



**T.C.
MİLLÎ SAVUNMA ÜNİVERSİTESİ
ATATÜRK STRATEJİK ARAŞTIRMALAR VE LİSANSÜSTÜ
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
STRATEJİK İLETİŞİM ANABİLİM DALI
STRATEJİK İLETİŞİM PROGRAMI**

**STRATEJİK İLETİŞİMDE DİJİTAL
MODERASYONUN ÖNEMİ; TRUMP ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**EMRE TOPCU
2021209102**

TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. BAŞAK GEZMEN

İSTANBUL

ŞUBAT 2024

T.C.
MİLLÎ SAVUNMA ÜNİVERSİTESİ
ATATÜRK STRATEJİK ARAŞTIRMALAR VE LİSANSÜSTÜ
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
STRATEJİK İLETİŞİM ANABİLİM DALI
STRATEJİK İLETİŞİM PROGRAMI

STRATEJİK İLETİŞİMDE DİJİTAL
MODERASYONUN ÖNEMİ; TRUMP ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

EMRE TOPCU
2021209102

TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. BAŞAK GEZMEN

İSTANBUL

ŞUBAT 2024

T.C.
MİLLÎ SAVUNMA ÜNİVERSİTESİ
ATATÜRK STRATEJİK ARAŞTIRMALAR VE LİSANSÜSTÜ
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
STRATEJİK İLETİŞİM ANABİLİM DALI
STRATEJİK İLETİŞİM PROGRAMI

STRATEJİK İLETİŞİMDE DİJİTAL
MODERASYON; DONALD TRUMP'IN TWİTTER
PAYLAŞIMLARININ ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

EMRE TOPCU
2021209102

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 16 Şubat 2024
Tezin Savunulduğu Tarih: 18 Ocak 2024

Tez Oy birliği ile başarılı bulunmuştur.

Unvan Ad Soyad

İmza

Tez Danışmanı DOÇ. DR. Başak GEZMEN
Jüri Üyeleri

DOÇ. DR. Başak GEZMEN
PROF. DR. Meltem BOSTANCI
DOÇ. DR. Güngör ŞAHİN

İSTANBUL
ŞUBAT 2024

ÖZGÜNLÜK RAPORU

Tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve ç) Sonuç kısımlarından oluşan toplam sayfalık kısmına ilişkin,/...../..... Tarihinde şahsım tarafından ...(örneğin Turnitin)..... Adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %’tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dâhil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Millî Savunma Üniversitesi Atatürk Stratejik Araştırmalar ve Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Usul ve Esasları’nı inceledim ve bu Uygulama Esasları’nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Emre TOPCU
16.02.2024

ETİK BEYAN

Millî Savunma Üniversitesi Enstitüleri Dönem Projesi ve Lisansüstü Tez Hazırlama Kılavuzu'nda yer alan kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir; aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Bu tezdeki düşünce, görüş, varsayım, sav veya tezler bana aittir; Millî Savunma Bakanlığı, Türk Silahlı Kuvvetleri, Kara Kuvvetleri Komutanlığı, Millî Savunma Üniversitesi ve Atatürk Stratejik Araştırmalar ve Lisansüstü Eğitim Enstitüsü sorumlu tutulamaz.

Emre TOPCU

16 Şubat 2024

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Bu çalışmayı, hayatım boyunca hep bana destek olmuş aileme, ATASAREN'de her zaman ilgi ve rehberlikleri ile kıymetli vakitlerini bize harcayan Öğretim Üyelerine, sınıf arkadaşlarım Semih Yüksel, Raziye Karakaş, Gülden Avcı ve Hasan Can Onurluoğlu'na, türlü engellere rağmen tüm tez dönemim boyunca bilgisi ile bana yol gösteren danışmanım Doç. Dr. Başak Gezmen'e Teşekkür ederim.

İstanbul; Şubat 2024

Emre TOPCU



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZGÜNLÜK RAPORU	
ETİK BEYAN	
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR	
İÇİNDEKİLER.	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
TÜRKÇE ÖZ	ix
İNGİLİZCE ÖZ (ABSTRACT)	x
1. GİRİŞ.....	1
2. STRATEJİK İLETİŞİM.....	7
2.1. Stratejik İletişimin Amacı ve İşleyişi.....	8
2.2. Stratejik İletişimin Temel Unsurları.....	11
2.2.1. Örgütlenme.....	11
2.2.2. Planlama.....	12
2.2.3. Kontrol.....	13
2.3. Yeni Medyada Siyasal Stratejik İletişim.....	13
3. KAMUSAL ALAN, TOPLULUK KURALLARI VE İÇERİK DENETİMİ.....	16
3.1. Kamusal Alan.....	16
3.1.1. Medya ve Kamusal Alan.....	17
3.1.2. Türkiye Özelinde İlk Kamusal Alan Tartışmaları.....	21
3.2. Dijital Kamusal Alanda Topluluk Kavramı ve Topluluk Kuralları.....	24
3.2.1. Dijital Topluluk ve İşleyişi.....	24
3.2.2. İçerik Denetimi ve Topluluk Kuralları.....	26
3.2.3. Topluluk Kurallarının İçerik Filtreleme Açısından Kullanımı.....	30
4. GÖZETİM KAVRAMI VE OTO SANSÜR.....	36
4.1. Gözetim Kavramı.....	36
4.2. Yeni Medya ve Gözetleme.....	41
4.3. İktidar Kavramı ve Gözetim.....	43
4.4. Dijital Gözetlemede Oto Sansür.....	46
5. DİJİTAL MODERASYON VE REGÜLATİF TARTIŞMALAR.....	49
5.1. Moderasyon Kavramı ve İşleyişi.....	49
5.1.1. Moderasyon Sürecinin Unsurları.....	50
5.1.1.1. Kullanıcılar.....	50
5.1.1.2. İşaretçiler.....	51
5.1.1.2.1. Süper İşaretçiler.....	51
5.1.1.2.2. Deneyimsel İşaretçiler.....	51
5.1.1.2.3. İşaretçiler.....	52
5.1.1.3. Topluluk Yöneticileri.....	52
5.1.1.4. Yapay Zekâ Araçları.....	53
5.1.1.5. Dış Kaynak Ekipleri.....	54
5.1.1.6. Kadrolu Uzmanlar.....	54
5.1.1.7. Platform Dışı Çalışmalar.....	55
5.2. Dijital Moderasyon Üzerine Regülatif Tartışmalar.....	56
5.2.1. 6 Nisan 2018 Tarihli BM Raporu.....	56
5.2.2. Santa Clara Prensipleri.....	58
5.2.2.1. Santa Clara Prensipleri 1.0.....	58

5.2.2.2. Santa Clara Prensipleri 2.0.....	59
6. DONALD TRUMP'IN TWITTER PAYLAŞIMLARININ ANALİZİ.....	62
6.1. Araştırmanın Amacı.....	63
6.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları.....	63
6.3. Araştırmanın Yöntemi.....	63
6.4. Donald Trump'ın Seçili Paylaşımlarının İçerik Analizi.....	63
7. SONUÇ.....	87
KAYNAKÇA.....	93
ÖZGEÇMİŞ.....	103



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 3.1: Platformların Nicel Olarak Ortaya Koydukları Standart Sayıları.	29
Şekil 6.1: Donald Trump'ın 26 Mayıs 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım-I.	64
Şekil 6.2: Donald Trump'ın 26 Mayıs 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım-II.	65
Şekil 6.3: Donald Trump'ın 19 Haziran 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.	67
Şekil 6.4: Donald Trump'ın 19 Haziran 2020 Tarihinde Yaptığı	68
Paylaşımın Yayından Kaldırılması.	68
Şekil 6.5: Donald Trump'ın 6 Ekim 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.	69
Şekil 6.6: Donald Trump'ın 26 Ekim 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.	70
Şekil 6.7: Donald Trump'ın 4 Kasım 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.	71
Şekil 6.8: Donald Trump'ın 5 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı-I.	73
Şekil 6.9: Donald Trump'ın 5 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı-II.	74
Şekil 6.10: Donald Trump'ın 7 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı.	75
Şekil 6.11: Donald Trump'ın 12 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı	76
Şekil 6.12: Donald Trump'ın 16 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşimleri.	78
Şekil 6.13: Donald Trump'ın 3 Aralık 2020 Tarihindeki Paylaşimleri.	79
Şekil 6.14: Donald Trump'ın 12 Aralık 2020 Tarihindeki Paylaşimleri.	80
Şekil 6.15: Donald Trump'ın 19 Aralık 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım-I.	81
Şekil 6.16: Donald Trump'ın 19 Aralık 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşımı-II.	82
Şekil 6.17: Donald Trump'ın 6 Ocak 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşımı.	83
Şekil 6.18: Donald Trump'ın 8 Ocak 2021 Tarihinde Yaptığı Paylaşimler.	84

ÖZ

Stratejik İletişimde Dijital Moderasyon; Donald Trump'ın Twitter Paylaşımlarının Analizi

Emre Topcu

Millî Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar ve Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İstanbul, Şubat 2024

Stratejik iletişim geniş bir bakışçıyla kişi, kurum ve organizyanların bir plan çerçevesinde amaca yönelik gerçekleştirdiği iletişim çalışmalarıdır. Stratejik iletişim aynı zamanda birçok faktörün etkisi göz ardı edilmeden, çok boyutlu bir uygulama olarak görülmelidir. Günümüzde sosyal medya platformları, stratejik iletişim faaliyetlerinin gerçekleştiği büyük bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır.

Genel anlamda dijital moderasyon, sosyal medya platformlarının kullanıcılarının yaptığı paylaşımlara karşı gerçekleştirdiği her türlü inceleme, kategorizasyon ve platform dışına çıkartma işlemlerine verilen isimdir. Çalışmada Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump'ın 6 Ocak ABD Kongre Baskını sonrasında Twitter platformunda sahip olduğu @realDonaldTrump kullanıcı adlı hesabını kaybetmesi süreci Stratejik İletişim bakış açısıyla anlamlandırılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kamusal alan, Stratejik iletişim, Sosyal medya, Gözetim, Dijital moderasyon, Topluluk kuralları, Donald Trump.

Bilim Kodu : 111502

Sayfa Sayısı : x + 103

Tez Danışmanı: Doç Dr. Başak GEZMEN

ABSTRACT

Digital Moderation in Strategic Communication; Analysis of Donald Trump's Twitter Posts

Emre Topcu

National Defence University Atatürk Strategic Studies and Graduate Studies

Istanbul, February 2024

Strategic communication is the communication activities carried out by individuals, institutions and organizations for a purpose within the framework of a plan. Strategic communication should also be seen as a multidimensional practice without ignoring the impact of many factors. Today, social media platforms are a major medium where strategic communication activities take place.

In general terms, digital moderation is the name given to any kind of review, categorization and removal from the platform that social media platforms perform against the posts made by their users. In the study, the process of the President of the United States of America Donald Trump's losing his @realDonaldTrump account on the Twitter platform after the January 6 US Congressional Raid was tried to be interpreted and explained from a Strategic Communication perspective.

Keywords: Public Sphere, Strategic Communication, Social Media, Surveillance, Digital Moderation, Community Rules, Donald Trump.

Science Code: 111502

Page Number: x + 103

Thesis Advisor: Assoc Prof. Başak GEZMEN, Ph.D.

1. GİRİŞ

İletişimin gelişmesi her ne kadar yüzyıllar sürmüş ise de temel prensipleri basit anlamda herhangi bir değişim göstermemiştir. Kaynak ve alıcı/alıcılar arasında gerçekleşen bu süreç farklı bakış açılarıyla sürecin diğer faktörleri de göz önünde tutularak incelenmeye devam etmektedir.

Web dünyasının oluştuğu 20. yüzyıl, toplumun başta sosyal, iktisadi ve teknolojik donanımlar itibariyle birçok yeni kavramla tanıştırmıştır. Ortaya çıkan bu dijital alan, bireyin ve toplumun keyfi yaşama alışkanlıklarından başlayarak bir sanal var oluş kavramına kadar herkesi ve her şeyi içinde kapsayan bir yapı haline gelmiştir. Bu yapı, hali hazırda dünyamızda yaşayan 8 milyar kişinin 5 milyara neredeyse her gün ulaştıkları bir sanal kâinat halini almıştır. Bu sanal kâinatın bileşenleri ise temelde web siteleri olsa da akıllı telefon, akıllı giyilebilir cihazlar ve ayrıca son yıllarda büyük bir teknolojik atılım gösteren sanal gerçeklik cihazlarının da rolü büyüktür. Özellikle akıllı telefonlar gerek ekonomik gerekse de ihtiyaçlara göre çeşitlilik bakımından diğerlerine göre daha ulaşılır yapısıyla öne çıkmaktadır. Bu cihazlar sayesinde internet evreninde erişilebilirlikle zamansal ve mekânsal açıdan sınırlar neredeyse ortadan kalkmıştır. Bu sınırsız ve yoğun erişim yapısı medya alanında da büyük yenilikleri beraberinde getirmiştir. Özellikle WEB 2.0 ile insanlar sadece kullanıcı olarak yer almanın dışında hem üretici hem de tüketici pozisyonunda konumlandırmaya başlayan bu evren, zamanla herkesin içerik oluşturmaya ve tüketmesine olanak sağlayan çeşitli platform ve blogların oluşmasına aracı olmuştur. Bu 'yeni medya' düzeni ile iletişim çağı atlamış ve bireyin diğer kişi ve topluluklarla iletişiminin en hızlı olduğu döneme girilmiştir. İşte bu sanal 'sosyal' düzen içerisinde iletişimin hizmeti veren yeni yapılar çeşitli isim ve türlerle ortaya çıkmış ve 'sosyal medya' olarak anılan platformlar halini almıştır.

Sosyal medyanın ortaya çıkışıyla birlikte yığınlar halinde insanlar eğlence, ticaret ve öğrenim gibi çeşitli amaçlarla sosyal medya uygulamalarına üye olmuştur. Ardından bu platformları hayatlarının bir parçası haline getirmişlerdir. İletişim uzmanları ve İletişim akademisi ise bu dijital evrenin ve sosyal medya platformlarının etkinleşmesi

birlikte bu yapının parçaları olan kullanıcılar, paylaşım alışkanlıkları, web sosyolojisi gibi alanlarda binlerce araştırma yapılmıştır. Sadece üretim ve tüketim alışkanlıklarına da odaklanmayan bu çalışmalar ayrıca bahsi geçen sosyal medya platformlarının ekonomik yapısı, tematik farklılıkları ve donanımsal oluşumu üzerine de çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu çalışmaların gerçekleştirilirken teknolojik yeniliklerde gelişmeye ve yenileşmeye devam ettiğini de şüphesiz vurgulamak gerekmektedir. Bu hızlı teknolojik yenilikler sayesinde sosyal medya platformlarında üretim ve tüketim etkinliği gösteren 'üretkeci'ler farklı deneyim ve sorunsallar ile gün ve gün baş başa kalmaktadırlar. Özellikle son yıllarda yaşanan bazı vakalar arasında dikkat çeken en önemli sorunlardan birisi ise üretkeci kullanıcılar ile sosyal medya platformları arasında gerçekleşen hukuki ve etik müdahalelerdir. Adeta kent meydanları haline gelen bu platformlarda gerçekleşen tartışmalar gerek ifade özgürlüğü alanında gerekse de bahsi geçen devasa sosyal medya platformlarının bağlı olduğu milyarlarca dolar değer biçilen holdinglerin platformlara olan etkisi tarafsızlık ve dijital manipülasyon gibi sorunların tanımlanması ve çözümü açısından ele alınan başlıklar ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya platformlarının bir kamusal alan haline gelmesi beraberinde bu kamusal alanın idare edilmesi, kullanıcıların ve şirketlerin hak ve sorumluluklarının belirlenmesi görece yeni bir başlık olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Bu yeni tartışma alanı Cambridge Analitica skandalı gibi vakaların tüm dünyada gündeme gelmesiyle birlikte verilerin toplanması ve paylaşımı konusunda gündem yaratmıştır. Bu gündemin temel yapı taşı olarak kullanıcılar hem teknolojik hem de şahsi verilerin gözetlenmesi konusu teşkil etmektedir. Gözetim kavramı kendi içerisinde bir güvenlik anlayışına sahip olması platformlar için bir meşruiyet kazandırır da kullanıcıların verilerinin üçüncü şirketlere ticari amaçla satılması ve bu yüksek finansal kar ekonomisinin sınırlarının belirsizliği açısından platformların üyeleri tarafından temel sorunsallardan birisi olarak devam etmektedir. Bu verilerin elde edilmesi başlı başına bir gözetleme olarak ele alınabileceği gibi kullanıcıların bu platformlarda daha çok vakit geçirmesini sağlayan adımlarda da gözetim faaliyetinden bahsedilebilir.

Topluluk kuralları adını verdiğimiz etik metinler, temelinde sosyal medya platformunun sağlıklı işleyebilmesi ve iletişimin güvenliği açısından oluşturulmuş içerikler bütünüdür. Topluluk kurallarını işletmek amacıyla gerçekleşen her türlü gözetleme faaliyeti ve yaptırım kuvvetine içerik moderasyonu başlığı altında toplanabilmektedir. 'Moderasyon' kavramı ise başlı başına yönetmek ve düzenlemek

anlamına gelmektedir. Sosyal medya platformlarının kendi sanal alanlarında bulunan tüm içeriklere uyguladığı her türlü müdahale bu anlamda içerik moderasyonun alanına girmektedir. Bu tür müdahalelerin kullanıcılar açısından yüz yüze kaldığı temel problemlerin en başında ise içeriklerinin platformlarda geriye itilmesi, içeriklerinin platformdan kaldırılması hatta ve hatta profillerinin bu dijital alanlardan silinmesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijital dünya ve orada var olmak, sadece tekil kullanıcılar için bir temel hak ve hürriyet olmasının yanı sıra firmaların reklam ve halkla ilişkiler alanında da boy gösterdiği mecralar haline gelmiştir. Bu reklam ve halkla ilişkiler etkinliği irili ufaklı kampanyalar ile sağladıkları başarı kamu kurum ve kuruluşlarının da bu sosyal medya düzleminde etkinlik göstermesini adeta zorunlu kılmıştır. Tüm dünyada artık devletler bu hızlı ve kolay iletişim olanaklarından faydalanmak için dijital varlıklar edinmiş ve söylemlerini de bu platformlar yoluyla kamuoyu ile paylama yolunu tercih etmiştir. Sadece kurumların ve sıradan kullanıcılar ile sınırlı kalmayan bu kullanıcı profili hali hazırda klasik medya figürleri olan sanatçılar ve siyasetçiler için sıklıkla kullanılan bir alan haline almıştır. Politikacılar gerek yaptıkları icraatları gerekse de yorum ve analizlerini paylaşmak için kullandıkları dijital varlıklarını hızlı, kolay ve ucuz olan sosyal medya platformlarında oluşturmaya başlamışlardır. Politikacılar açısından anlık bir iletişim sağlayan bu platformlar sadece tek yönlü bir iletişimden ziyade halkın yorumlarını ve tepkilerini görebilecekleri bir atmosfer yaratmış ayrıca bu karşılıklı iletişim haline uygun stratejiler geliştirmeyi zorunlu kılmıştır. Politikacılar ve kamu görevlilerinin en yoğun iletişim gerçekleştirdi dönemlerden birisi olan seçim kampanyalarını yaptıkları zaman aralığı olduğu açık olarak görünmektedir. Hatta ve hatta politikacılar seçim kampanyaları için özel sosyal medya stratejileri geliştirerek seçim dönemlerinde maksimum sayıda desteği hedefleyen çalışmalar gerçekleştirmektedirler. Bu tarz büyük bütçeli kampanyalar ve ses getirici içerikler oluştururken bir iletişim alanı olarak 'stratejik iletişim' çalışmalarına da yer vermektedir.

