi.org/10.1086/703208>
- Ruck, K. and Welch, M. (2012). Valuing internal communication; management and employee perspectives. *Public Relations Review*, 38(2), pp. 294–302. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.016>
- Sadowski, J. (2020). The internet of landlords: Digital platforms and new mechanisms of rentier capitalism. *Antipode*, 52(2), pp. 562–580. <https://doi.org/10.1111/anti.12595>
- Schildt, H. (2017). Big data and organizational design - the brave new world of algorithmic management and computer augmented transparency. *Innovation*, 19, pp. 23–30. <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1252043>
- Schneider, N. (2018)i An internet of ownership: democratic design for the online economy. *Sociologic Review*, 66, pp. 320–340. <https://doi.org/10.1177/0038026118758533>
- Schofield, P. (2009). *Bentham: a guide for the perplexed*. Continuum.
- Scholz, T. and Schneider, N. (2017). *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. OR Books.
- Schrape, J.-F. (2019). The promise of technological decentralization: A brief reconstruction. *Society*, 56(1), pp. 31–37. <https://doi.org/10.1007/s12115-018-00321-w>
- Schultze, U. and Orlikowski, W. J. (2004). A practice perspective on technology-mediated network relations: The use of internet-based self-serve technologies. *Information Systems Research*, 15(1), pp. 87–106. <https://doi.org/10.1287/isrc.1030.0016>
- Shaffer, J. (2000). *The leadership solution*. McGraw-Hill.
- Sherman, J. and Morgus, R. (2018, December 5). Authoritarians are exporting surveillance tech, and with it their vision for the internet. *Council on Foreign Relations – Net Politics*. <https://www.cfr.org/blog/authoritarians-are-exporting-surveillance-tech-and-it-their-vision-internet>
- Shmargad, Y. and Klar, S. (2019). How partisan online environments shape communication with political outgroups. *International Journal of Communication*, 13, pp. 2287–2313. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10127>
- Sørensen, E. and Torfing, J. (2009). making governance networks effective and democratic through metagovernance. *Public Administration*, 87(2), pp. 234–258. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2009.01753.x>

- Spence, W.R. (1994), *Innovation: The communication of change in ideas*. Chapman & Hall.
- Stanton, J. M., & Stam, K. R. (2003). Information technology, privacy, and power within organizations: A view from boundary theory and social exchange perspectives. *Surveillance & Society*, 1(2), pp. 152–190. <https://doi.org/10.24908/ss.v1i2.3351>
- Stark, D. (2022). Questioning humans versus machines: Artificial intelligence in class conflict. *Administrative Science Quarterly*, 67(3), pp. 42–46. <https://doi.org/10.1177/00018392221095682>
- Stark, D. and Pais, I. (2020). Algorithmic management in the platform economy. *Sociologica*, 14(3), pp. 47– 72. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/12221>
- Sunstein, C. R. (2017). *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Süleyman, B. A. (2021). Çağdaş Epistemolojide Mistik İnançların Epistemolojik Değerine İlişkin Problemler ve Çözüm Arayışları. *Eskişehir Osman-gazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(1), ss. 481-505. <https://doi.org/10.51702/esoguifd.852236>.
- Taplin, J. (2017). *Move fast and break things: How Facebook, Google, and Amazon have cornered culture and what it means for all of us*. Pan Macmillan.
- Taska, L. (2017). Scientific management. In A. Wilkinson, S. J. Armstrong, & M. Lounsbury (Eds.), *The Oxford handbook of management* (pp. 19–38). Oxford University Press.
- Taylor, A. (2014). *The people's platform: Taking back power and culture in the digital age*. Random House Canada.
- Thomas, M., Le Masson, P., Weil, B. and Legrand, J. (2021). The future of digital platforms: The future of digital platforms: Conditions of platform overthrow.” *Creativity and Innovation Management*, 30(1), 80-95. <http://doi.org/10.1111/caim.12422>
- Till, C. (2018). Commercialising bodies: Action, subjectivity and the new corporate health ethic. In A. Nafus (Edt), *Quantified lives and vital data* (pp. 229–249). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-66988-4_11
- Tilson, D., Lyytinen, K. and Sørensen, C. (2010). Digital infrastructures: The missing IS research agenda. *Information Systems Research*, 21(4), pp. 748–759. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0318>
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. William Morrow.
- Toffler, A. (1990). *Powershift: Knowledge, wealth, and violence at the edge of the 21st Century*. Bantam Books.

- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E., and Barberá, P. (2017). *From liberation to turmoil: Social media and democracy*. *Journal of Democracy*, 28(4), pp. 46–59. <https://doi.org/10.1353/jod.2017.0064>
- U.S. Senate Select Committee on Intelligence. (2019). Russian active measures campaigns and interference in the 2016 U.S. election. *Volume 2: Russia's use of social media*. U.S. Government Publishing Office.
- Valentine, M., & Hinds, R. (2021). 'Rolling up the leaf node' to new levels of analysis: How algorithmic decision-making changes roles, hierarchies, and org charts [Working paper]. Stanford University, Department of Engineering.
- 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), pp. 920–942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>
- Vallas, S. and Schor, J. B. (2020). What do platforms do? Understanding the gig economy. *Annual Review of Sociology*, 46, pp. 273–294. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857>
- Van Dijck, J., Nieborg, D. and Poell, T. (2019). Reframing platform power. *Internet Policy Review*, 8(2), pp. 1–18. <https://doi.org/10.14763/2019.2.1414>
- Van Dijck, J., Poell, T. and De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vismann, C. (2008). *Files: Law and Media Technology (Meridian)*. Stanford University Press.
- Wagner, C., Strohmaier, M., Olteanu, A., Kıcıman, E., Contractor, N. and Eliassi-Rad, T. (2021). Measuring algorithmically infused societies. *Nature*, 595(7866), pp. 197–204. <https://doi.org/10.1038/s41586-021-03666-1>
- Walters, W. (2012). *Governmentality: Critical Encounters*. Routledge.
- Watkins, E. and Stark, D. (2018). The Möbius organizational form: Make, buy, cooperate, or coopt? *Sociologica*, 12(1), pp. 65–80. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/8364>
- Webster, F. (2014). *Theories of the Information Society*. Routledge.
- Welch, M. and Jackson, P. R. (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(2), pp. 177–198. <https://doi.org/10.1108/13563280710744847>
- Whitson, J. R. (2014). Foucault's fitbit: Governance and gamification. In S. P. Walz & S. Deterding (Edt), *The gameful world: Approaches, issues, applications*, (pp. 339–358). MIT Press.
- Whitworth, B. (2011). Internal communication. In T. Gillis (Ed.), *The IABC handbook of organizational communication* (pp. 157–181). Jossey-Bass.
- Wijermars, M. and Lokot, T. (2022). Is Telegram a harbinger of freedom? The performance, practices, and perception of platforms as political actors

- in authoritarian states. *Post-Soviet Affairs*, 38(1–2), pp. 125–145. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2022.2030645>
- Wu, K. J. (2019, April 25). Radical ideas spread through social media. Are the algorithms to blame? *PBS NewsHour*. <https://computationalsociety.yale.edu/news/radical-ideas-spread-through-social-media-are-algorithms-blame>
- Wuersch, L., Neher, A., Maley, J. F. and Peter, M. K. (2024). Using a digital internal communication strategy for digital capability development. *International Journal of Strategic Communication*, 18(3), pp. 167-188. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2330405>
- Yeung, K. (2017). “Hypernudge”: Big data as a mode of regulation by design. *Information, Communication & Society*, 20(1), pp. 118–136. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1186713>
- Yuen, K. F., Lee, J. Da, Nguyen, C. T. and Wang, X. (2024). Leveraging social media for stakeholder engagement: A case on the ship management industry. *Information*, 15(11), pp. 693. <https://doi.org/10.3390/info15110693>
- Zaraket, W., Garios, R. and Abdel Malek, L. (2018). The impact of employee empowerment on the organizational commitment. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(3), pp. 284- 298. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v8i3.13528>
- Zeller, B. and Atherton, M. (2025). Liberal democracy, society and the digital revolution. *Liverpool Law Review*, 46, pp. 137-152. <https://doi.org/10.1007/s10991-025-09380-6>
- Zuboff, S. (1988). *In the age of the smart machine*. NY Basic Book.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism. In W. Longhofer and D. Winchester (Eds.), *Social theory re-wired* (pp. 203–213). Routledge.
- Zuboff, S. (2021). *Gözetleme kapitalizmi çağı* (T. Uzunçelebi, Çev.). Okuyan Us Yayın.
- Zuboff, . (2019). “The age of surveillance capitalism.” *In Social theory re-wired*, pp. 203-213. Routledge, 2023.
- Zuzul, T., Pahnke, E. C., Larson, J., Bourke, P., Caurvina, N., Shah, N. P., Amini, F., Weston, J., Park, Y., Vogelstein, J., White, C. and Priebe, C. E. (2021). Dynamic silos: Increased modularity in intra-organizational communication networks during the Covid-19 pandemic. *Management Science*, 71(4), 3428-3448. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2022.02797>