Genel anlamıyla stratejik iletişim, sistematik olarak hedef kitle ve içeriklerin yer, zaman, neyin söylenmesi gibi stratejiler geliştirerek minimum efor ile maksimum faydanın sağlanması olarak tanımlanabilmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerinin gün ve gün yenilenmesi stratejik iletişim uygulamalarının da kendini geliştirmesine ve ilerlemesine neden olmaktadır. Her türlü yenilikle birlikte etkili iletişim çalışma

stratejilerinin ortaya çıkması bireylerin, şirketlerin ve kamu kurum ve kuruluşlarının da stratejik iletişim faaliyetleri göstermesine sebep olmuştur. Politikacılar ve devlet kurumları ise stratejik iletişim etkinlikleri, kurumsal bir biçimde ele alan kullanıcılar olarak başat bir yapı oluşturmuşlardır. Devlet adamları gerek ulusal gerekse de evrensel dijital varlıklarını arttırmak, görev ve mevkilerinde gerçekleşen gelişmeleri halk ile paylaşmak, söylemlerini toplum ve uluslararası kurumlar dahil tüm kamu kurum ve kuruluşları ile buluşturmak için stratejik iletişim faaliyetleri sürdürmektedir.

Politikacıların gerçekleştirdiği bu stratejik iletişim etkinlikleri temelde içeriklerin diğer kullanıcılar ile etkili bir şekilde buluşturma gayesi taşısa da birçok farklı etken göz ardı edilmeden sürdürülebilir olması mümkün gözükmemektedir. Sosyal medya platformlarının gözetim faaliyetlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkarttığı veri havuzlarında tanımlanan kategorize edilmiş gruplara göre yapılan sosyal medya reklamları ve içeriğin yoğun paylaşım trafiği gerçekleşen zaman aralıklarında yapılması, içerikte kullanılan söylem veya ifadelerin kullanıcıların bakış açısından herhangi bir ters etki yaratmaması gibi unsurlar siyasal stratejik iletişimin temel parçalarından sadece bir kaçıdır. Sosyal medya platformlarında kullanıcılar ile platformların sahipleri olan şirketler arasında çıkan sorunlar da stratejik iletişim çalışmalarında dikkate alınması gereken yeni ve önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijital platformlar ve kamu görevini yürüten veya yürütme amacıyla kampanya yöneten politikacılar arasında çıkan stratejik iletişim sorunların en önemlilerinden birisi ise Amerika Birleşik Devletleri 45. dönem başkanı ve gelecek 46. dönemin Cumhuriyetçi parti başkan adayı olan Donald John Trump'ın @realDonaldTrump kullanıcı isimli Twitter hesabının önce askıya alınması ardından da 8 Ocak 2021 tarihinde kapatılma süreci olmuştur. Aynı tarihte Twitter kendi blogunda yaptığı açıklamada Başkan Trump'ın Twitter da bulunan hesabı aracılığıyla 6 Ocak 2021 tarihinde gerçekleşen ABD Kongresine karşı yapılan ve dördü kongre baskınında yer alan protestocu ve biri polis olmak üzere beş kişinin öldüğü olaylara sebep olduğu, ayrıca yaptığı paylaşımlar ile bu şiddet sürecini körüklediği gerekçesi ile Donald Trump'ın Twitter platformundan kalıcı olarak engellendiğini kamuoyuna duyurdu. Twitter 'da 89 milyona yakın takipçisi ile neredeyse her gün platformda bulunan ABD başkanı aynı sebepler ile resmi Facebook hesabının da engellemesiyle dijital varlıklarının büyük bir çoğunluğunu kaybederek oldukça başarısız bir stratejik iletişim

örneği oluşturmaktadır. Bir diğer açıdan bakmak gerekirse, sosyal medya şirketlerinin dijital alana bu büyüklükte bir müdahalesinin ve uyguladığı moderasyon sürecinin ABD gibi bir süper gücün en yetkili makamdan temsil eden bir kullanıcının platformdan atılarak kendini ifade etme olanağının elinden alınmış olması gibi birçok etik ve hukuki tartışmayı da beraberinde getirmiştir.

Yapılan bu çalışmada stratejik iletişim bakış açısıyla kullanıcı ve platformlar arasında gerçekleşen moderasyon sürecini ortaya koymak ve Donald Trump'ın bu başarısız stratejik iletişim çalışmasının temel durumuna açıklık getirmektir. Ayrıca hali hazırda sınırlı sayıda var olan yabancı çalışmaların var olmasına rağmen Türk iletişim bilimleri çalışmalarında daha önce yer almayan kavram ve süreçlerden bahsederek konunun akademik anlamda ilerlemesi ve yeni çalışmalara öncülük etmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Trump'ın Twitter platformunda yaptığı paylaşımlar ve bu paylaşımlara Twitter'ın yaptığı yaptırım ve uygulamalar analiz edilmiştir.

Bu çalışmada araştırmanın evreninden bahsetmek gerekirse Trump'ın sosyal medya hesaplarından en aktif olarak kullandığı hesap olan Twitter platformu tercih edilmiştir. Mayıs 2009 yılından itibaren Twitter platformunda varlık gösteren Donald Trump, hesabının kapatıldığı Ocak 2021 yılına kadar yaklaşık 57 bin paylaşım yaparak büyük bir veri havuzu oluşturmuştur¹. Bahsi geçen bu veri havuzunda metinsel içeriklerin yanında video ve fotoğraf gibi görsel ve işitsel öğelerde yer vermiştir. Bu büyük veri paketinden doğru verilerin seçilmesi ve anlamlı bir sonuç çıkarılması için bahsi geçen 57 bin tweet arasından Twitter platformunun etiketlediği ve platformdan sildiği 18 tweet ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca araştırmaya konu olan Twitter profilinin silinmesi ve içeriklerin kaldırılması kaynak bakımından büyük bir kısıtlamaya neden olmuştur. Bu durum göz önüne alınarak sadece uluslararası kabul görmüş haber ve araştırma merkezlerinin yayınlarına konu olmuş içerikler arasından seçim yapılması zorunda kalmıştır. Araştırmada tweetler incelenirken metinsel analiz yöntemi seçilerek metinlerin ortaya koyduğu yargılar açıklanmaya çalışılmıştır. Hazırlanan bu tezde incelenen paylaşımların hem öz dili olan İngilizce aslına hem de anlaşılabilir olması için Türkçe çevirisine de yer verilmiştir

¹ Aamer Madhani ve Jill Colvin, 'A farewell to @realDonaldTrump, gone after 57,000 tweets', <https://apnews.com/article/twitter-donald-trump-ban-cea450b1f12f4ceb8984972a120018d5>, Erişim Tarihi: 23.5.2023

Çalışma anlaşılır kılınmak için beş ayrı bölümden oluşmuştur. İlk bölüm olarak giriş bölümünde okuyuculara tezin kapsamı ve anlamına değinmek için oluşturulan giriş bölümü yer almaktadır. İkinci bölümde ise tezin ana temellerinden birisi olan kamusal alan kavramı ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise gözetim kavramının yanı sıra ifade özgürlüğü ve stratejik iletişim alanlarına da değinilerek farklı bakış açıları ile çalışma zenginleştirilmeye ve anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Sosyal medya platformlarının moderasyon sürecine dördüncü bölümde değinilmiştir. Ayrıca bu bölümde sivil toplum kuruluşları ve siyasi örgütlerin alanda yaptığı regülatif tartışmalar da yer almaktadır. Beşinci bölümde ise Donald Trump'a ait paylaşımların analizleri ve bu analizlerin amacı, yöntemi ve sınırlılıkları belirtilmiştir. Son ve altıncı bölümde ise araştırmanın sonuçları paylaşılmıştır.



2.0 Stratejik İletişim

Kökeni ve kelime anlamıyla strateji Yunanca 'strategos' kelimesinden gelmektedir ve 'genel sanatı ' anlamındadır. Başlarda orijinal olarak strateji yalnızca askeri anlamda kullanılan bir ifade olarak karşımıza çıkmaktadır (Holtzhausen & Zerfass,2015, s.3)². Stratejik iletişimde aynı strateji ifadesinde olduğu gibi ilk ortaya çıktığında askeri bir faaliyet alanı olarak tanımlanmaktaydı. Terim zamanla farklı faaliyet alanlarında kullanılmaya başlandığından beri bu durum değişmiş başlı başına değişik amaç ve doğrultularda hedefe yönelik iletişim faaliyetlerini kapsayan şemsiye bir kavrama dönüşmüştür Holtzhausen & Zerfass,2015, s.3).³

Hallahan ve arkadaşları tarafından⁴ yılında ortaya atılan bir diğer tanım ise çok daha genel bir anlam ortaya koymuştur. Onlara göre stratejik iletişim en geniş anlamıyla ' kuruluşların misyonunu ilerletmek amacıyla kurduğu her türlü iletişim aktivitesi' olarak belirtilmiştir.

Bir başka tanımda ise Farewell, "... çıkarları veya politikaları ilerletmek ya da hedeflere ulaşmak amacıyla hedef kitlelerin davranışlarını şekillendirmek için tutum ve görüşleri etkilemek üzere sözcüklerin, eylemlerin, imgelerin veya sembollerin kullanılmasıdır.' anlamını ortaya koymuştur⁵.

Afganistan ve ABD savaşının etkisiyle stratejik iletişim planlaması kavramı geleneksel görüşlerinde dışına çıkarak Tatham tarafından ' hedef kitlelerin anlaşılmasını sağlayan, etki kanalları belirleyen ve bu kanallar aracılığıyla belirli davranış türlerini teşvik eden ve sürdürmek için fikir ve görüşleri geliştiren ve

²Derina R. Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, Strategic communication: Pillars and perspectives of an alternative paradigm. İçinde K. Sriramesh, A. Zerfass, & J. Kim (Eds.), *Public relations and communication management: Current trends and emerging topics*. (New York: Routledge,2013)

³Derina R. Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, Strategic communication: Pillars and perspectives of an alternative paradigm. İçinde K. Sriramesh, A. Zerfass, & J. Kim (Eds.), *Public relations and communication management: Current trends and emerging topics*. (New York: Routledge,2013)

⁴ Hallahan, K., Holtzhausen, D., Ruler, B.V., Verčič, D., & Sriramesh, K. ,2007, Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.

⁵ James Farwell, *Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication*. (Georgetown University Press.,2012)

destekleyen stratejik, operasyonel ve taktik düzeyden yürütülen sistematik bir şekilde sürekli ve tutarlı faaliyet' olarak tanımlayan askeri bir modele dönüştürmüştür.⁶

ABD Savunma Bilim Kurulu (2004) tarafından stratejik iletişim faaliyeti ise algıları ve etki ağlarını haritalandıran, politika önceliklerini belirleyen, hedefleri formüle eden 'yapılabilir görevlere' odaklanan, temalar ve mesajlar geliştiren ilgili tüm kanalları kullanabilen, yeni strateji ve taktiksel dinamiklerden yararlanan ve başarıyı izleyen sofistike bir yöntem olarak açıklamıştır.⁷

Birçok yazar (örn. Dimitri, 2012; Goodall, Trethewey & McDonald, 2007) Stratejik iletişim planının içeriğinden bağımsız olarak, çeşitli hükümetler, yardım kuruluşları ve askeri aktörler arasında stratejik iletişim planlamasının koordinasyonu için temel bir gereklilik olduğu konusunda hemfikirdir.⁸

2.1. Stratejik İletişimin Amacı ve İşleyişi

Stratejik iletişim, gelişmekte olan bir bilim alanı olarak dikkat çekmektedir. Bu alan temelde halkla ilişkiler, kurumsal iletişim ve iletişim yönetiminin ortak noktası olarak değerlendirilmektedir. Hallahan ve ark., stratejik iletişim kavramını tanımlarken bu kavramın, "bir kuruluşun, iletişimi, amaçlarını yerine getirmek maksadıyla kullanımı" olarak değerlendirmesi önemlidir.⁹ Stratejik iletişimin merkezinde belirli bir organizasyonun kapsayıcı amaçlarına ve çıkarlarına ulaşma arzusu yer almaktadır. Stratejik iletişim, sıralı bir mantığı takip ederek örgütsel hedeflere ve başarıya öncelik verir: yönetim, amaç ve hedefleri belirler, değişiklik eylemlerini planlar ve tüm engelleri kaldırır.¹⁰ Ana akım stratejik iletişim literatürü, gelişen sosyal medyanın ardından kurumsal bir bağlama odaklanmıştır. Stratejik iletişim doğrudan sosyal medya araçları ile ilişkilendirilebilecek ya da yalnızca bu alana hasredilebilecek bir

⁶ Steve A. Tatham, "Strategic Communication: A Primer", *Defence Academy of the United Kingdom*, Arag Special Series, 08/28, (2008): 7.

⁷ "Report of the Defence Science Board Task Force on Strategic Communication", *US Department of Defense*, Washington 2004. <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf>, [Erişim Tarihi: 07.08.2023]

⁸ Steven R. Corman, Angela Trethewey ve Bud Goodall, 2007, *21st century model for communication in the global war of ideas: From simplistic influence to pragmatic complexity*. <http://comops.org/article/114.pdf> [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

⁹ Kirk Hallahan vd., Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.,2007.

¹⁰ Ursula Stroh, (2007). Relationships and participation: A complexity science approach to change communication. *International Journal of Strategic Communication*.

yöntem değildir. Buna mukabil açık, paylaşımcı, etkileşimli ve katılımcı kültürle karakterize edilen bu mecraları kendi bağlamı içerisinde kullanılan birer araç olarak da değerlendirmekten imtina etmemektedir.¹¹ Sosyal medya ortamında, güncel bir stratejik iletişim konusu, özellikle iş geliştirme ve genişleme olmak üzere kurumsal ilgiyi ilerletmek için bir dizi yeni teknolojinin nasıl kullanılacağını da belirlemeye çalışır.¹² Bu kapsamda belirli çalışmalar, konuya ilişkin çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Konumuz ile ilgisi bakımından, konu yönetimi, ilişki kurma ve imaj restorasyonu gibi özel alanlarda stratejik iletişimin etkinliğini artırmaya akademik ilgi gösterilmiştir.^{13, 14}

Kavram, halkla ilişkileri içermektedir. Fakat ondan geniş bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Holtzhausen ve diğerleri¹⁵ tarafından yapılan tanımlama gereği stratejik iletişim belirli bir amacı ortaya koymak maksadıyla gerçekleştirilen bir iletişim türüdür. Bu noktada iletişimin amacının ne olduğu ortaya konulmalıdır. İletişim hedef kitlenin rızasını almak ve örgütün gücünün tanınmasını ve artmasını sağlamak, yöneticiler tarafından yönetilenlere ya da hedef kitleye bilgi aktarılmasını sağlar. Bu stratejik iletişimin hedefleri arasında yer almaktadır. Benzer şekilde Peltekoğlu'na göre kurumun amaçları bağlamında icra edilen, bazen tüketici, bazen dağıtım ve çalışanlar gibi kurumun ve kampanyaların hedefleri çerçevesinde değişebilen hedef kitleler bağlamında gerçekleştirilen bir stratejik iletişim modeli olarak halkla ilişkilerin tanımlanması konunun kapsayıcılığını ortaya koyması bakımından önemlidir.¹⁶

Bu faaliyet alanı örgütsel etkinliğe katkıda bulursa da stratejik iletişime yönelik bir dizi eleştirinin olduğunu da ifade etmek gerekmektedir. Bunlar arasında, yönetim söylemine ayrıcalık tanımak ve örgütsel hedeflerin körü körüne kabul edilmesini

¹¹ Judy Motion, Robert Heath, ve Shirley Leitch, *Social media and public relations: Fake friends and powerful publics*. (New York: Routledge., 2016)

¹² Derina R. Holtzhausen, *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory and practice*. (New York: Routledge, 2012)

¹³ Lars Christensen ve Joep Cornelissen, Bridging corporate and organizational communication: Review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3) ,2011.

¹⁴ Ansgar Zerfass, Corporate communication revisited: Integrating business strategy and strategic communication. In A. Zerfass, B. van Ruler, & K. Sriramesh (Eds.), *Public relations research. European and international perspectives and innovations* , 2008.

¹⁵Derina Holtzhausen, Kirk Hallahan, Betteke van Ruler, Dejan Verčič & Krishnamurthy Sriramesh Defining Strategic Communication, *International Journal of Strategic Communication*, 1:1, 3-35, 2007.

¹⁶ Filiz Balta Peltekoğlu, *Halkla İlişkiler Nedir*, (İstanbul: Beta Yayınevi, 2007)

teşvik etmekle eleştirilmektedir. Özellikle vatandaşların kendi gündemlerini belirlemelerine izin veren sosyal medya alanında, kendi maksatlarını takip eden stratejik iletişim özel bir alanı ifade eder. Hatta zaman zaman meşru olmadığı ve kamusal alandan dışlanması gerektiğine dair iddialar dahi bulunmaktadır.¹⁷

Diğer yandan, mademki stratejik yönetim, bu yöntem vasıtasıyla belirli hedeflere ulaşmayı amaç edinmektedir o halde başarıyı sağlayabilmek adına insanların vakit geçirdiği ve dikkatlerini verdiği alanlarda bulunmak gerekmektedir. Sosyal medya ise bu açıdan vazgeçilmez bir platform olarak dikkat çekmektedir. Bu kapsamda stratejik olarak sosyal medya iletişiminde dört adımlı bir yöntem kullanılmaktadır. Bu noktada hedef kitle ile iletişim kurmak, etkileşimi iş birliği maksadıyla tesis etmek, eğitim sağlamak ve paylaşımları eğlenceli bir şekilde yapmak olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda hedef kitlenin hangi platformda yer aldığını tespit etmeye yönelik bir plan yapılabilir. Diğer yandan sosyal mecraların her birinin kendisine özgü mantalitesi bağlamında paylaşımlar yapılabilir. Aynı şekilde, eğitim, eğlenceli içerik üretimi ve iş birliği kurma yöntemleri de her bir sosyal medya mecrasının nitelikleri ve kapsamı dâhilinde değişiklik gösterebilecektir. Hedef kitle karşısında bilinirliği arttırmak, hedefe yönelik olarak kitlenin alım kabiliyetini sağlamak ve yol haritası oluşturabilmek için sosyal medya önemli bir alan olarak dikkat çekmektedir.^{18, 19}

Stratejik iletişim, bu açıdan sosyal medya araçlarında kullanılan ifadelerin denetlenmesini de içermektedir. Zira sosyal medya araçları aynı zamanda hükümetin, özel sektörün ve sivil toplumun düzenlenmesi açısından da önemli bir rol sahibidir. Bilhassa nefret söylemi, finans, işe alma, operasyonel bilginin paylaşılması konusunda propaganda yapılması gibi bazı hususlar zaman zaman sosyal medya mecralarından yapılmakta ve bu mecraların sömürülmesini ortaya koyabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya şirketleri tarafından içeriklerin denetlenmesi ve kaldırılması usulünün benimsendiği görülmektedir. Bilhassa yukarıda ifade edilen topluluk kuralları

¹⁷Derina R. Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, Strategic communication: Pillars and perspectives of an alternative paradigm. İçinde K. Sriramesh, A. Zerfass, & J. Kim (Eds.), *Public relations and communication management: Current trends and emerging topics* (ss. 283– 302). (New York: Routledge, 2013)

¹⁸ Melissa Schilling, *Strategic Management of Technological Innovation*. (New York: McGraw-Hill Education, 2020.)

¹⁹ Lon Safko ve Davis K. Brake, *The Social Media Bible Tactics, Tools and Strategies*. (New Jersey: John Wiley ve Sons, 2009)

bağlamında, aşırılığı özendiren görüşlerin filtrelenmesi ve kaldırılması konusunda sosyal medya şirketlerin iç aktörlerinin önemli bir rolü olduğu ifade edilmektedir.²⁰

2.2. Stratejik İletişimin Temel Unsurları

Genel anlamıyla Stratejik iletişimin kökenleri askeri anlamda da olsa en eski uygarlıklara kadar dayanmaktadır. Geçtiğimiz on yıllarda ise kuruluşların iletişim kurma biçimleri amaca yönelik olarak farklı boyutlara ulaşmış ve değişik perspektiflere dayandırılmıştır. Stratejik iletişimin genel anlamıyla faaliyet aşamaları ve alanları da çeşitlenmiştir. Bu Tezde stratejik iletişim çalışmalarını merkeze alan üç temel faaliyet tanımlanmıştır. Bu faaliyet alanları; Örgütlenme, planlama ve kontrol olmak üzere her ne kadar anlam olarak birbirine yakın olsalar da ayrı ayrı açıklanmaya çalışılarak sunulmuştur.

2.2.1. Örgütlenme

Stratejik iletişim alanında dikkat çeken argümanların birisi de karmaşık kurum yapıları ve işleyişlerin daha fazla merkezileştirilmesi gerektiğidir. Çok başlı ve katılımcıların değişkenliğinin fazla olduğu bir hiyerarşi içerisinde olmak stratejik iletişim faaliyetinin negatif anlamla etki gücünün zayıflatan bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Svensson'a²¹ göre stratejik iletişimde meşruiyetin elde edilmesi ve korunması, olumlu bir itibarın elde edilmesi ve sürdürülmesi ve dışarıdan gelebilecek beklentilere karşılanması da kuruluşların merkezi bir stratejik iletişim perspektifi benimsemesinde itici bir faktör olarak karşımıza çıkmasında önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla stratejik iletişim, kuruluşları faaliyet gösterdikleri çevreye etkili bir şekilde etkili bir şekilde uyum sağlamaya ve adapte olmaya teşvik eder ayrıca iletişim yönetici olarak adlandırılan kişi de bu operasyonu yöneten kişi veya kişiler olarak tanımlanabilmektedir.

Varey ve Mounter'a²² göre, kuruluşlar stratejik iletişimin gelişiminde, iletişim yönetiminin hem iç hemde dış faaliyetlerinde merkezileşmesi ile ilgili olarak bir

²⁰ Brahat Ganesh ve Jonathan Bright, Countering Extremists on Social Media: Challenges for Strategic Communication and Content Moderation. *Policy and Internet*, 12 (1), 5-18, 2020.

²¹ Emma Svensson, Mind the Mind. Strategic Communication in the Swedish Green Party. (Uppsala Studies in Media and Communication, 2016)

²² Richard J. Varey ve Pamela Mounter, Re-configuring and organising for strategic management: The BP Oil experience. *Journal of Communication Management*, 2(1), 11-23.,1997.

kuruluşun koordinasyonu ve entegrasyonu tamamlandığında anlaşılır bir aşamaya ulaşmaktadır. Scholes ve James ²³de benzer bir mantık yürüterek, kurumların kendisini denetleyerek tutarlı ve etkili olmasını sağlayacak bir iletişim için kurumların net ve tek sesli bir merkezden konuşması gerektiğini vurgulamaktadır.

İletişimin kurumsallaşması ve merkezileşmesi sadece başarılı bir iletişim faaliyeti unsuru haline gelmeyip aynı zamanda sağlıklı bir stratejik iletişim çalışması yapmanın temel unsurlarından birisi halini almıştır.

2.2.1. Planlama

Van Ruler ve diğerleri ²⁴ örgütlenme ve merkezileşmenin öncelikle yönetmekle ilgili olduğunu, yönetmenin ise operasyonel boyut olan planlama ve yürütme ile yakından bağlantısı olduğunu iddia etmektedir. Geleneksel stratejik iletişim literatüründe plan yapmak, planlara sahip olmak ve planları takip etmenin kritik öneme sahip olduğunu savunmaktadır. Planların işlevi, kuruluşu çevresel belirsizliğin zorluklarıyla yüzleşecek şekilde şekillendirilmiştir. İletişimin yöneticisi uzun vadeli planlama yaparak her şeyin üstenden gelebilir ve plan istikrarsız bir dünyada öngörü ve sürdürülebilirlik sağlayabilir.²⁵

Holzhausen ve Zerfass ²⁶ stratejik iletişiminin 'bir kurumun stratejik planında amaçlardan yola çıkar ve kurumun hedeflerini gerçekleştirmesindeki rolüne' odaklanır. Bu nedenle stratejik iletişim, iletişimin planlanmasını gerektirir. Araştırma yapmak da dahil olmak üzere müdahaleler, programlar, süreçler ve istihbarat amaç ve hedeflere odaklı şekilde titizlikle planlanmalı ve gerekli organizasyonla yapı içerisinde planlar gözden geçirilmelidir.

²³ Eileen Scholes ve David James, Planning stakeholder communication. Journal of Communication Management, 1998.

²⁴ Betteke Van Ruler vd. (2000). European body of knowledge on public relations/communication management. Report of the Delphi project 2000. Gent: Ljubljana.

²⁵ Emma Svensson, Mind the Mind. Strategic Communication in the Swedish Green Party. (Uppsala Studies in Media and Communication, 2016)

²⁶ Derina Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, (2015). Strategic communication: Opportunities and challenges of the reserach area. In D. Holzhausen & A. Zerfass (Eds.), The Routledge Handbook of Strategic Communication New York, NY: Taylor and Francis.

2.2.2. Kontrol

Birçok araştırmacı stratejik iletişimi, özellikle de batı merkezli akademi olmak üzere 'tepkisellik' faktörüyle birlikte düşünülmesi gerekliliğini vurgulamıştır²⁷ Bu bağlamda tepkisellik, kuruluşların stratejik iletişimini planlarken ve uygularken kuruluşun 'dışarıdan bir gözle' ele alınması gerektiğini, yani içeriklere maruz kalacak kitlenin bakış açısıyla nasıl görüneceğini öngörerek oluşturulması gerektiği büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle kamuoyunu tanımak büyük bir faktör olarak stratejik iletişimin yapı taşlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Goodman²⁸'a göre stratejik iletişim uygulamalarında kurum içi yapılar ast veya üst yetkililer planlanan iletişim çalışmasının her aşaması hakkında kendi görev ve amaçlarını ortaklaştırıp etkili bir biçimde kamuoyuna sunmalıdırlar.

Benzer şekilde, Welch ve Jackson²⁹ etkili iç iletişimin başarı için çok önemli olduğuna inanmaktadır; bu bağlamda 'etkili', iletişimin stratejik analizi, planlanması ve değerlendirilmesiyle ilgilidir.

Örgütün açıklık ve tutarlılıkla konuşmasını öngören tek ses ideali, bu nedenle örgütün ve örgüt üyelerinin söylediği ve yaptığı her şeyin denetlenmesi ve düzenlenmesi çağrısıyla yakından bağlantılıdır.³⁰

2.3. Yeni Medyada Siyasal Stratejik İletişim

Siyasal iletişim uzmanı Enli³¹ ya göre tekil bir birey olarak siyasetçilerin sosyal medyada kendileri yerel ve doğal olarak gösterme çabasında olduklarını savunmaktadır. Bu yerel ve doğal halini ise 'dolaylı otantiklik olarak kavramsallaştıran Enli, bununla bağlantılı olarak özel ve mahrem yönlerin iletişime dahil edilmesiyle birlikte güvenilir bir persona ve imajın inşasına katkı sağladığını da belirtmektedir. Bu

²⁷ Ansgar Zerfass ve Simone Huck, (2007). Innovation, communication and leadership: New developments in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(2), 107-122.

²⁸ Michael B. Goodman, (2000). Corporate communication: The American picture. *Corporate communications: An International Journal*, 5(2), 69-74.

²⁹ Marry Welch ve Paul R. Jackson, (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(2), 177-198.

³⁰ Lars Christensen, Mette Morsing ve George Cheney, (2008). *Corporate Communications. Convention, Complexity, and Critique*. London: Sage.

³¹ Gunn Enli (2016). "Trust Me, I Am Authentic!": Authenticity illusions in social media politics. *The Routledge companion to social media and politics*. Taylor & Francis: pp. 121-137.

imaj, dürüst ve samimi görünen bir ürün olan siyasetçilerin stratejik bir temsili olarak da yorumlanabilir. Metaforik bir ifadeyle, siyasetçiler performanslarını izleyicilere göre ayarlayan aktörler olarak tanımlamak yanlış değildir. Dahası güvenilir bir personanın inşası için ön koşul sosyal medyanın tekil siyasetçinin kendi 'öz sunumu'nu gerçekleştirmesine olanak sağlamasıdır. Bu sunumun siyasetçi ve onların iletişim uzmanları tarafından analiz edildiği ve böylece iletişimin stratejik olarak faydalı olacak şekilde çerçevelendirilmesinin kolaylaştığı anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, sosyal medyadaki mevcudiyette siyasetçi ontolojik olarak aktif bir şekilde yer almaktadır. Ayrıca bu durum her zaman böyle olmak zorunda değildir zira üst düzey siyasetçilerin sosyal medya hesaplarının yönetiminde rol alan deneyimli bir uzman veya uzmanlar kadrosu yer almaktadır. Ancak sosyal medya platformuna üye olan diğer kullanıcılar politikacıların hesaplarını kendilerinin yönettiği algısına kapılırlarsa bu siyasetlilerinde daha otantik görünmesine de yol açmaktadır. Bu doğallık algısı aynı zamanda siyasetçilerin ve onların kişiliklerinin sosyal medya ortamında yarattıkları doğallık ve otantikliğini güçlendiren bir etkidir. Siyasetçilerin daha az düzenlenmiş bir yan sergiledikleri, anlık ve doğaçlama olan içeriklerde daha fazla dikkat çektikleri ve pozitif anlamda fayda sağladıkları söylenebilir. Özellikle seçim çalışmaları yürütülürken politikacılar bu stratejileri iletişim faaliyetlerinde sıklıkla kullanmaktadır. Svensson³², başta siyasetçiler olmak üzere diğer kamusal figürlerin olumlu bir imaj ve persona çizilmesi sıkı sıkıya bağlı oldukları diğer iki terim olan kişiselleştirme ve imaj yönetimi kavramlarına değinmiştir. Olumlu bir imaj yaratımı için politikacılar sosyal medyadaki kişiliklerini pozitif anlamda desteklemek için buna hizmet eden içerikler paylaşmaktadırlar. Bu detaylı bir profesyonellik alanında olabileceği gibi, özel yaşamın içinden ve kişisel ilgi alanlarını da kapsayacak şekilde de gerçekleştirilebilmektedir. Özel hayatla ilgili içeriklerin paylaşımı genellikle bir miktar kısıtlama ve titizlikle gerçekleşse dahi bu faaliyet imaj açısından yönetilebilen ve kontrol edilebilen bir süreç olarak karşımıza çıkabilmektedir. Politikacıların siyasal kampanyalarını yürüttüğü süreçlerde oluşturmaya çalıştığı bir diğer imajda kendilerini işe adanmış ve çalışkan bir personadır. Dahası, her bir siyasetçinin kendi imaj sunumu farklılık gösterebilmektedir. Kimi politikacılar kişiliklerini daha güçlü ve ulaşılamaz bir figür olarak kamuoyuna yansıtmaya çalıştıkları gibi kimi politikacılarda daha

³²Emma Svensson, Mind the Mind. Strategic Communication in the Swedish Green Party. (Uppsala Studies in Media and Communication, 2016).

halkla iç içe ve samimi bir imajla kitlelere kendisini sunmayı tercih etmektedir. Bu durum politikacılar ile halk arasında bir psikolojik mesafe olarak adlandırılabilir.



3. KAMUSAL ALAN, TOPLULUK KURALLARI VE İÇERİK FİLTRELEME

3.1. Kamusal Alan

Başlangıçta, "*Kamu otoritesi alanı*", devlet veya polis alanı ve yönetici sınıf veya feodal otoriteler (kilise, prensler ve soylular) ile ilgiliyken, "*otantik 'kamusal alan'*", siyasi bir anlam taşıyarak, o zamanlar özel alandan, özellikle edebi faaliyetlerle bağlantılı olarak, edebiyat dünyasında kendisine yer bulmuştur³³. Bu yeni kamusal alan, kamusal ve özel alanları da kapsamış ve "*kamuoyu aracılığıyla devleti toplumun ihtiyaçları ile*" etkileşime geçmesini sağlamıştır.³⁴

Kavram, bireylerin toplumsal sorunları özgürce tartışmak ve belirlemek için bir araya gelebildiği ayrıca bu tartışma yoluyla siyasi eylemi etkileyebildiği bir sosyal yaşam alanıdır. "Kamu" kavramı, "bir bütün olarak insanlar ya da toplum ilgili veya ilişkili" olarak ifade edilebilir. Bu tür geniş katılımlı bir tartışmaya kamusal tartışma denir ve kamuoyunu ilgilendiren konularda görüşlerin ifadesi olarak tanımlanır. Genel itibarıyla, tartışmaya katılanlar tarafından karşıt veya farklı görüşler ifade edilir. Kamu tartışmaları çoğunlukla kitle iletişim araçları aracılığıyla yapılır, ancak aynı zamanda toplantılar veya sosyal medya, akademik yayınlar ve hükümet politika belgeleri aracılığıyla da gerçekleştirilir. Habermas'a göre terim, "*bir kamu olarak bir araya gelen ve toplumun ihtiyaçlarını devletle eklemlen özel insanlardan oluşan*" olarak ele alınabilir.³⁵ Diğer yandan Fraser'e göre kamusal alan, "*modern toplumlarda siyasal katılımın konuşma yoluyla gerçekleştirildiği bir tiyatro*" olarak değerlendirilebilirken "*kamuoyunun oluşturulabildiği bir toplumsal yaşam alanı*" olarak görülebilir.³⁶

Kavram doktrinde farklı şekillerde ele alınabilmektedir. Evvela, Habermas'a göre kamusal, "*kapalı veya münhasır ilişkilerin aksine, herkese açık olan olaylara*"

³³ Jürgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Massachusetts: The MIT Press. 1989)

³⁴ Jürgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Massachusetts: The MIT Press. 1989)

³⁵ Marshall Soules, *Jürgen Habermas and Public Sphere*. *Media Studies*. <https://www.media-studies.ca/articles/habermas.htm>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

³⁶ Nancy Fraser (1990), *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, *Social Text*.

atfeder.³⁷ Bu 'kamusal alan', "kamuoyunda meydana gelen değişikliklerin bireylerin toplumsal hayatını etkileyebileceği bir alandır. Dolayısıyla bireyler ile ilgilidir. Bu nedenle burada kendisini ilgilendiren tartışmalara müdahil olması bakımından, tüm bireylerin katılımı da serbesttir. Habermas kamu kavramının ortak olan kavramıyla bağlantılı olduğunu vurgular. ³⁸ Hannah Arendt'e göre kamusal alan, "bizi *bir araya toplayan ama yine de birbirimize düşmemizi engelleyen*" ortak dünya"dır. ³⁹

Yukarıda ele alınan tanımlardan hareketle kamusal alanın teşekkül ettiğinden bahsedebilmek için bazı şartlar gerekmektedir. Bunlar ise *kamuoyunun teşekkülü, tüm vatandaşların erişiminin sağlanmış olması, sınırsız bir suretle tüm vatandaşların konferans şeklinde görüşlerini dile getirmesi* şeklinde ifade edilebilir⁴⁰

Bu noktada kavramın medya ile olan ilişkisine değinmek mümkündür.

3.1.1. Medya ve Kamusal Alan

Medya kamusal alanın teşekkül etmesinde önemli bir aktör olarak belirlemektedir. Zira medya, kamusal alan içerisinde sürekli boy gösteren çeşitli aktörlere sahne alanı oluşturmaktadır. Bu aktörler ise özel çıkar gruplarını temsil eden lobiciler, b) genel çıkar gruplarını temsil eden veya çıkarlarını etkili bir şekilde dile getiremeyen marjinal grupların temsil eksikliğini giderenler; (c) bazı uzmanlık alanlarında mesleki veya bilimsel bilgi sahibi olan ve tavsiye vermeye davet edilen uzmanlar; (d) ihmal edildiği varsayılan konular için kamuoyunun dikkatini çeken ahlaki girişimciler; (e) savunucuların veya ahlaki girişimcilerin aksine, bazı alanlarda (örneğin yazar veya akademisyen olarak) algılanan kişisel bir itibar kazanmış olan ve uzmanlar ve lobicilerin aksine, genel çıkarları teşvik etme niyetini beyan ederek kendiliğinden kamusal söylemlere katılan entelektüeller yer almaktadır. Bu kimselerin görüşleri kamuoyu tartışmalarını şekillendirmek bakımından önemlidir.⁴¹

³⁷Jurgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Massachusetts: The MIT Press. 1989)

³⁸Jurgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Massachusetts: The MIT Press. 1989)

³⁹ Hannah Arendt, *The Human Condition*. (Chicago: University of Chicago Press, 1958).

⁴⁰ Jurgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Massachusetts: The MIT Press. 1989)

⁴¹ Jurgen Habermas, (2006). *Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research*. *Communication Theory*, 16 (4): 411-416. (2006)

Habermas, kamusal alanın, spontane olarak ve kahvehanelerde geliştiğini ifade eder. Aradan geçen süreç içerisinde ise bu durum, gazetelere, radyolara, TV'lere teşmil edilmiş iken artık teknik ilerleme başka bir mecra arayışına girmiş görünmektedir. Bugün medya yerini internetin imkânlarına terk etmeye başlamıştır. Dolayısıyla kamusal alan kavramı da bu teknik değişim ile birlikte dönüşmeye başlamıştır. Bireyler artık kendileri adına gündem oluşturmak için fiziki şekillerde bir araya gelmek mecburiyetinde hissetmemektedir. Bunun yerine dijital platformlar insanların rahatlıkla bir araya gelebildikleri ve bireylerin sıradan hayatının içine gömülü olan bir ortam sunmaktadır. Bunun temelinde, bu platformların sunduğu yatay yönlü iletişim mantığı yer almaktadır. Buna ek olarak bireylerin rahatlıkla bu platformlara erişebiliyor olması, Habermas tarafından ifade edilen, “eşit ulaşım” ve “eşit katılım” prensiplerini sağlamaya en yakın medya aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu manada yeni medya, iletişim kavramını şu şekilde dönüştürmektedir: Görüntü, ses ve resimler dijitalleşmektedir. Sonrasında ise bir bilgi aracı haline gelmektedir. Evvelinde analog teknik gelişmeler dolayısıyla tek yönlü iken şimdilerde çok yönlü ve herkesi kapsayan bir nitelik ortaya koymaya başlamıştır.⁴²

O halde Habermas'ın kamusal alan tanımlamasına belirli düzeltmeler yapma gereksinimi de hâsıl olmuş demektir. Bu tür bir girişim Thompson, tarafından yapılmıştır. Thompson, bu yeni kamusallığa *dolayimli* ya da *vasıtalı kamusalılık* (*mediated publicness*) adını vermektedir. Bu kamusallığın belirli özellikleri bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir⁴³:

- *Belirli bir zaman ve mekâna bağlı olmadan aynı anda daha geniş bir görüş ve biliş imkânı*
- *Diyalogun olmaması* (Elbette TV'nin aksine izleyici ve hatip arasında bir etkileşimin sağlanabiliyor olması açıktır)
- *Daha geniş ve daha çeşitli kitlelere ulaşma imkânı.*

Bu vasıtalı kamusalılık, iktidar ilişkilerini öyle bir şekilde değiştirmiştir ki, artık sadece çoğunluk azınlığa görünür değil, aynı zamanda azınlık artık çoğunluğu da görebilmektedir. Dolayısıyla denetim toplumu ikili bir ilişki üzerine kurulmuş gibidir.

⁴² Anthony Giddens, *Sosyoloji*. (Çev. C. Güzel), (İstanbul: Kırmızı Yayınları. 2009)

⁴³ John Thompson, *The Media and the Modernity: A Social Theory of the Media*. (New York: Polity Press. 1995)

Nasıl ki bir panoptikon içerisinde birçok insan birkaç kişi tarafından görünür hale gelmektedir ve onları kalıcı bir görünürlük durumuna tabi kılarak denetim altında olduklarını onlara göstermektedir aynı şekilde iletişim medyasının gelişimi sayesinde artık kitleler de birkaç kişi hakkında bilgi temin edebileceği vasıtalarla kavuşmuştur. ⁴⁴

Bilhassa, 2010'lu yıllarda pek çok ülkede ve kıtada meydana gelen devrim girişimleri ve ayaklanmaların sosyal medya mecralarından örgütlendiği düşünüldüğünde, teknolojinin ve insanların rahatça bir araya gelerek örgütlenmesini sağlamasının devlet baskısından ve özgürlüklerin sınırlandırılmasından uzak bir kamusal alan oluşturduğu fikri de kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu durum aynı zamanda, ulus devletleri de aşarak küreselleşmeye katkı sağlayan bir model de sunmaktadır. Elbette sermayenin bu süreç üzerindeki etkisi açıktır. ⁴⁵ O halde, dijital medyanın özgür bir kamusal alan mı sağladığı yoksa sermayenin yönlendirmesine açık mı olduğu tartışılmalıdır.

Colin Sparks gibi bazıları, artan küreselleşme ve uluslar üstü düzeyde faaliyet gösteren küresel kurumların ardından yeni bir küresel kamusal alanın yaratılması gerektiğine dikkat çekerken henüz bu ölçekte küresel bir meydanın tezahür etmemiş olmasından endişe etmişlerdir. Zira onlar göre geleneksel medyanın bu gerçek anlamda kamusal alana yakın olduğu düşünülse dahi piyasa ve mülkiyet ilişkilerinin etkileri nedeniyle geleneksel medyanın etkileri sınırlı kalmaktadır. Aynı şekilde internetin tüm potansiyeline rağmen kamusal alan kriterlerini karşılamadığını ve bu kriterler aşılmadıkça "*küresel bir kamusal alandan eser kalmayacağını*" belirtir. ⁴⁶ Benzer şekilde, Alman akademisyenler Gerhards ve Schafer, yaptıkları araştırma neticesinde, "*internetin yazılı medyaya kıyasla daha iyi bir iletişim alanı olduğu fikrini destekleyen çok az kanıt*" bulduklarını ifade etmişlerdir. "*Her iki medyada da iletişime (biyo ve doğal) bilimsel aktörler hakimdir; popüler katılım gerçekleşmemektedir*"⁴⁷.

⁴⁴John Thompson, *The Media and the Modernity: A Social Theory of the Media*. (New York: Polity Press. 1995).

⁴⁵ Yakup Köseoğlu ve Yakup Al (, 'Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya'. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8 (3): ,2013,103-125.

⁴⁶ Colin Sparks, (2001). The Internet and the global public sphere. In W. L. Bennett & R. E. Entman (Eds.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy* (pp. 75–95). New York: Cambridge University Press.

⁴⁷ Jürgen Gerhards ve Mike Schäfer, (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. *New Media & Society*, 12(1), 143-160.

Akademisyenler, arama algoritmalarının bilgi kaynaklarını bağlantılarının popülaritesine göre seçtiğini iddia etmiştir. Yazarlara göre, bireylerin sosyal medyaya aktif müdahalesi nedeniyle, onların bekçiliği, eski kitle iletişim araçlarının aksine, esas olarak web sitelerinin teknik özelliklerine dayanmaktadır. Öyleyse, sosyal medyada herkes özgür bir şekilde kamusal tartışmalara katılmaz, oluşturulan algoritmalar nedeniyle kendi sesleri yeterince duyulamadığı gibi sistemin müsaade ettiği kamusal tartışmaları görebilmektedir.⁴⁸ Bu görüş ile paralel görüşler ileri süren düşünürlerden biri de Monbiot'tur. Astrourfing yazılımının yapısını irdeleyen düşünüre göre bu yazılım yapıcı bir tartışma forumu olarak interneti yok etme potansiyeline sahiptir. Ayrıca sonuç olarak da çevrimiçi demokrasi kavramını tehlikeye atmaktadır.⁴⁹

Sosyologlar Loader ve Dan Mercea bu tartışmanın bir özetini vermektedir. Sosyal medyanın siyasi iletişim için artan fırsatlar sunduğunu ve sanal kamusal alanda siyasi tartışma için demokratik bir alan açtığını kabul etmektedir. Bunun en tabii etkisi, vatandaşların hükümetlere ve şirketlere siyasi ve ekonomik güce meydan okuyabilmesidir. Ek olarak, İnternet ile birlikte, örneğin çevrimiçi kampanyalarda kullanılabilecek yeni siyasi katılım biçimleri ve kullanıcılar için bilgi kaynakları ortaya çıkmaktadır. Ancak iki yazar, sosyal medyanın baskın kullanımları demokratik değerler üzerinden şekillenmemektedir. Aksine eğlence, tüketim ve arkadaşlar arasında içerik paylaşımı olduğuna ön plana çıkmaktadır.⁵⁰

Diğer yandan, yazarlara göre, "bireysel tercihlerin, kullanıcıların çoğunluğunu çeken büyük teknolojik firmalar, sosyal bağların eşit olmayan bir şekilde yayıldığını da ispat edici bir hüviyete sahiptir."⁵¹

⁴⁸ Jürgen Gerhards ve Mike Schäfer, M. S. (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. *New Media & Society*, 12(1), 143-160.

⁴⁹ George Monbiot, (2011). The need to protect the internet from 'astrourfing' grows ever more urgent. The Guardian erişim tarihi; 10.10.2023 <https://www.theguardian.com/environment/georgemonbiot/2011/feb/23/need-to-protect-internet-from-astrourfing>

⁵⁰ Brian Loader ve Dan Mercea, (2011). Networking Democracy? Social Media Innovations and Participatory Politics. *Information, Communication and Society*, 14 (6): 757-769.

⁵¹ Brian Loader ve Dan Mercea, (2011). Networking Democracy? Social Media Innovations and Participatory Politics. *Information, Communication and Society*, 14 (6): 757-769.

3.1.2. Türkiye Özelinde İlk Kamusal Alan Tartışmaları

Her ne kadar küresel sermaye ve algoritma dolayısıyla bireyin kamusallaşması üzerinde belirli engeller konulmakta ise ve bu durum ulus devletlerin denetim kabiliyeti üzerinde de çeşitli sınırlılıklar oluşturmakta ise de bu demek değildir ki ulus devletler egemenlik kabiliyetleri üzerindeki bu araçlar karşısında hareketsiz kalmaktadır. Aksine, devletler sosyal medya mecralarındaki örgütlenmeleri denetleyecek mekanizmalar üretme yolundadır. Örneğin, ülkemizde 5651 sayılı Kanun, internet aktivitelerinin denetimini kapsamamaktadır. Bu bağlamda, söz konusu kanun, bireylerin görüşlerini açık bir şekilde dile getirmeleri önünde engel teşkil edecek şekilde uygulanabilmektedir. İnternetin serbestîye sağlaması bireylere görüşlerini daha özgür bir şekilde açıklama kabiliyeti de sunmuştur. Ayrıca, örgütlü bir şekilde ileri sürülen görüşler dolayısıyla internet kullanıcılarının zaman zaman devlet organları üzerinde baskı unsuru olduğu da açıktır. Kanunların geri çekilmesi ya da yargısal makamların görüşlerini değiştirmeleri gibi unsurlar da sosyal medyanın etkisini ortaya koyması bakımından anlamlıdır. İşte bu nedenledir ki ulusal makamlar, belirli yasal düzenlemeler eliyle burada ileri sürülen görüşler dolayısıyla sosyal medya mecralarına erişim engeli getirme ya da buraları takip ederek görüş ileri sürenlerin ifade özgürlüğü sınırlarını aştıklarını tespit etmeleri halinde yasal işlem başlatma gibi kabiliyetlerini devam ettirmektedirler⁵². Bu bağlamda dikkat edilmesi gerekli olan husus, kanunlar çerçevesinde de kamu otoritelerinin sosyal medyada bireylere ifade özgürlüğünü olabilecek en geniş şekilde sağlaması gerektiğidir.

Diğer yandan insan hakları yargılaması bakımından internetin bireylerin ifade özgürlüğü üzerindeki etkisine dikkat çekildiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Türk Anayasa Mahkemesi kararlarında değinilebilir.

Evvela *Cengiz ve Diğerleri v. Türkiye* davası incelenmelidir. Bu dava, kullanıcıların video göndermesine, görüntülemesine ve paylaşmasına olanak tanıyan bir web sitesi olan You Tube'a erişimin toptan engellenmesiyle ilgilidir. Web sitesinin aktif kullanıcıları olan başvuruçular, özellikle bilgi ve fikir alma ve verme özgürlük haklarının ihlal edildiğinden şikayetçi olmuşlardır. Mahkeme, söz konusu kanunun ihtilaf konusu hükmünün uygulanmasından kaynaklanan müdahalenin Sözleşme

⁵² Şirin Tekeli “Türkiye’de Kadının Siyasal Hayattaki Yeri”, *Türk Toplumunda Kadın*,

Der: Nermin Abadan Unat), Türkiye Sosyal Bilimler Derneği Yay., Ankara, 1979.

kapsamındaki hukuka uygunluk şartını karşılamadığını ve başvuranların yararlanamadıklarını tespit ederek ifade özgürlüğünün ihlal edildiğine karar vermiştir. Mahkeme, özellikle, tamamı farklı üniversitelerde akademisyen olan başvuranların, YouTube'a erişimlerinin uzun bir süre boyunca engellendiğini ve aktif kullanıcılar olarak ve davanın koşullarını göz önünde bulundurarak, *söz konusu engelleme kararı bilgi ve fikir alma ve verme haklarını etkilediğine* işaret etmiştir. Mahkeme ayrıca, YouTube'un özellikle *siyasi ve sosyal konularda özel ilgi alanına giren bilgilerin yayınlanmasını ve yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkmasını sağlayan tek bir platform olduğunu* gözlemlemiştir. Mahkemenin şu değerlendirmesi ayrıca önemlidir:⁵³

*“İnternetin artık bireylerin bilgi ve fikir alma ve verme özgürlüğünü kullandıkları başlıca araçlardan biri haline gelmesi ve siyasi meseleler ve genel menfaatlere ilişkin faaliyetlere ve tartışmalara katılım için gerekli araçları sağlaması da önemlidir.”*⁵⁴

Ramazan Demir ve Diğerleri v. Türkiye davası ise dijital kamusal alanın önemine işaret etmesi açısından önemlidir. Bu dava, cezaevi yetkililerinin, 2016 yılında Silivri Cezaevinde tutuklu bulunduğu sırada avukat olan başvuranın belirli internet sitelerine erişim talebini reddetmesiyle ilgilidir. Başvuran, internet sitelerine erişmek istemiştir. Kendi savunmasını hazırlamak ve müvekkillerinin davalarını takip etmek amacıyla Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, Anayasa Mahkemesi ve Resmî Gazete Bilgi ve fikir alma hakkına müdahale edildiğini düşünmüştür. Mahkeme, Türk Hükümetinin, ulusal makamlar tarafından itiraz edilen önlemi haklı çıkarmak için ileri sürülen gerekçelerin ilgili ve yeterli olduğunu veya bu müdahalenin demokratik bir toplumda gerekli olup olmadığını incelemiştir. Mahkeme, özellikle, mahkumların yasal bilgiler içeren belirli sitelere erişiminin Türk yasalarına göre eğitim ve rehabilitasyon amacıyla zaten verilmiş olması nedeniyle, başvuranın yalnızca ilgili olabilecek yasal bilgileri içeren sitelere erişiminin kısıtlanması gerektiği kanaatindedir. Başvurucunun mesleği ve ilgileri bağlamında gelişmesine ve rehabilitasyonuna yönelik olması, bilgi alma hakkına müdahale teşkil etmiştir. Mahkeme, bu bağlamda, yerel mahkemelerin, başvuranın Mahkeme'nin, *Anayasa Mahkemesi'nin veya Resmî Gazete'nin internet sitelerine erişiminin neden başvuranın eğitimi ve rehabilitasyonu ile ilgili olarak değerlendirilemeyeceği konusunda yeterli açıklama yapmadığını kaydetmiştir*. Hangi

⁵³ Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararı, Cengiz ve Diğerleri, Başvuru No. 48226 ve 14027, Bölüm 2, Strazburg

⁵⁴ Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararı, Cengiz ve Diğerleri, Başvuru No. 48226 ve 14027, Bölüm 2, Strazburg

mahpusların internete erişimine ulusal mevzuat tarafından izin verildiği ve başvuranın belirli bir tehlike arz eden veya İnternet erişiminin kısıtlanabileceği yasa dışı bir organizasyon olup olmadığı konusunda detaylı değerlendirmeler yapılmamış olması Mahkeme tarafından önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Mahkemenin kararı şu şekildedir:⁵⁵

“Mahkeme ayrıca ne yetkililerin ne de Hükümetin, mevcut davanın özel koşullarında, ihtilaf konusu tedbirin neden ceza infaz kurumunda güvenliğin ve düzenin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi meşru amaçları bakımından gerekli olduğu hususunda açıklamada bulunmadıklarını gözlemlemektedir. Bu bağlamda, tutuklular tarafından ceza infaz kurumu yetkililerinin kontrolü altında internet kullanılmasına ilişkin gerekli hükümlerin her hâlükârda eğitim ve iyileştirme programları çerçevesinde kabul edildiğini kaydetmektedir. Ulusal makamlar tarafından ileri sürülen güvenlik hususlarının uygun olarak kabul edilmeleri gerekse bile, Mahkeme, ulusal mahkemelerin, başvuranın, devlet otoriteleri ile uluslararası bir kuruluşun internet siteleri olması sebebiyle anılan üç internet sitesine erişiminden kaynaklanabilecek güvenlik risklerini ayrıntılı olarak incelemediklerini ve başvuranın bu internet sitelerine yalnızca yetkili makamların kontrolü altında ve bu makamlarca belirlenen koşullar içerisinde erişilebilecek olduğunu tespit etmektedir.”

Buna karşın sosyal medya mecralarının yasaklanması tek başına ifade özgürlüğünün ihlali sayılmamaktadır. Bu açıdan meşru bir gerekçenin olması ve sınırlamanın demokratik toplumda gerekli olması durumunda ihlal ortaya çıkmamaktadır. Örneğin *Akdeniz v. Türkiye* davası incelenebilir. Bu dava, iki web sitesine (“myspace.com” ve “last.fm”) telif hakkı mevzuatına uymadan müzik yayını yaptıkları gerekçesiyle erişimin engellenmesi ile ilgilidir. Söz konusu internet sitelerinin düzenli bir kullanıcısı olan başvuru, esasen kanun kapsamında alınan tedbirin sanat ve fikir eserleri üzerindeki tali etkisinden şikayetçi olmuştur. Mahkeme, başvuru, iki müzik paylaşım internet sitesine yönelik bir engelleme tedbirinden dolayı olarak etkilenmiş olmasının tek başına yeterli olmayacağına karar vererek, başvuruyu kabul edilemez (kişi bakımından bağdaşmaz) ilan etmiştir. Mahkeme, internet kullanıcılarının haklarının son derece önemli olduğunu vurgulamakla birlikte, özellikle söz konusu iki müzik yayını web sitesinin, telif hakkı yasasını ihlal ederek faaliyet gösterdikleri için engellendiğini kaydetmiştir. Başvuru, bu sitelerin kullanıcısı olarak hizmetlerinden yararlanmış ve müzik dinleme konusunda diğerleri arasında yalnızca birinden mahrum bırakılmıştır. Mahkeme ayrıca, başvuranın, telif hakkını düzenleyen kurallara aykırı olmaksızın, bir dizi müzik eserine erişim sağlamak için birçok araca sahip olduğunu gözlemlemiştir.⁵⁶

⁵⁵ Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, Ramzan Demir ve Diğerleri Başvuru no 2018.10727, bölüm, Ankara

⁵⁶ Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, *Akdeniz Ve Türkiye*, B. No: 20877/10, Strazburg, Erişim 3

Bu açıdan Türk Anayasa Mahkemesi'nin *Youtube* kararı da önem arz etmektedir. Zira bu karar ile Anayasa Mahkemesi sosyal medyanın önemine dair tespitlerde bulunarak ifade özgürlüğü açısından önemine işaret etmiştir. Karara göre Anayasa Mahkemesi'ne göre: ⁵⁷

“İnternet, modern demokrasilerde başta ifade özgürlüğü olmak üzere temel hak ve özgürlüklerin kullanılması bakımından önemli bir değere sahip bulunmaktadır. Sosyal medya, medya içeriğini oluşturmak, yayınlamak ve yorumlamak şeklinde bireysel katılıma imkân veren şeffaf ve karşılıklı iletişim kurulan bir platform şeklindeki medya kanalıdır. İnternetin sağladığı sosyal medya zemini kişilerin bilgi ve düşüncelerini açıklama, karşılıklı paylaşma ve yaymaları için vazgeçilmez niteliktedir. Bu nedenle sadece düşüncayı açıklamanın değil, aynı zamanda bilginin elde edilmesi açısından günümüzde en etkili ve yaygın yöntemlerden biri haline gelen sosyal medya araçları konusunda yapılacak düzenleme ve uygulamalarda devletin ve idari makamların çok hassas davranmaları gerektiği açıktır.”

Ayrıca Anayasa Mahkemesi'ne göre, idarenin bu açıdan kullandığı yetkinin keyfiliğe yer vermemesi ve açık ve anlaşılır şekilde düzenlenmesi gerektiğine dikkat çektiği anlaşılmaktadır.⁵⁸

3.2. Dijital Kamusal Alanda Topluluk Kavramı ve Topluluk Kuralları

Dijital alanın temel unsurlarından birisini de kullanıcılar oluşturmaktadır. Sosyal medyada her ne kadar bireysel olarak var olunan bir alan olarak algılandığında bu tekil kullanıcılar davranış ve gruplanma olarak bir topluluk oluşturmaktadır. Bu topluluğun ise kendi içerisinde tutarlı veya tutarsız bir oluşum içerisinde yer alabilmektedir. Dijital paylaşım platformlarının işleyişi açısından içeriklere uyguladığı denetim ve moderasyon sürecini anlamak açısından topluluk kurallarını ve dijital topluluk kavramını irdelemek gerekmektedir.

3.2.1. Dijital Topluluk ve İşleyişi

Modern şehir, parklar, halka açık meydanlar ve insanların doğal olarak bir araya Sosyal medya alanı yeni bir etkileşim alanı ortaya koymakla birlikte yeni bir sosyalleşme şablonu da ortaya çıkarmaya başlamıştır. Bugün bu tür topluluklar *sanal topluluklar*, *sanal cemaatler* gibi isimler ile adlandırılmaktadırlar. Kavram, uygun miktarda insan ile sanal olarak gerçekleştirilen kişisel ilişkileri betimlemektedir. Bu ilişkilerin bir topluluk oluşturacak ölçüde uzun olması durumunda söz konusu

⁵⁷ Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, Youtube Llc Corporation Service Company Ve Diğerleri Başvurusu, Başvuru Numarası: 2014/4705, Ankara , 3

⁵⁸ Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, Youtube Llc Corporation Service Company Ve Diğerleri Başvurusu, Başvuru Numarası: 2014/4705, Ankara

birlikteliklerin bir topluluk olarak değerlendirilebileceği yönünde değerlendirmeler bulunmaktadır .⁵⁹ Küresel nüfusun yarısından fazlası artık şehirlerde yaşıyor ve Birleşmiş Milletler bu sayının 2050'ye kadar üçte ikiye çıkacağını tahmin etmektedir Şehirlerde yaşayanların artması insani gelişmeye yardımcı olabilir çünkü “şehirler temel hizmetlere daha iyi erişim sağlayabilir ve daha fazla iş fırsatı sağlayabileceği gibi verimliliği ve yeniliği teşvik edebilir. Ayrıca, şehirler genellikle entelektüel ve kültürel zenginlik merkezleridir. Bununla birlikte, hızlı ve plansız kentsel büyüme aynı zamanda "yoksulluk, çevrenin bozulması ve hizmet kapasitesini aşan nüfus talepleri" ile de bağlantılıdır. Günümüzün en acil küresel sorunlarından biri olarak dikkat çekmektedir. ⁶⁰ Gerçekten de kent sakinleri daha fazla komşu ilişkisi kurma arzusu duyduklarını, ancak şehirde bu tür temasları gerçekleştirmeyi zor bulduklarını öne sürmüşlerdir. Ne yazık ki, "birçokları geldiği ortak alanlar pahasına, bireyler değil makineler etrafında tasarlanmıştır. Kentleşmenin etkileri pek çok kişi tarafından hissedilse de en çok savunmasız nüfusları etkilemektedir. ⁶¹ Yaşlılar ve engelli insanlar, kentsel ortamlardaki en büyük zorluklardan bazılarıyla karşı karşıya kalır, ancak ihtiyaçları nadiren dikkate alınır. Bu popülasyonların şehir planlamasında göz ardı edilme eğilimi, ciddi bir sosyal izolasyonla sonuçlanmıştır. Bu olgu, kaybolmaya başlayan cemaatleşme olgusu üzerindeki şehirleşmenin, bireyselleşmenin ve toplumsal normlardan bağımsız bir şekilde yaşama alışkanlıklarının bireyler ve teknolojik gelişmenin yardımıyla farklı formlarda yeniden oluşmasını ortaya koyabilmektedir. ⁶² , ⁶³ , ⁶⁴ Bu noktada söz konusu toplulukların sanal ilişkileri dolayısıyla ilişkileri dönüştürme potansiyelinin olduğu ifade edilmektedir. Diğer yandan bu bireyleri bir arada tutan belirli ilgili alanları bulunmakla birlikte sanal

⁵⁹ Ayla Özhan Dedeoğlu ve Elif Üstündağlı. Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yasam Tarzi ve Kimlik Yönünden Degerlendirilmesi/Consumers' Life Style, Social Identity and Consumption Practices in the Context of Communities of Practice. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 2011,

⁶⁰ Kim Samuel. Building for Belonging. *Resurgence*. <http://www.resurgence.org/magazine/article4400-building-forbelonging.html>. Erişim Tarihi: 23.5.2023

⁶¹ John Trivedi vd. Himanshu Sareen, and Mohan Dhyani. “Rapid Urbanization- Its Impact on Mental Health: A South Asian Perspective. *Indian Journal of Psychiatry* 50.3., 2008.

⁶² Kaan Varnalı, *Dijital Kabilelerin İzinde, Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*, (İstanbul: MediaCat Yayınları, 2013).

⁶³ Kim Samuel, Building for Belonging, *Resurgence*, 2015, <http://www.resurgence.org/magazine/article4400-building-forbelonging.html>

⁶⁴ Derina Rhoda Holtzhausen, *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory and practice*. (New York: Routledge. 2012)

toplulukları ayırt edici kılan bir diğer unsur bu ilişkilerin gerçek hayata teşmil edilme potansiyelini de taşıyor olmasıdır. İnternet toplulukları cemaat olarak teşekkül etmeye ilişkin uygun formlar takip etmezler fakat bir arada olmanın gerekliliklerini de karşıladıkları görülmektedir. Bu alanlar alternatif birer toplumsallaşma alanı olarak da hizmet etmektedirler.⁶⁵

İnternet bir bütün olarak hem çok sayıda topluluğun bir araya geldiği bir yığılma hemde kendi başına yayılan, serbest bir şekilde örülmüş bir topluluktur. Çevrimiçi topluluklar e posta listelerindeki bir avuç insan kadar küçük ya da internetin kendisi kadar büyük olabilir. Bu topluluklar Twitter ve Facebook gibi büyük platformlarda iç içe geçmiş hale de gelebilmektedir. Bir topluluk hakkında kanı sahibi olabilmek için o topluluğun üyelerini, birbirleriyle paylaştıkları içerikleri ve bu paylaşımların yapıldığı altyapıyı yani platformun teknik ve yapısal düzenlemelerini bilmek gerekmektedir. Bu işleyişteki insan unsuru, farklı rol ve görevlerde bulunmaktadır. Bu görevler; altyapının yani platformun sahipleri, topluluğun içerik ve akış düzenini sağlayan moderatörler, içerik üreticileri ve içeriği tüketenler olarak tanımlanabilir. Örnek vermek gerekirse Google, YouTube platformunun altyapı sahibidir; video yükleyenler içerik üreticileri, videoyu izleyenler içeriğin tüketicileri, platform kurallarını ihlal eden videoları işaretleyen veya platformdan kaldıran kişiler ve algoritmalar da moderatörler olarak adlandırılabilir. Bu konseptte içerik moderasyonu; iş birliğini kolaylaştırmak ve istismarı önlemek için bir topluluğa katılımı yapılandıran yönetim mekanizmalarının genel adıdır. (Grimmelmann, 2015)⁶⁶

3.2.2. İçerik Denetimi ve Topluluk Kuralları

Çevrimiçi sohbetler ve müzakerelerde bazı kesimler diğerlerini kasten aldatan aldatmakta ya da incitmektedir. Dolayısıyla bu müzakerelerin de tıpkı fiziki alanda cereyan edenler gibi yönetilmesi gerekmektedir. Diğer tartışma alanlarında olduğu gibi, çevrimiçi forumlar da temel tartışma kurallarını belirlemek ve uygulamak için moderatörler (*genellikle bir bilgisayar programı ve/veya atanmış bir kişi*) kullanır. Bu bağlamda algoritma ya da gerçek bir kişi olan moderatörlerin kullanılması söz konusu

⁶⁵ Göksel Göker ve Savaş Keskin. *Sosyal Medyada Topluluk İlişkileri: Karikateist Facebook Topluluğu Üzerine Bir Araştırma*. The Journal Of Academic Social Science, 2016.

⁶⁶ James Grimmelmann, "The Virtues of Moderation," (17 Yale Journal of Law & Technology 42, 2015)

olmaktadır. Bu kimseler, zararlı içeriklerin kaldırılması ya da engellenmesi gibi görevler ifa etmektedirler.⁶⁷

Peki bu grupların etkileşimini sağlayan sosyal medya platformlarının bireyler üzerindeki etkisini nasıl değerlendirmek gerekmektedir? Evvela ifade edilmelidir ki her bir sosyal medya platformunun kendisine özgü *topluluk kuralları* bulunmaktadır. Bu topluluk kurallarının ihlalini ise çeşitli yaptırımlara bağlamış oldukları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda örneğin küfürlü içerik üretilmesi ya da cinsel içerik üretilmesi gibi çeşitli yollarla içeriklerin ahlaka ve hukuka aykırı olması durumunda bu içeriklerin kaldırılması ya da hesabın askıya alınması söz konusu olabilmektedir. Bu standartlar değişiklik gösterebilmektedir (Bateman, Thompson ve Smith, 2021).⁶⁸ Ancak temelde ortak olan belirli topluluk kuralları arasında *dezenformasyon, yanlış bilgilendirme, etki çalışmaları, propaganda, yalan haber, hibrit savaş taktikleri, manipülatif müdahale* gibi unsurlar ortak olarak dikkat çekmektedir.⁶⁹

Bir başka görüşe göre de Sosyal medya şirketleri ve onların sahibi olan büyük teknoloji holdingleri, platformlarını kullanan milyonlarca insanla olan ilişkilerini regüle edebilmek için farklı yapılar ve işleyişler geliştirmiştir. Bu yapı ve işleyişler; hizmet şartları, gizlilik ve kullanım politikaları, reklam düzenlemeleri, topluluk kural ve standartları, yasa uygulama yönerge ve anlaşmaları gibi çeşitli çerçevelerde tanımlanmıştır. Yukarıda bahsi geçen çerçevelerin içerik moderasyonun temel prensiplerini oluşturan iki başlık diğerlerine nazaran daha öne çıkmaktadır. Bunlar hizmet şartları ve topluluk kurallarıdır.

Genellikle kullanıcılar bir çevrimiçi platforma katılırken öncelikli olarak hizmet şartları ve topluluk kurallarına onay vermeleri gerekmektedir. Hizmet şartları özellikle platform ve kullanıcı arasındaki yasal şartları ana hatlarıyla tanımlayan bir yapıya sahiptir. Buna bağlı olarak ABD ve çevrimiçi platformları regüle etmiş ülkelerde bu

⁶⁷ Anna Gibson, Free Speech and Safe Places: How Moderation Policies Shape Online Discussion Spaces. *Socail Media and Society*, 1-15, 2019.

⁶⁸Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, (2021). How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

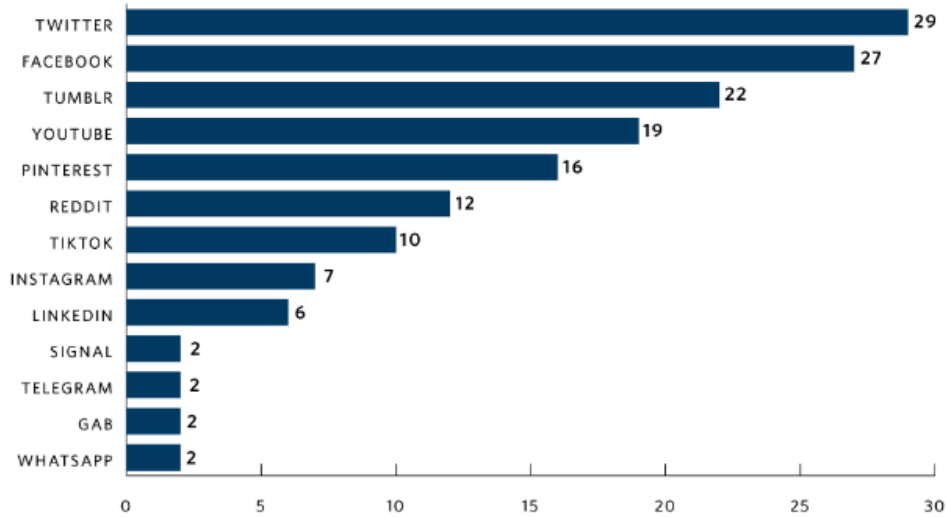
⁶⁹ Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, (2021). How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

şartların onaylanması ‘‘kendi içinde bir içtihat’’ yapısına sahiptir⁷⁰. Bu içtihat sayesinde kullanıcı ve içerik platformu arasında gelişecek herhangi bir sorun veya çatışma halinde başvurulacak tahkim şartları kesinleşmiş olur. Genellikle uygulamalar bu hizmet şartlarında yeni bir güncelleme yapmadığı sürece kullanıcılar platformda gezinirken bu hizmet şartları ile tekrar karşılaşmazlar.

Topluluk kuralları sıklıkla platformların kullanıcılardan beklediği genel bir paylaşım söylemi veya içeriğin yanında akışında bulunmasını istediği ayrıca izin vermediği söylemlere de değinmektedir. Bu yasaklı içerikleri ve söylemleri de anlaşılır kılmak için sosyal medya platformları kategorilere ayırmaktadır. Bu kategoriler nefret söylemi, şiddete teşvik, sansürlenmemiş içerikler ve taklitçi bir profile bürünme gibi başlıklara sahiptirler. Bu başlıklar ve kategoriler platformların sosyal medya ekosisteminde kendilerini konumlandığı alan ve tanımlara göre farklılık göstermektedir.

Bu topluluk kuralları hem uluslararası değer ve uluslararası hukuk ilkeleri göz önüne alınarak hemde bölgesel kültür ve yasal normları göz ardı edilerek hazırlanmamaktadır. Platformda bulunan diğer kullanıcıların çevrimiçi ortamda kendilerine göre rahatsız edici ve gayrihukuki içeriklere maruz kalmaması için başta Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformları bölgesel kurallarda hazırlanan bu topluluk sözleşmelerinde bulunmaktadır. Örneğin; Avrupa’da nefret söylemine veya orta doğuda çıplaklığa ilişkin kabul edilebilir sınırlamalar Amerika Birleşik Devletleri’nde ifade özgürlüğü normlarıyla gerilim içinde olabilir.

⁷⁰ Marvin Ammori, *The First Amendment and Mass Communication*, (13 First Amend. L. Rev. 263 , 2014).



Şekil 3.1: Platformların Nicel Olarak Ortaya Koydukları Standart Sayıları. ⁷¹

Sosyal medya ve mesajlaşma platformları, çevrimiçi konuşmanın fiili düzenleyicileridir ve bu nedenle çevrimiçi etkileme operasyonlarıyla mücadelede kilit karar vericilerdir. Son yıllarda büyük platformlar, nefret söylemi, şiddet ve etkileme operasyonları gibi çok çeşitli sorunlu faaliyetlerle ilgili yazılı politikalar olan kamusal "topluluk standartlarını" korumaya başlamıştır. Etki operasyonları, topluluk standartlarının ele aldığı konulardan yalnızca biridir ve bu standartlar, platformların etki operasyonlarına karşı koyması gereken araçlardan yalnızca biridir (Bateman, Thompson ve Smith, 2021)⁷². Yine de topluluk standartları, karşı etki operasyonları topluluğu için değerli iç görüler içerir. Bu belgeler, etkileme operasyonlarının çeşitli unsurlarını tanımlamaya, bunlarda tam olarak neyin sorunlu olduğunu açıklamaya ve sonuçları ifade etmeye yönelik en açık ve ayrıntılı girişimlerden bazılarını içeriyor. Nüfuz operasyonlarıyla mücadelede bu kadar etkili başka bir politika düşünmek zordur. Buradan hareketle, hiç kimse tüm büyük platformların topluluk standartlarını bir araya getirmemiş ve etki operasyonlarını nasıl ele aldıklarını sistematik olarak analiz etmemiştir. Bateman ve diğerleri (2021),⁷³ bilhassa Twitter gibi platformlar

⁷¹ Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, 2021, How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

⁷² Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, 2021, How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

⁷³ Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, 2021, How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*.

tarafından yapıldığı gibi, özelleştirilmiş politikaların, yasal "kurallara" daha çok yaklaştığını ifade etmektedir. Bunun nedeni ise açıktır. Bu kurallar iyi tanımlanmış sonuçlara yol açan belirli gerekli ve yeterli koşullar kümesi olarak dikkat çekmektedir. Bu politikalar kullanıcılar için daha şeffaf ve öngörülebilir olabilir. Bu tür yaklaşımlar, platformların meşruiyetini artırabilir ve keyfi veya önyargılı platform karar verme algılarını etkisiz hale getirmeye yardımcı olabilir. Platformların politikaları hakkında daha fazla netlik, platformların güçlerini nasıl kullandıklarına dair kamuoyu tartışmalarını kolaylaştırabilir ve bu nedenle daha fazla hesap verebilirliği teşvik etme çabalarını destekleyebilir. Örneğin, yazarların dikkat çektiği üzere, Facebook, başlıca yayından kaldırma işlemlerinin yüzde 94'ünü meşru kılmak için kendi belirlediği standartlara ve topluluk kurallarına atıf yapmıştır Özellikle, Facebook Gözetim Kurulu'nun ilk karar dilimi, Facebook'un politikalarını kurallardan çok kurallar gibi ele almasını tercih ediyor gibi görünmektedir.⁷⁴

3.2.3. Topluluk Kurallarının İçerik Filtreleme Açısından Kullanımı

Sosyal medya siteleri tarafından yukarıda ele alınan topluluk kurallarının temelde ifade özgürlüğünün serbestçe kullanılmasına yönelik olarak belirlendiğine yönelik bir anlayış bulunmaktadır. Örneğin Twitter tarafından benimsenen kuruluş prensipleri

“Şu anda neler olduğunu paylaşmanıza ve keşfetmenize olanak tanıyan, dünyanın her yerinden insanlar tarafından desteklenen gerçek zamanlı bir bilgi ağı” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca kendi görevlerini ise “özgür ifadeye inanıyoruz ve her sesin dünyayı etkileme gücüne sahip olduğunu düşünüyoruz”

Diyerek belirlenmesi önemlidir.

Bu bağlamda sosyal medya mecralarının söz konusu topluluk kurallarını uygulamak suretiyle belirli içerikleri yayından kaldırması ya da engellemesi hususunun ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu konuda Facebook üzerinden bir değerlendirme yapılabilir. Bilindiği üzere geleneksel medya organlarında içeriklerin gazeteciler tarafından üretilmesi ve editör tarafından denetlenmesi gibi bir durum söz konusudur. Pek çok ülkenin yasalarına göre müstehcen, iftira niteliğinde, nefret söylemi veya hak ihlalinde bulunsun yayınladıkları

<https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

⁷⁴Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, 2021, How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).

içerikten sorumlu olan geleneksel medya sağlayıcıları sorumludur. Buna karşın sosyal medya da dahil olmak üzere kullanıcı tarafından oluşturulan içerik platformları, kullanıcıları tarafından yayınlanan içerikle ilgili sorumluluktan büyük ölçüde kaçınmıştır ⁷⁵.

Güvenli liman yasaları, içeriğin "işaretlenmesine" yanıt olarak önlem alınmasını zorunlu kılmıştır; ancak, içeriğin kaldırılmasıyla ilgili gerçek kurallar ve uygulamalar belirsizliğini koruyor ve kesinlikle platformlar arasında standart bir uygulama olmadığı da ifade edilmelidir. İçeriği "işaretleme" uygulaması, farklı platformlarda kullanılan çeşitli yöntemlerde kendi başına bir uzmanlık uygulaması haline gelmiş görünmektedir. Kullanıcılara, bu uygulamalarla ilgili çok az netlik veya hesap verebilirlik sağlamaktadır. Bunlar arasında içeriği beğenmek, beğenmemek ve içeriği bildirmek için çeşitli seçenekler sunulur. Kullanıcılar, çeşitli nedenlerle içerikleri şikâyet edebilir ya da engelleyebilir. ⁷⁶

Bu durum, literatürde içerik yönetimi (*content moderation*) olarak ifade edilmektedir. Bazı yazarlar, kavramı "İnternet sitelerinde, sosyal medyada ve diğer çevrimiçi mecralarda yayınlanan kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin (UGC) organize bir şekilde taranması" olarak ele almaktadır. ⁷⁷

Bir başka görüşe göre içerik moderasyonu; internet sitelerine, sosyal medya platformlarına ve diğer çevrimiçi yayın organlarına kullanıcılar tarafından üretilen içeriğin UGC taranmasına yönelik organize uygulama olarak adlandırılabilir. Bazı çevrimiçi topluluklar, kendilerini denetlemek için topluluktaki gönüllülerin ve katılımcıların çalışmalarına güvenirken, bazı platformlar da kendi bünyelerinde barındırdıkları içerik moderatörler veya taşeronlar içerik denetçilerinden faydalanmaktadır. ⁷⁸

⁷⁵ Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

⁷⁶ Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

⁷⁷ Sarah Myers West, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*, 2018 DOI: 10.1177/1461444818773059.

⁷⁸ Sarah T. ROBERTS, *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. Yale University Press, 2019. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhrcz0v>.

Tipik olarak, kullanıcılar platforma katıldıktan sonra bir Hizmet Şartları sözleşmesi ile karşılaşır ve buna onay verirler. Hizmet Şartları tipik olarak, ifade özgürlüğünün kapsamı ve sınırları ile ilgili olarak benzer yasal normlardan hareketle emsalleri, teoriyi, normları ve yönetilebilirliği tartarak şirket ile kullanıcı arasındaki ilişkinin yasal şartlarını ana hatlarıyla belirtir. Bu terimler “*kendi başına bir tür kural*” ortaya koymaktadır.

Büyük sosyal medya platformlarının çoğu, platformda yasaklanan içerik türünü, genellikle *Topluluk İlkeleri* veya *Topluluk Standartları* olarak ifade ettikleri ve önceden ilan edilmiş bir metin üzerinden meşrulaştırmaktadır. Platformdan platforma farklılıklar olsa da, Topluluk Yönergeleri sıklıkla sitenin teşvik etmeye çalıştığı söylem türü için kapsayıcı bir vizyonun ana hatlarını çizer Bu içerikler genelde modern batıda ifade özgürlüğünün meşru sınırlarını oluşturan hususlar olup *nefret sözlemi*, *dezenformasyon* ya da *müstehcenlik* gibi unsurlar olabilmektedir.⁷⁹

Bu kurallar, site yönetimi için açık operasyonel tanımlar sağlarlar ve bazen nelerin gönderilip neyin gönderilemeyeceğini gösteren örnekler içerirler. Bu tanımlar ve örnekler, şirketlerin içerik denetiminde temel bir gerilimde gezinmesine izin vermek için oldukça genel olma eğilimindedir: çok çeşitli yerel pazarların normları ve değerleri içinde kabul edilebilir olacak küresel bir kullanıcı tabanı için yönergeler oluşturmaları gerekir. Avrupa'da nefret söylemi veya Orta Doğu'da çıplaklık konusunda kabul edilebilir sınırlar olarak belirlenir. Fakat bu sınırlar başka ülkelerde daha yumuşak bir geçişkenlik de sağlayabilir.⁸⁰

Bu bağlamda sosyal medya mecralarında ne türden yaptırım araçlarının olduğu hususu ön plana çıkmaktadır. Örneğin Twitter 'da engelleme olgusu ön plana çıkmaktadır. Twitter 'da aynı zamanda sessize alma seçeneği de bulunmaktadır. İlkinde, engellenen taraf, engelleyici tarafın bildirimlerini ve paylaşımlarını görememektedir. Sessize alma durumunda ise tam tersi söz konusu olup sessize alınan tarafın yaptığı paylaşımlar diğer tarafın sayfasında görünmemektedir. İlk durumda, engellenen kişiye

⁷⁹ Sarah Myers West, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*,2018.

⁸⁰Sarah Myers West, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*,2018.

Takip ettiği kişi tarafından engellendiğine dair bir bildirim görür fakat sessize alma durumunda bu şekilde bir bildirim söz konusu olmamaktadır.⁸¹

Hangi içeriklerin engelleneceğine ilişkin olarak sosyal medya şirketlerinin Hizmet Şartları bulunmaktadır. Bu hizmet şartlarının zaman zaman yenilendiği görölmektedir. Bu Hizmet Şartları zaman zaman tadil edilir ve kullanıcılara gizlilik ayarlarını kontrol etmeleri için hatırlatıcılar gönderilir. Teorik olarak, kullanıcılar platformu kullanmak isteyip istemediklerine karar verebilir ve bu Hizmet Koşullarını kabul etmekte serbesttir. Bununla birlikte, artan bir şekilde topluluk kuruluşları, gruplar, okullar ve işletmeler Facebook'u bir iletişim yöntemi olarak kullanmayı kanıksamış durumdadır. Bu demektir ki bahsedilen sosyal medya sitelerinde yer almamak dışlanmak anlamına gelmektedir.⁸² Dolayısıyla sosyal medya mecraları tarafından tek taraflı olarak belirlenen hizmet şartlarına uymak bakımından kullanıcılar edilgen iken şirketlerin önemli bir dayatması söz konusudur. Yakın zamana kadar, içeriğin nasıl sınıflandırıldığına ve incelendiğine veya içeriğin incelenmesi, onaylanması, engellenmesi veya kaldırılmasına ilişkin kararların nasıl alındığına ilişkin çok az şeffaflık bulunmaktadır. Bilindiği kadarıyla, içerik incelemesinin, *kullanıcı geri bildirimi ve raporlama, platform tarafından izleme, insan incelemesi ve müdahalesi ile belirli içeriği algılamak ve engellemek için algoritmaların kullanılması* gibi farklı yöntemler kullanılmaktadır.⁸³

Tüm bu denetim Google, yapay zekâ ve insan faktörünün bir karışımı tarafından icra edilmektedir. Schmidt'in "*neşret ve taciz için ...yazım denetleyicileri*" olarak tanımladığı, belirli kelimeleri, ifadeleri veya görüntüleri tanımlamak üzere bazı yapay zekâ uygulamalarının programlandığı bilinmektedir.⁸⁴ Bu tür algoritmik filtrelerle güvenmek daha tutarlı ve potansiyel olarak objektif görünse de aynı zamanda bu teknolojik belirlenimciliğe rağmen, sistemin idaresi bakımından insan önemli bir

⁸¹ Shagun Jhaver, Sucheta Ghoshal, Amy Bruckman ve Eric Gilbert. Online Harassment and Content Moderation: THE Case of Blocklists. ACM Transactions on Computer-Human Interaction, 25 (2): 12-54, 2018.

⁸² Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

⁸³ Melissa De Zwart. Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

⁸⁴ New York Times. ' Eric Schmidt on How To Build a Better Web', <https://www.nytimes.com/2015/12/07/opinion/eric-schmidton-how-to-build-a-better-web.html>

Erişim Tarihi: 23.5.2023

gerekliliktir. Dolayısıyla kaçınılmaz olarak hangi içeriklerin hizmet şartlarına uygun olup olmadığının belirlenmesi hala bir ölçüde keyfilik içermektedir. Bu bağlamda şu sorun akla gelmektedir: bireyler tarafından üretilen bir içeriği yayından kaldırma yetkisi bu sosyal medya mecralarına verilmeli midir? Bilindiği üzere, Twitter, ABD Başkanı Donald Trump tarafından yapılan paylaşımların doğru haber olmadığı gerekçesiyle kaldırılmasını ve kendisinin hesabının dondurulmasını sağlamıştır. Bunu Hizmet Şartlarını gerekçe göstererek yapmıştır. Peki Twitter gibi sosyal medya mecralarına bu yetki nasıl verilmektedir? Kendileri bir editör müdür? Geleneksel medya olarak değerlendirilebilirler mi? Başkan Trump'ın Twitter 'da 54 milyondan fazla takipçisi bulunmaktadır. Kendisinin 2009 yılında beri @realDonaldTrumpTwitterhesabı üzerinden paylaşımlarda bulunduğu ve başkan olmasından sonra da bu hesabı üzerinden paylaşımlar yapmaya devam ettiği ifade edilmektedir. Üniversitesi'ndeki Knight First Amendment Institute, Trump tarafından engellenen 41 Twitter kullanıcısı adına (kesinlikle engellenen tüm kullanıcıların kesin bir grubu değil) engellenen kullanıcıların ifade özgürlüğü haklarının ihlal edildiği iddiasıyla dava açmıştır⁸⁵. ABD Anayasasının Birinci Değişikliği uyarınca. ABD Bölge Mahkemesi (New York Güney Bölgesi), Knight First Amendment Institute-Donald J Trump, 17 Civ 5205, 23 Mayıs 2018 davasında, @realDonaldTrumpTwitter hesabının, Twitter kullanıcılarının "etkileşimli alan" olarak tanımladığı Başkan'ın tweet'lerinin içeriğiyle doğrudan etkileşimde bulunabilecek 'belirlenmiş bir kamu forumudur. Bu nedenle, (Trump'un paylaşımlarına ilişkin olarak kendi görüşlerini paylaşan) bazı kişilerin ABD Başkanı tarafından kendi siyasi görüşleri nedeniyle bu hesaptan bloke edilmesi Birinci Değişikliği ihlal etmiştir. Mahkeme ayrıca hesabın ABD'nin 45. Başkanı Donald J. Trump'a kayıtlı olduğuna dikkat çekmiştir.⁸⁶

İfade özgürlüğü bağlamında, mahkeme, bloke edilen kullanıcıların, hesaplarına giriş yaptıkları halde Başkan'ın tweet'lerini görememelerinin veya doğrudan yanıtlayamamalarının, bilgi edinme hakkı ve kendilerinin görüşlerini kamu görevlilerine ulaştırma haklarının ihlal edildiği sonucuna ulaşmıştır. Mahkeme, 'bireysel davacıların, ifade ettikleri siyasi görüşler nedeniyle @realDonaldTrump hesabından bloke edilmesinin Birinci Değişikliği ihlal ettiğini' tespit eden bir karar

⁸⁵ Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

⁸⁶ ⁸⁶ Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

yayınlandı. Bu, siyasi tartışmalar bağlamında sosyal medya platformlarının rolünün ve etkisinin kapsamının tanınması açısından önemli bir karardır. Twitter akışının halka açık bir forum olarak nitelendirilmesi, bu tür platformlar için uygun olan moderasyon ve küratörlüğün kapsamına ilişkin önemli soruları gündeme getirmektedir.⁸⁷

Aksi yönde bir değerlendirmede de bulunmak da mümkündür. Bu değerlendirme, keyfi bir şekilde hesapları site yönetimi tarafından bloke edilen kullanıcılar için söz konusu olabilir. Aktif hesaplar, en katı denetim biçimi olan hesap *askıya alma* veya *yasaklama* gibi tedbirler uygulanması durumunda durağanlaşabilmektedir. Bir sosyal medya platformuna erişimin yasaklanması, genellikle diğer platformlara erişilememesi gibi bir sonuç da doğurabilmektedir. Bunun nedeni pek çok sosyal medya platformunun (Spotify, Huffington Post ve Tinder gibi) genellikle sosyal oturum açma bilgilerini kullanması dolayısıyla, bir platforma erişim sınırlamaları, kullanıcının artık bir platforma erişemeyeceği anlamına gelebilir. Başka sorunlar da ortaya çıkabilmektedir. Örneğin kullanıcılar tarafından bildirilen diğer kayıp türleri, görece sıradan (yarışmalara ve çizimlere katılamama gibi) derin mahremiyete (aile üyelerinin saklanan fotoğraflarına erişimi kaybetme) kadar değişir. Pek çok kullanıcı, başkalarıyla iletişim kurma yeteneğini kaybettiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda bazı sosyal medya kullanıcıları, erişimlerinin kısıtlandığı sosyal medya platformu, aile arasındaki birincil iletişim aracı olduğundan, bir aile üyesinin öldüğünü bilmediğini ifade etmesi ilginç bir soruna da işaret etmektedir.⁸⁸ Yine de literatürdeki pek çok yazarın sosyal medya platformları tarafından geliştirilen öznel içerik yönetimlerinin ifade özgürlüğünü ölçüsüzce sınırladığı konusundaki delillerinin yeterli derecede olmadığı bu nedenle de devletlerin bu alanlarda sınırsız bir kontrol yetkisinin olmaması gerektiği yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.⁸⁹

⁸⁷ ⁸⁷ Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?, *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.

⁸⁸ Melissa De Zwart, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*, 2018.

⁸⁹ John Samples, Why the Government Should Not Regulate Content Moderation of Social Media. *Policy Analysis Cato Institute*, 865, 2019.

4. GÖZETİM KAVRAMI, İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ VE STRATEJİK İLETİŞİM

4.1. Gözetim Kavramı

Gözetim, bilgi toplama, etkileme, yönetme veya yönlendirme amacıyla davranışın, birçok etkinliğin veya bilginin izlenmesidir.⁹⁰ Gözetim, kapalı devre kamera sistemleri ile gerçekleştirilebileceği gibi telefon ya da internet gibi çeşitli vasıtalar kullanılarak da yapılabilir. Ayrıca, insan istihbaratı toplama ve postayla müdahale gibi basit teknik yöntemleri de içerebilir. Gözetim, vatandaşlar tarafından kendi muhitlerini korumak için kullanılır. Hükümetler ise- casusluk, suçun önlenmesi, bir sürecin, kişinin, grubun veya nesnenin korunması veya suçun soruşturulması dahil olmak üzere- istihbarat toplamak için kullanılabilir. Ayrıca suç örgütleri tarafından suç planlamak ve işlemek için ve işletmeler tarafından suçlular, rakipleri, tedarikçileri veya müşterileri hakkında istihbarat toplamak için kullanılır. Sapkınlığı ve heterodoksiyi ortaya çıkarmakla görevli dini kuruluşlar da gözetim yapabilir.⁹¹ Bu yönüyle gözetim tek başına iyi ya da tek başına kötü bir davranış biçimi değildir.

Bugün modern ulusal devletler, vatandaşlarının kurallara uyması gerektiğinden emin olmak için modern gözetim sistemlerini yaygın bir şekilde kullanmaktadır. Bu nedenle modern toplum “gözetim toplumu” olarak da adlandırılabilir. Terim, Fransız düşünür Foucault’a atıfta bulunularak kullanılmaktadır. Gözetim toplumunu hakkıyla anlayabilmek için modern ulus devletin niteliğini iyi kavramak gerekmektedir. Foucault, Jeremy Bentham'ın Le panoptique adlı eserinin 1977'deki Fransızca baskısına önsöz olarak yayınlanan bir röportajda öne sürdüğü gibi:

⁹⁰ Richard E. Greanleaf, *Historiography of the Mexican Inquisition: Evolution of Interpretations and Methodologies. Cultural Encounters: The Impact of the Inquisition in Spain and the New World*, (University of California Press.,2018)

⁹¹ Richard E. Greanleaf, *Historiography of the Mexican Inquisition: Evolution of Interpretations and Methodologies. Cultural Encounters: The Impact of the Inquisition in Spain and the New World*, (University of California Press.,2018)

“İktidar sorunu, onu yalnızca yasama ve anayasa, yalnızca devlet ve devlet aygıtı açısından ortaya koyarsa, yoksullaştırılır. İktidar, bir dizi yasadın veya bir devlet aygıtından oldukça farklıdır ve daha karmaşık, yoğun ve yaygındır.”⁹²

1977 yılındaki başka bir röportajda Foucault şu noktayı önemle vurgulamıştır:

“Devletin önemli olmadığını söylemek istemiyorum; benim söylemek istediğim husus şudur ki güç ilişkileri ve dolayısıyla güç ilişkilerinden türetilmesi zorunlu olan analiz kaçınılmaz olarak devletin sınırlarının ötesine geçer... Devlet, vücut, cinselli, aile, akrabalık, bilgi, teknoloji ve daha nicelerini oluşturan tüm güç ağları ile ilgili bir üst yapı kavramıdır.”⁹³

Devlet bu üstün konumu ile bireyi dizginlemek ve kontrol altında tutmak ister. Esasen bu arzusu, devletin egemenliğinin de bir parçası olarak oldukça eski tarihlere dayanmaktadır. Bunun yöntemi ise zaman içinde değişiklikler göstermiştir. Foucault, *Discipline and Punish (Disiplin ve Cezalandırma)*⁹⁴ adlı kitabında, bireyin bedeninin, ona kısıtlamalar, yasaklar ve yükümlülükler dayatan çok katı güçlerin pençesinde olmasına rağmen, 18. yüzyılın başında ve 19. yüzyılın sonundan itibaren, tahakküm için kullanım tekniklerinde önemli bir değişiklik olduğunu savunur. Foucault kitabında ortaya koyduğu üzere artık insanlar üzerinde devlet bedeni cezalar tatbik etmekten kaçınmaktadır. Bu yönüyle devletin sahibi olduğu güç artık kendisini fiziksel cezada bir gösteri olarak göstermez; daha ziyade, bireyin kendisi tarafından, bütün bir kuvvetler ve cisimler tekniğine göre dikkatlice şekillendirildiği yeni bir teknik olarak gelmiştir.

Her ne kadar beden her zaman iktidar konusunun odak noktası olsa da yeni olan şey, gücün bedenlere nüfuz etmeye çalıştığı bedenin ekonomi politiğiydi. Beden ve güçleri, yararları ve uysallıkları, dağılımları ve boyun eğmeleri farklı yöntemler üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. Bedenler üzerindeki yeni disiplin gücü onları eğitmeye, eğitmeye, kontrol etmeye vs. çalışır, ayrıca bedenler ekonomik nedenlerle kullanılır; bedenleri daha üretken kılmak için iktidar onları bir tabiiyet sistemi içinde yakalamalıdır. Disiplinin artık bir kurum ya da aygıt olmadığı iddia edilebilir; yeni disiplinler iktidar, bir iktidar ve teknoloji anatomisidir. Kısacası, uysal bedenler üretmeye yönelik yeni teknikler, birkaç nedenden dolayı eski egemen iktidardan farklıdır: Bu teknikte iktidar, bireyler üzerinde ince bir zorlama olarak iktidar uygular; davranışın ya da bedenin dilinin belirleyici unsurları değildi (*en azından artık değildi*),

⁹² Michel Foucault, (1980). *Power/knowledge: selected interviews and other writings, 1972–1977*. (Ed. C Gordon), New York: Pantheon.

⁹³ Michel Foucault, (1980). *Power/knowledge: selected interviews and other writings, 1972–1977*. (Ed. C Gordon), New York: Pantheon.

⁹⁴ Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. (New York, Vintage Books 1995)

ama ekonomi, hareketlerin etkinliği, onların iç örgütlenmesi olarak ifade edilebilir ve bu yeni güç, süresiz ve hedeflenmiş zorlamadan ziyade sürekli bir zorlama uyguluyordu. Güç hedefi artık belirli bir beden değil, artık bireyin bedenlerine ve zihinlerine nüfuz etmektedir. “*Aklın zihin üzerindeki gücünü elde etmenin yeni bir yolu*” olarak ifade edilmektedir.⁹⁵

Bu açıdan, devlet, bireyler üzerindeki gücünü gözetim yoluyla gerçekleştirmektedir. Bu açıdan Foucault, Bentham’dan ilham alarak geliştirdiği panoptikon ile gözetim ve iktidar arasındaki ilişkiyi kurgulamaktadır. Burada, toplumun genel eğilimlerine uyum sağlayamayan bireylerin kapatıldığı ve onların gözetim altına alınarak rehabilite edildiği bir süreci ifade etmektedir. Burada toplumdan farklı olan kimseler doktor/gardiyan/eğitmen aracılığıyla eğitim sürecinden geçmektedir. Buna karşın okul, hapishane ya da akıl hastanelerin dışında, gözetim toplumun her alanında bulunmaktadır. Örneğin fabrikalar da bu sürece eşlik eder. İşçiler her an kontrol altında tutulmaktadır. Kontrol altında tutulan işçiler en üst şekilde verimli olmak için çaba harcamaktadır. Toplumun izlendiğinin farkında olması karşısında kendisini sürekli disiplin içerisinde tutması söz konusu olacaktır. Buradan hareketle Foucault, bireyin iktidarın belirlediği sınırlar kapsamında kalarak yaşamayı gönüllü olarak tercih ettiğini zira gözetilmenin böyle bir sonucu olduğunu ifade etmektedir.^{96, 97}

Panoptikon metaforunun gözetim devletine tam olarak tercüme edilemeyen önemli bir yönü, Panoptikon’da mahkûmların birbirlerinden ayrılmış olmasıdır. Her mahkûm kendi davranışlarında kendini izler. Bu izolasyon, kimsenin görüşlerini desteklemeye, onlarla aynı fikirde olduğunu ifade etmeye ve hatta görüşleri hakkında anlamlı bir söylemde bulunmaya istekli olmadığı durumlarda muhaliflerin yaşadığı sosyal izolasyona tercüme edilebilir. İfade özgürlüğü üzerindeki geniş kapsamlı caydırıcı etkinin sonucu, insanların muhaliflerle etkileşime girmeye isteksiz olmalarıdır. İsteksizdirler çünkü hem muhalifle hem de muhalefetin kendisiyle ilişki kurmaktan kaçınmak isterler. Sosyal izolasyon tehdidi muhalif söylem üzerindeki caydırıcı etkiyi sürekli kılmaktadır çünkü bu olmadan muhalifler destek bulabilir ve hem kendi

⁹⁵ Armant Mattelart, (*The Globalization of Surveillance*. (Cambridge, Polity Press., 2010,7)

⁹⁶ Ali Aydın. *Sosyal medyanın ekonomi politiği İçinde Yeni ve geleneksel medya okumaları* (Ed. R. Çelik & S. Dalgaldere) (s. 185-200). İstanbul: İskenderiye Kitap-41. (2015)

⁹⁷ Selin Bitirim Okmeydan. Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’ dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *Academic Journal of Information Technology*. 8 (30), 2017

söylemlerini hem de genel olarak muhalefeti güçlendirebilirler. Bunun yerine, onlar sessiz kalmaları için baskı yapılıyor.⁹⁸

Dandaker'a göre gözetim kavramı kişiler ve metalar ile alakalı enformasyon toplamayı ve bunları daha sonra işlemek amacıyla depolama faaliyetidir. Bu toplama ve saklama işlemi, kişiler ve metalar hakkındaki bilgi ve bilgileri saklama gücüne giden aşamaları yaratmıştır. Gözetim aynı zamanda gücün bireyler ve metalar hakkında enformasyon üretmesi ve insanların davranış ve yaşamlarını bu enformasyona göre şekillendirmesi için kritik bir role sahiptir. Bu şartlar altında gözetim faaliyetleri, insanların sağlık kayıtları, üzerlerine tanımlanmış her türlü numara vb. uygulama vasıtası ile yapılabilmektedir. Kısaca, insan bu tür teknolojik kayıt ve adlandırılmalar ile bir enformasyon yaratır ve ardından kişileri bir bilgi nesnesi haline getirerek güce boyun eğmeleri sağlanır.⁹⁹

Lyon, gözetimi sosyolojik perspektif de moderniteden başlatmış ve modernitenin karakteristik bir özelliği olarak görmüştür. Daha önce hiçbir toplumsal örgütlenmede yönetici sınıf, insanların gündelik hayat rutinine bu kadar yoğun nüfuz edememiştir. Hatta moderniteyle birlikte gözetim, bu rutinlerden de öteye geçmiş ve toplumdaki her bir birey kendi kendini disipline ederek toplumsal örgütlenmenin ve düzenin birer taşıyıcısı haline gelmiştir. Modern toplumlar toplumu düzene sokmanın, eski toplumların geleneksel yöntemlerinin aksine, rasyonel bir aracını geliştirmişlerdir. Modern toplumlar, zoraki yaptırımlar ve katı kısıtlamalar yerine, toplumu düzene sokacak bir dizi disipline edici uygulamalar kullanmışlardır. Gözetimi modernite sürecine eklemleyen ve tüm gözetim süreçlerinde ortak olan bazı noktalar vardır. Bunlar: Rasyonelleştirme, teknoloji, sınıflandırma, bilgililik ve aciliyettir. Bu özelliklerden ilk ikisi sınıflandırmayı kolaylaştırmaktadır. Bilgililik, sınıflandırılan öznelerin, bunun farkında olmaları ve çoğu zaman bilinçli şekilde bu sürece katılmalarıdır. Aciliyet ise ahlaki panik yaratılarak, daha basit çözümler üretilebilecek olaylarda insanların daha kapsamlı gözetim önlemlerini kabul etmeleridir. Bu noktalar ve özellikle de aciliyet kavramı, aynı zamanda, aciliyet hissini uyandıran, risk ve kriz yönetiminin en üst düzeye çıktığı, hızın önem kazandığı kapitalist dünyanın kar

⁹⁸Selin Bitirim Okmeydan. Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: 'Panoptikon' dan 'Sinoptikon' ve 'Omniptikon'a. *Academic Journal of Information Technology*. 8 (30), (2017)

⁹⁹ Christopher Dandaker. *Surveillance, Power, and Modernity: Bureaucracy and Discipline from 1700 to the Present Day*. (New York: St. Martin's Press, 1990.)

arzusundan kaynaklı, daha fazla verimlilik ve üretim elde etmeye yönelik bir durumunu da ifade etmektedir.¹⁰⁰

Staples'a göre, postmodern dönemde gözetim iki temel belirleyici özelliğe sahiptir. Bunlardan ilki, gündelik hayatın denetim kültürüne dayalı olarak düzenlenmesidir. Staples bunu 'iktidarın özenli ritüelleri' olarak tanımlar. Yani bir hizaya sokmak, sapmaları engellemek, cezaları artırmak amacıyla gerçekleştirilen güvenlik denetimleri, sınır kontrolleri, kapalı devre kamera sistemleri gibi uygulamaların tüm hayata yayılışını ve sıradan uygulamalar haline gelişini ifade eder. Diğer özelliği ise, önleyici olmasıdır. Yani, olaydan sonra harekete geçmektense çoğunlukla olayın sonucunu öngörüp müdahaleci bir tavır takınılan bir süreci anlatır. Gözetim sabit ve kapalı fiziksel alanları aşmakta; iktidarın işlediği bölgelerin dışına taşmakta ve hareketli ortamları da özel alanları da kuşatacak şekilde akışkan bir hale gelmektedir¹⁰¹

Staples modernite sonrası gözetimin bu özelliklerini çağdaş, yeni ve özgün sosyal, kültürel ve ekonomik yaşama alışkanlıklarını kapsayan çağdaş dönemin bir ürünü olarak adlandırmaktadır. Bu nedenle, modern sosyal kontrol tekniklerinden farklılaştıran en az dört tanımlayıcı özelliği içerir. Bu dört özellik şunlardır ¹⁰²:

- Gün geçtikçe artan teknolojiyi baz alarak sistematik, otonom ve bazen anonim olarak gerçekleşir ve yapılan her işlem kayıt altında tutulur.
- İnsan bedeninin yapısını, diğerleri ile olan farklılıklarını izleyebilir, değerlendirebilir ve düzenlenebilir bir nesne haline getirir.
- Geliştirilen teknikler yerelleşebilir ve sıradan hayat içinde kendine yer bulabilir.
- Yerel veya genel sadece genel geçer 'sapkınlık' ya da şüphesi değil, daha büyük çaplı toplulukları da analiz etmeyi başarır.

Gözetim bilimci David Lyon tarafından hazırlanan Gözetim Çalışmaları isimli yayında gözetimin yapısı ile ilgili;

“Gözetim olgusuna dair tarihsel sürecin sonunda gözetim, her şeyin ötesinde, yönetim, üretim, güvenliğin sağlanması, pazarlama ve eğlence sektörünün temelini oluşturan enformasyon

¹⁰⁰ David Lyon, *Surveillance After Snowden*, (New York: Polity Press. 2015).

¹⁰¹ William G. Staples, *Everyday Surveillance: Vigilance and Visibility in Postmodern Life*, (Second Edition. Plymouth: Rowman and Littlefield 2013)

¹⁰² William G. Staples, *Everyday Surveillance: Vigilance and Visibility in Postmodern Life*, (Second Edition. Plymouth: Rowman and Littlefield 2013)

*altyapılarının bir sonucudur. Dolayısıyla, daha fazla verimlilik, kar ve güvenlik kaygısı gibi gerekçelerle kişisel verilerin toplanmasını içermektedir.*¹⁰³

4.2. Yeni Medya ve Gözetleme

Gözetim ile ilgili olarak bu uzun girişi yaptıktan sonra, dijital gözetim kavramına değinmek gerekmektedir. Yukarıda ifade edildiği üzere kamusal alan giderek sosyal medya mecraları üzerinden kendisine yeni bir alan bulma eğilimindedir. Buna karşın gözetim olgusu da kendisine yeni medya mecraları üzerinden bir alan açmaya başlamıştır. Bu durum bir metafor ile izah edilmeye başlanmıştır. Açıktır ki Foucault tarafından ileri sürülen panoptikonda belirli bir azınlık, iktidar elitleri, çoğunluğu izlemekte, onları gözetim altında tutarak belirli bir kalıp içerisinde hareket etmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Fakat günümüzde, dijital dünyada çoğunluk, takibi altına aldığı belirli bir azınlığı izlemektedir. Bu durum ise *sinoptikon* olarak ele alınan yeni bir kavram ile karşılanmaktadır. Kavramın Mathiesen tarafından teklif edildiği görülmektedir (Mathiesen, 1997: 219).¹⁰⁴

Bugünün bilgi iletişim teknolojileri vasıtasıyla insanlar ellerindeki teknik imkânlar dolayısıyla arzu ettikleri bilgiye kolayca ulaşabilmektedir. Bilgi ise modern toplumda iktidar ile iç içedir; birbirine eklemlenmiş vaziyette bulunmaktadır. Dolayısıyla bilgi ve gözetim, medya üzerinden hareket etmektedir. İnsanlar birbirlerinin hayatını an be an ve rahatlıkla takip ettiklerinden birbirleri karşısında iktidar pozisyonunu sahiplendikleri gibi bir durum söz konusudur. Fakat tek farkla ki gözetilenin bu noktada aktif bir rolü bulunmaktadır. Kendisi, çoğu zaman, gönüllü bir şekilde gözetlenmeye rıza göstermektedir.¹⁰⁵ Sinoptikon süreci içerisinde bireyler, bulundukları ortamdan ayrılmaksızın dijital bir alan içerisine sürüklenmektedir. Bu alan içerisinde kendileri başkasının hayatını gözetleme kabiliyetini elde ettiği gibi kendi hayatlarını da alenileştirmektedir. Bu açıdan küresel bir olgu olarak ifade edilmektedir. Bu açıdan panoptikon ile sinotikon arasında büyük bir farklılık ortaya çıkmaktadır. O da şudur ki panoptikonda gözetleyici, gözetleme alanını kendisi inşa

¹⁰³ David Lyon, *Gözetim Çalışmaları: Genel Bir Bakış*, (Çev: Ali Toprak, İstanbul, Kalkedon Yayınları 2013).

¹⁰⁴ Thomas Mathiesen, “*The Viewer Society, M. Foucault’s Panopticon Revisited*”, (Sage Publications, London, 1997)

¹⁰⁵ Selin Bitirim Okmeydan. Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘*Panoptikon*’ dan ‘*Sinoptikon*’ ve ‘*Omniptikon*’ a. *Academic Journal of Information Technology*, 2017

eder ve gözetlenenleri belirli bir güç kullanarak burada toplar. Buna karşın sinoptikonda tamamen insanlar izlemek maksadıyla bir alana yönelir; kışkırtılır.¹⁰⁶

Sinoptikon temelde çoğunluğun azınlığı gözetmelesi olarak, bilhassa TV programları ile gündeme gelir. Bilhassa insanların ilgisini çeken reality Showlar dolayısıyla insanlar TV ekranlarına kilitlenir; sıradan insanların sıra dışı ve ilgi çekici davranışlarını takip eder. Bu açıdan sinoptikon bir yönüyle kamusal alanın da aşınmasıdır.¹⁰⁷

Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte yeni bir kavram daha ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu kavram ise *omniopicon* olarak ifade edilmektedir. Kavram Rosen¹⁰⁸ tarafından geliştirilmiş bir kavramdır. Bu kavram, yazar tarafından, Facebook gibi sosyal medya mecraları değerlendirilerek geliştirilmiştir. Bu kavram ise bugün gözetimin dönüşümünü ifade etmektedir. Rosen¹⁰⁹, 2004 yılında yayımlanan eserinde bu kavramı internetin gelişmesinin sosyal gözetim olgusuna olan etkisi ile birlikte değerlendirirken geliştirmiştir. Yazara göre internetin sonuçlarından biri, insanların anlık olarak gözetlenebilir hale gelmesidir.¹¹⁰

Buna göre ne çoğunluk azınlığı takip etmektedir ne de azınlık çoğunluğu takip etmektedir. Bu kavram, potansiyel olarak herkesin herkesi takip ettiği bir gözetim anlayışını ifade etmektedir. Öyle ki anne çocuğunu, çocuğu da anneyi gözetleyebilmektedir. Aynı şekilde ünlüler halkı, halk da ünlüleri gözetleyebilmektedir. Siyasetçiler halkı, halk da siyasetçileri, işçiler patronu, patron da işçileri gözetleyebilmektedir (Kalaman, 2019: 576). O halde gözetimin potansiyel aktörleri değişiklik gösterdiğine göre gözetimin amaçları da gözetleyene göre değişiklik gösterecek yeni bir form elde etmiş olacaktır. Bu durumda, örneğin ticari işletmeler açısından sosyal medya araçları vasıtasıyla gözetleme, gelirini arttırmak ve müşteri davranışları hakkında bilgi edinmek maksadını taşıyacak iken iktidar

¹⁰⁶ A. Cevdet Aşkın, Dijital Gözetim Toplumu Bağlamında Sosyal Ağlara Eleştirel Bir Yaklaşım, *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* (İSAÜİÇDER); 10(22): 261-281, 2022

¹⁰⁷ Nilay Kocabay Şener. Eğlencenin Gözetleme Hali ya da Eğlence Endüstrisinde Görünen ve Gören Olman, *TRT Akademi*, 1 (1), 50-70.(2016)

¹⁰⁸ Jeffrey Rosen. *The Naked Crowd Reclaiming Security and Freedom in an Anxious Age*. (USA: Random House 2004).

¹⁰⁹ Jeffrey Rosen. *The Naked Crowd Reclaiming Security and Freedom in an Anxious Age*. (USA: Random House 2004).

¹¹⁰ Sefer Kalaman. Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 26 (2): 575-594., (2019)

tarafından gerçekleştirilecek olan gözetim kamu güvenliğini sağlanması amacıyla topluma zararlı içerikleri üretenlerin tespit edilmesi amacını taşıyacaktır.¹¹¹

Diğer yandan, dijital gözetim süreci ile birlikte iktidar olgusu da bir dönüşüm yaşamış görünmektedir. Modern medya, bireylerin eğlence ve haz ihtiyaçlarını gidermeyi amaç edindikleri bir kullanım alanı sunmaktadır. Bu durum temelde post-modern toplumun öne çıkan bir özelliği olarak da dikkat çekmektedir. Bu noktada iktidar da denetim işlevini bu iki temel unsur üzerinden, eğlence ve haz üzerinden tatbik etmektedir. Panoptikon sürecinde iktidar izleyen ve görünmez olandı. Fakat omniptikon sürecinde iktidarın görünmez olmasının yanı sıra aynı zamanda bilinmez olana evirildiği de söylenebilir. Bunun temel nedeni, bireylerin kendilerinin görünür olmaya aşırı teşne olmalarıdır. Bundan haz alan bireylerin denetlendiklerini görmezden gelmeleri, çoğu zaman ise bunu fark etmemeleri söz konusudur. O halde gözetleyen ve gözetlenen arasında asimetrik bir ilişki de kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.¹¹²

Sosyal medya mecralarında kendi kimliğini, yaşantısını ve özel alanını aşikâr eden birey açısından, kendisini gözetleyen kimliğini ya da an itibarıyla varlığını bilememe durumu esasında gözetlemenin temel mantığı gereği oto-sansürü netice verecektir. O halde sosyal medya mecralarında da baskı unsurunun olduğu söylenebilir. Bu asimetri o kadar belirgin ve şaşırtıcı bir suretle seyretmektedir ki bireyler gözetlendiklerini fark ettikleri durumlarda dahi bunu umursamama yolunda bir irade ortaya koyabilmektedir. Bu ilişkidir ki panoptikonda zorla tatbik edilen gözetleme olgusunu görünür olma arzusundan mütevellit iradi bir gözetime dönüştürmüş olmaktadır.¹¹³

4.3. İktidar Kavramı ve Gözetim

Bireyin toplumsallaşmasıyla beraber iktidar ve iktidarın etkisi önemli bir kavram olarak ele alınmıştır. İktidarın tanımı ve etkisine dair birçok kuramcı farklı bakış açıları ile kavramı analiz etmişlerdir. Her ne kadar değişik dönem ve şartlarda iktidar kavramı

¹¹¹ Sefer Kalamani, Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 26 (2): 575-594.

¹¹² Selin Bitirim Okmeydan, Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’ dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *Academic Journal of Information Technology*. 8 (30).

¹¹³ Selin Bitirim Okmeydan, (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’ dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *Academic Journal of Information Technology*. 8 (30).

ele alınmışsa da bilginin önemli bir rol oynaması ortak bir payda olarak karşımıza çıkmaktadır.

Purdy'e göre bilgi olmadan iktidardan bahsetmek mümkün değildir. Çünkü iktidar kavramı aynı zamanda bir mücadele sahasıdır ve bu mücadeleyi kazanmak için toplumun kalan kısmını iyi tanımak ve etki alanına sokabilmek için bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bilgiye ulaşmanın en işlevsel yolu ise gözetim faaliyetlerinden geçmektedir.¹¹⁴

18. ve 19 yüzyıldaki gelişmelerle birlikte iktidar anlayışı cezalandırmanın gözetlemeye göre daha etkisiz ve verimsizdir. Bu yeni iktidar anlayışıyla birlikte, sadece kurumsallaşma ve rejim değişiklikleri ile iktidarın sınırlandırılmayacağı ortaya çıkmıştır. İktidar, bireyin her türlü davranışını, söylemini ve yaşamını etkilemeli ve kontrol altına almalıdır.¹¹⁵

Friedman'a göre siyasal iktidar meşrulaştırılmış güç kullanma kabiliyeti olan yapıdır. İktidar her türlü baskı oluşturma, ikna edebilme ve rıza oluşturma uygulamalarını gerçekleştirebilecek kapasitesine sahiptir. İktidar, bireyler üzerinde nüfuzunu etkin bir şekilde kullanan, kendisine tabi kılan ve boyun eğdiren bir organizasyondur. İktidar karşısında hiçbir denk ve eşit yapıya izin vermemesi iktidarın otoritesinin sürdürebilmesi için önemlidir.¹¹⁶

Totaliter rejimler ve siyasi organizasyonlar günümüzde bile varlığını sürdürmüş kimi zaman da büyük toplu kısımlara neden olmuştur. Bu baskıcı yönetimler, kısıtlama ve şiddeti bir yönetim aracı olarak kullanmıştır. İktidar oluşturma en etkili yolu bu tarz medeni olmayan yöntemlerin verdiği acı ve korku gibi görünse de temelde bireylerin karar alma süreçleri üzerine olan etkisi daha büyüktür. Yaratılan bu algı çalışması sonucunda toplumun ortaya çıkaracağı her fikir ve hareket aynı zamanda egemenlerin ve iktidarın filtre ve süzgeçlerinden çıkmış bir ürün olacaktır. Bu güç insanların her zaman insanların tepesinde bir sopa olduğu ve iktidarın istediği yerde ve zamanda bu sopayı kullanabileceği anlamına da gelmektedir. Ancak bu durum her iktidar yapısı için aynı ve eşit şartta olması mümkün değildir. Sivil toplumun özgürleşmiş ve

¹¹⁴ Simon Purdy, Surveillance, Knowledge and Inequality: Understanding Power Through Foucault and Beyond, The Hilltop Review, 8-1,2015.

¹¹⁵ Michel Foucault, *İktidarın Gözü*, (Ayrıntı Yayınları, İstanbul,2012)

¹¹⁶ Jonathan Friedman, Being in the World: Globalization and Localization. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 311-328.

demokratikleşmiş olduğu yönetimlerde totaliter devletlerin sopası yerine demokratik yönetimlerde propaganda yer almıştır. Totaliter rejimlerdeki şiddet ve baskı uygulamalarının yerine demokrat toplumlarda rıza ve ikna kurma zemininde yerleşmiş bir meşruiyet sağlama yoluna gitmişlerdir.¹¹⁷

İktidarın, meşruiyet kazanma ve rıza yaratma faaliyetleri ile egemen ideolojinin ilişkisine değinmek gerekirse Gramsci'nin Hegemonya kavramına başvurmak gerekmektedir. Yetiş, hegemonya kavramını '*kapitalist toplumsal formasyonlardaki egemenlik ve iktidar süreçlerini anlamak amacıyla kullanılan önemli bir kuramsal araç*' olarak tanımlamaktadır. Hegemonyanın yapısında rıza ve uzlaş büyük öneme sahiptir.¹¹⁸

Gramsci'nin 'Hapishane Defteri' isimli eserinde tanımladığı ve hegemonya kavramı siyasal iktidarın bakış açısından kendiliğinden oluşan bir rıza olarak anlamlandırılmıştır. Basitleştirilmiş haliyle güç ve gücün ilişkili olduğu somut biçimleri analiz etmek için kullanılan terim halen tartışmalı bir kavram olarak literatürde yer almaktadır.¹¹⁹

Gramsci yaptığı tanımlamada Lenin'den esinlendiği kavramı Lenin gibi sadece siyasi bir düzlemde tutmamıştır. Ona göre Hegemonya sosyo-politik bir uygulama olarak görünmektedir. Hegemonya aynı zamanda kültürel, ekonomik ve ilahi bir zemine yayılmış bütünsel bir sistemdir. Hukuk ve içtihatlar gibi eğitim sistemi, din, mimari vb. birçok öge de hegemonyanın rıza dayatması ve meşruiyet oluşturma çabası vuku bulmaktadır. Aynı zamanda hegemonya stabil bir pozisyonda değil gün ve gün değişen, kendini yenileyen bir yapıya sahiptir.¹²⁰

Kavramsal olarak hegemonya ve tahakküm bir tezat yaratsa da öz itibarlarıyla zorlama ve rıza, tahakküm ve hegemonya birlikte yer almaktadır. Kurumların baskılarına karşı iktisadi ilişkilerin yeniden yapılandırılmasını sağlayan hegemonya, dayattığı zorlamayı görünürlükten uzaklaştırıp gerektiğinde direnenlere karşı düzeni sağlamak,

¹¹⁷ Noam Chomsky, *Medya Denetimi*. (Çev. Elif Baki, İstanbul: Everest, 2008)

¹¹⁸ Mehmet Yetiş, *Antonio Gramsci ve İtalya'da Fabrika Konseyleri Dönemi: 1919-1920" Eski Dünya Savaşı Arasında Avrupa ve Balkanlar*, (Aybay, İstanbul,1994).

¹¹⁹ Antonio Gramsci, *Hapishane Defterleri*, (Çev. Kenan Somer, Ankara: Aşina,2009)

¹²⁰ Ayhan Biber ve Eda Turancı, *Toplumsal Şeytan Üçgeni: İktidar, Hegemonya ve Propaganda*. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (21), 28-41. 9, 2014.

korumak ve baskı kurmak için (örneğin ordu ve silahlı kuvvetler) pasif halde tutabilir.¹²¹

Hegemonya birçok farklı düzlemde kendini gösterebilme kapasitesine sahiptir ama her durumda da kendi meşruluğunu sağlama zorunluluğunu da beraberinde getirir. Politika ve irade başat aktör olsa da toplumun gücü kabul edip içselleştirmesi için meşruiyetini kanıtlamakla etkinliğini sağlayabilir. Örnek vermek gerekirse Fransız İhtilalinde ekonomik gücü elinde bulunduran burjuva sınıfı her ne kadar kentli ve köylü işçi sınıfını arkasına alıp bir blok oluştursa da devrimden sonra bunun yeterli olmadığı ortaya çıkmıştır. İhtilalin arkasında kültürel, ideolojik ve ahlaki eksikliklerin var olması, meşruiyetin sorgulanıp bu alanlarda yeni düzenlemelere gidilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır.¹²²

Gramsci, hegemonya kavramını ortaya atarken iki önemli kavrama da yer vermiştir. Bu kavramlardan ilki olan üst yapı, hegemonyanın temel dayanakları olan hukuk, siyaset ve din gibi bireyin ve toplumun her kesimini içine alan soyut ama büyük bir etki gücüne sahip olan unsurlardır. Yapı ise üst yapı kadar karmaşık ve uyumsuz olmayan başta gündelik ekonomik düzen olan daha basit ve somut faaliyetlerdir.¹²³

4.4. Dijital Gözetlemede Oto Sansür

Genel anlamıyla oto sansür TDK'ye göre kişinin veya kurumların kendini kısıtlama halidir. İletişim Bilimcisi Brown ise oto sansürün tanımını ise bireyin konuşmaya meyilli olduğu halde konuşmamaya karar verme eylemi olarak yapmaktadır. Bu durum herhangi bir motivasyonla bilinçli veya bilinçdışı olarak yapılabilir. Hükümetlerin ve yönetimlerin aşırı gözetim uygulamaları kitleleri kendine ket vurmalarına teşvik ederek ifade özgürlüğünü kısıtladıkları söylenebilir. Gözetimin artmasıyla birlikte bireyler ve topluluklar muhalefet etmekten kaçınacaklardır aynı başkalarının yanında onlar hakkında olumsuz konuşmaktan çekindikleri gibi.¹²⁴

¹²¹ A. Baran Dural, "Antonio Gramsci ve Hegemonya", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2012.

¹²² Antonio Gramsci, *Aydınlar ve Toplum*, (Can, İstanbul, 1967)

¹²³ A. Baran Dural, "Antonio Gramsci ve Hegemonya", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2012.

¹²⁴ Emily Brown, *Seen and Not Heard, Surveillance, Technology, and the Normalization*, (Haverford College April 22, 2013)

Lyon'a göre modern toplumlar gün geçtikçe daha fazla izlenmekte ve faaliyetleri belgelenmektedir ardından sosyal normlara uygun topluluklar yaratmak amacıyla sınıflandırılmaktadır. Foucault'un Panoptikonunun bireylerin kimin ne zaman ve nasıl izlendiğinin farkında olmayışları günümüzde kendi Panoptikonlarının farkında olan bireyler için bir paranoya oluşturabilmektedir. Lyon'un Elektronik Göz adlı çalışmasında bu durumun gözetleme teknolojilerinin hayatın her yanını kapsadığı sürece giderek daha fazla artacağını ifade etmektedir¹²⁵.

Teknoloji sayesinde yapılan tüm gözetim faaliyetlerin amacı ise iyi düzenlemiş bir toplum modeline doğru toplumun itilmesidir. Bu normalleşme çabası sayesinde Panoptikon, disipline etme uygulamalarına direnenler veya disipline karşı gelenler yalnızca anormalliklereler den ibaret değil bireyleri ve onların eylemlerini etkileyen yaygın bir sistemdir. Foucault, Bentham'ın panaoptikonunu yalnızca felaketlerle dolu bir toplum için uygun bir metafor değildir. Bir gözetim toplumunda normalleşme sürecine karşı çıkan bireyler diğerleri tarafından sapkın, suçlu ve anormal olarak görülebilmektedir. Bu duruma karşı panoptikonun içindeki kişiler yaşamının her anında olduğu gibi mahremiyet ihlallerini göz ardı etmeli ve gözetime boyun eğmelidirler.¹²⁶

Gözetim toplumunda ifade özgürlüğü kavramı topluluğun kural ve tanımlamalarıyla normatif bir güç etkisi yaratmaktadır. Bu etki ifade özgürlüğü üzerinde caydırıcı bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle Foucault'ya göre, Panaptik bir toplumda farklı olanları bastırma doğrudan sansür uygulamaları geliştirilerek veya muhalifleri cezalandıran bir sistemden çok daha etkilidir. Oto sansürün normalleştirilmesi, ifade özgürlüğü üzerinde doğrudan sansür kullanmaktan daha etkili bir şekilde caydırıcı bir etki yaratabilir. Gözetim devletinin her bireyin konuşmasına mutlak bir kısıtlama getirmesi imkansızdır. Bu nedenle, "bireysel davranışın çok daha ayrıntılı bir şekilde kontrol edilmesini", başka bir deyişle oto sansürün yaygınlaşmasını sağlayan bu güç ağlarını kurmak onlar için çok daha etkilidir.¹²⁷

¹²⁵ David Lyon, *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. (University of Minnesota Press, 1994)

¹²⁶ David Couzens Hoy, *Foucault; A Critical Reader*, (New York; Basil Blackwell LTD, 1986)

¹²⁷ Michel Foucault, *İktidarın Gözü*, (Ayrıntı Yayınları, İstanbul,2012)

Günümüz medyasında ortaya çıkan farklı iletişim platformlarında gözetimin yarattığı etken değişik şekillerde de kendisini göstermektedir. Her ne kadar dijital kamusal alanda izlenme riski eşit olarak dağıtılmışsa da kullanıcılar açısından konuşmanın türü ve platformun yapısı bu izlenme durumunu algısını değiştirebilmektedir. Bu durumun en çok gözüktüğü yapılar kullanıcılara mahremiyet algısının yaşatıldığı iletişim mecralarıdır. Örneğin, kullanıcının iletişim aktivitesini özel bir e postada gerçekleştirmesi ile herkese açık bir sosyal medya platformunda gerçekleştirmesi arasında büyük bir fark mevcuttur. Aslında, kamuya açık konuşma ile özel konuşma arasında neyin uygun olduğuna dair farklı standartlar, oto sansürün normalleşmesinin ilk aşamalarını temsil etmektedir. Başka bir deyişle, oto sansür, insanlar tarafından kamuya açık bir forum olarak algıladıkları bir ortamda konuşurken sıklıkla uygulanmaktadır. Gözetime tolerans, somut bir kaynağı olmayan ancak somut yollarla, yani otosansürün normalleştirilmesiyle ortaya çıkan sosyal bir olgudur. Yayılmasından sorumlu tutulacak bir birey ya da güç organı yoktur. Bunun yerine, Foucault'nun iddia ettiği gibi, iktidar öznesi olmayan bir niyetlilik olarak dolambaçlı şekillerde uygulanmaktadır.¹²⁸

¹²⁸ Derina R. Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, Strategic communication: Pillars and perspectives of an alternative paradigm. İçinde K. Sriramesh, A. Zerfass, & J. Kim (Eds.), *Public relations and communication management: Current trends and emerging topics* (ss. 283– 302). (New York: Routledge,2013)

5. DİJİTAL MODERASYON VE REGÜLATİF TARTIŞMALAR

5.1. Moderasyon Kavramı ve İşleyişi

Günümüzde, 2023 yılı itibariyle, global nüfusun yüzde 60'ı sosyal medya platformlarına katılmış ve bu platformlar hem üretici hemde tüketici olarak yer almaktadır. Bu yüzde, sayısal olarak 4,9 milyar tekil kullanıcıya karşılık gelmektedir. Dolaylı yollardan sosyal medya platformlarından içeriklere maruz kalan nüfus ise 5,8 milyar kişiye kadar ulaşmaktadır¹²⁹. Bu platformların en fazla sayıda kullanıcıya sahip olanı 3,3 milyar ile Facebook oluşturmaktadır. Bir mikro blog platformu olan Twitter ise 450 milyon kullanıcı ile 15. en kalabalık sosyal medya uygulaması olarak listede yer almaktadır.¹³⁰

Moderasyon sürecinin ana malzemesi olan gönderileri oluşturan 5,8 milyar kişi ve tekil kullanıcılar dışında kalan haber- yayıncılık hesapları, kurumsal ve ticari hesaplar; her gün milyarlarca gönderiyi sosyal medya atmosferine dahil etmektedir. Bu içerikler sadece yazılı bir metin halinde olabileceği gibi resim, ses ve video içeriklerinde veya tüm bu türlerin karışımından oluşmuş bir mesaj halinde de var olabilir.

Gönderilerin ve paylaşımların yanında diğer kullanıcılar tarafından dolaylı yoldan etkileşim halinde olan profil resmi, yorum ve beğeni-beğenmeme butonları gibi araçlarla da kullanıcılar kendilerini bu platformlarda ifade edebilir.

Bahsi geçen bu içerikler insanları yani sosyal medya platformlarının hedef kitlesini memnun ve keyifli vakit geçirmesini sağlamak zorundadır. Aksi halde bu platformlar kullanıcılarını kaybetme riski ile baş başa kalabilirler. Kullanıcılar sosyal medya platformlarının hem müşterisi hemde satın alıcısı rolündedirler. Açıklamak gerekirse

¹²⁹ Rohid Shewale, Social Media Users — Global Demographics (2023), <https://www.demandsage.com/social-mediausers/#:~:text=There%20are%204.9%20billion%20social,platform%2C%20with%203.03%20billion%20users.,> [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹³⁰ Rohid Shewale, Social Media Users — Global Demographics (2023), <https://www.demandsage.com/social-mediausers/#:~:text=There%20are%204.9%20billion%20social,platform%2C%20with%203.03%20billion%20users.,> [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

sosyal medya uygulamaları gelirlerinin başlıcaları; uygulama aidatları, kullanıcılarını maruz bıraktıkları reklam alanları geliri ve kullanıcıların kişisel bilgilerini ikincil şirketlere satışından oluşturmaktadırlar.¹³¹

Sosyal medya şirketleri ellerinde bulunan bu muazzam içerik yumağını diğer kullanıcıların ilgisini çekebilecek ve platformda daha uzun süre vakit geçebilmelerini sağlamak amacıyla kategorize etmek yoluna gitmektedir.¹³² Bu kategorizasyon, moderasyon sürecinin de ilk aşamasını oluşturmaktadır. Kullanıcıların paylaşımlarını türlere ayrılması, örneğin; gezi, moda ve yemek gibi, diğer kullanıcıların daha önceki deneyimlerinden faydalanarak benzer içerikleri maruz bırakılması açısından kritik bir rol oynamaktadır. Milyarlarca içeriğin katagorizasyona dahil olmayan kısmına dahil olmayan bir kısım içerik de mevcuttur. Bu içerikler herhangi bir konuda veya başlık altında değerlendirilmeyecek olan ama topluluk kurallarına aykırı bir unsur oluşturmayan içerikler ve direkt olarak topluluk kurallarına uymayan içerikleridir.

Çalışmamız Topluluk kurallarına uymayan içerikleri odak noktası olarak ele aldığı için moderasyon sürecinin bu kurallara uymayan paylaşımlara göre nasıl işlediği konusunda süreci ele alacaktır. Örnek sosyal medya platformu olarak ele aldığımız Twitter uygulamasının yaptığı moderasyon sürecini öngörerek de işleyiş açıklanmaya çalışılacaktır.

5.1.1. Moderasyon Sürecinin Unsurları

5.1.1.1. Kullanıcılar

Kullanıcılar platformda hem bir içerik üretici hemde bir içerik tüketicisi olarak yer almaktadır. Bu duruma üretkeci davranış ismi de verilir. Twitter platformunda günde yaklaşık yarım milyar içerik dolaşıma sokulmaktadır.¹³³ Bu ekosistem içinde aynı zamanda moderasyon sürecinin içinde olan kişiler, şirket yöneticileri ve sosyal medya

¹³¹ Cannibalsdigital.com, How do Social Media Companies Make Money?, <https://cannibals.digital/how-do-social-media-companies-make-money/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹³² Tafesse & Wien, A framework for categorizing social media posts, Cogent Business & Management (2017)

¹³³ David Sayce, The Number of tweets per day in 2022, [https://www.dsayce.com/social-media/tweets-day/#:~:text=Every%20second%2C%20on%20average%2C%20around%206%2C000%20tweets%20are%20tweeted%20on,200%20billion%20tweets%20per%20year.](https://www.dsayce.com/social-media/tweets-day/#:~:text=Every%20second%2C%20on%20average%2C%20around%206%2C000%20tweets%20are%20tweeted%20on,200%20billion%20tweets%20per%20year.,), [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

platformunun resmi yayın ve duyuru hesapları da yer almaktadır.¹³⁴ Diğer bir deyişle sosyal medya platformuna dahil olan her hesap, kullanıcı pozisyonundadır.

5.1.1.2. İşaretçiler

Sosyal medya platformunda yer alan kullanıcılar, her içeriğe karşı sadece bir izleyici ve tüketici olarak ele almazlar. Beğeni ve beğenmeme gibi emojiler, takip- takipten çıkarma ve-vaya yorumlar ile etkileşim haline de geçme hali de söz konusu olabilir. Eğer ki kullanıcılar tükettikleri içeriklerden rahatsızlık duyuyorsa bunu yalnızca beğenmeme ve takipten çıkarma gibi tepkilerin haricinde içeriğin platformdan çıkarılması veya kullanıcının platformdan atılması için şikâyet de edebilmektedir. Birçok sosyal medya platformunda yer alan bu işleyiş şirketlerin kendi moderasyon ekip ve yapılanmasının yanında kullanıcılar bireysel tavsiyeleri ile de katkı sağlamasının önünü açmaktadır. Bu işaretçiler sosyal medya platformundan herhangi bir mali getiri sağlamamaktadır.

Twitter 25 Nisan 2023 tarihinde kendi blogunda yayınladığı şeffaflık raporunda, 1 Ocak 2022- 30 Haziran 2022 tarihleri arasında 5.096.272 kullanıcı profili hakkında değerlendirme yaptığını ve bu hesapların 1.618.855'ini platformundan çıkardığını duyurmuştur. Bununla birlikte Twitter platformu tarafından, 6.586.109 paylaşımın topluluk kurallarını ihlal ettiği gerekçesiyle dolaşımdan kaldırdığı kamuoyu ile paylaşılmıştır.¹³⁵

Kullanıcıların arasında yer alan bu işaretçileri üç kategoride tanımlayabiliriz.¹³⁶

5.1.1.2.1. Süper İşaretçiler

Süper İşaretçiler: Daha önce yaptığı birden fazla bildirimin doğruluğu göz önünde bulundurularak seçilmiş tekil veya grup halinde bulunana işaretçilerdir.

5.1.1.2.2. Deneyimsel İşaretçiler

Deneyimsel İşaretçiler: Özellikle belli bir konu çevresinde daha önce bu konudan mağdur edilmiş kullanıcıların, hakaret ve şiddet içerikleri gibi, organize olarak

¹³⁴ Elon Musk Twitter Profili, <https://twitter.com/elonmusk>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹³⁵ Blog Twitter, An update on Twitter Transparency Reporting, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2023/an-update-on-twitter-transparency-reporting, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹³⁶ Tarleton Gillespie, *Custodians Of The Internet*, (Yale University Press, 2018)

oluşturdukları yapılarla içerikleri platformlara bildiri sağlayan işaretçilere denir. Bu işaretçiler organize yapıları sayesinde illaki kendi hesaplarından şikâyet etme şartı taşımamaktadır. Organizasyondaki diğer üyelere bildirim yaparak bu işaretleme sürecinin bir parçası olabilirler.

5.1.1.2.3. İşaretçiler

Bireysel hesaplarından şikâyetinde bulunan tüm kullanıcıları içerisinde bulunduran kümenin ismidir.

5.1.1.3. Topluluk Yöneticileri

Her sosyal medya platformunun kendine has yapısı vardır. Bazı platformlar kullanıcıları ilgi alanları ve başlıklar halinde gruplandırabileceği gibi bazı platformlar bu gruplandırmaları gerçekleştirmeden içerisinde bulunan kullanıcıları tekil halde bulundurma yoluna gidebilir. Özellikle Facebook gibi dünyanın en büyük sosyal medya ağı kullanıcılarını uygulamada daha çok vakit geçirme olanağı sağlamak amacıyla çeşitli gruplar kurmasına olanak taşımaktadır. Bu gruplar Topluluk kurallarına tabii olmak kaydıyla her türlü konuda ve başlıkta kurulabilir. Belli bir bölgede yaşayan insanlar, çiçek severler ve araba alım-satım gibi sınırsız konuda kurulabilecek gruplar, grubu kuran kişiler veya kişilerin aldıkları kararlar neticesinde diğer kullanıcılara açık veya kapalı görünürlükte olabilir. Ayrıca bu gruplar bir kişiden başlayarak her üyeye kadar yönetici atayabilir. Facebook'un topluluk kuralları kesinleşmiş bir üst çerçeve olarak kabul edilse dahi yöneticiler bu gruplar için farklı kurallarda koyma özgürlüğüne sahiptir. Bu kurallar gruplara üye olurken veya paylaşım olarak diğer grup üyeleri ile paylaşılabilir. Bu grupların yöneticileri, diğer kullanıcıların toplulukta paylaştığı içerikleri kaldırma, yorumları silme ve hatta kullanıcının gruptan uzaklaştırılması konusunda yetkinlikleri mevcuttur.¹³⁷

Bir grup oluşturma açısından Twitter temel blog yapısında bir topluluk oluşturmaya müsaade etmemektedir ama bir eklenti olarak ortaya koyduğu space odalarında insanlar anlık olarak adeta bir kahvehane sohbeti gibi sesli olarak gruplar halinde bulunabilmektedir. Bu konuşma odalarında, odayı açan kişi yönetici konumunda bulunmaktadır. Eğer isterse bu yöneticiliği başka kullanıcılarla da paylaşabilmektedir.

¹³⁷ Facebook Topluluk Blog, Yeni Grubunuzun Kurulması, <https://www.facebook.com/community/getting-started-with-groups/how-to-set-up-a-facebook-group/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

Diğer kullanıcılar her ne kadar konuşmalara dahil edilse de yönetici katılımcıları sessize alarak konuşmasını engelleyip sadece bir dinleyici pozisyonunda bırakabilir veya sohbet odasından kalıcı olarak atabilir.¹³⁸

5.1.1.4. Yapay Zekâ Araçları

Günümüzde birçok büyük ticari ve resmi organizasyon operasyonlarının verimini arttırmak ve dahilinde insan unsurunu aza indirmek için teknolojik gelişmelerin nimetlerinden faydalanmaktadır. Bu gelişmelerin son yıllardaki en büyük yeniliklerinden birisi de gelişmiş algoritmalar ve yapay zekâ ürünleridir. Sosyal medya şirketleri, platformlarında bulunan milyonlarca veriyi incelemek ve yönetmek için bu algoritmalar ve yapay zekâ ürünlerini kullanmaktadır. Bu kullanım alanlarından belki de en önemlisi moderasyon sürecinde alınan destektir.

Twitter platformu, kullanıcı deneyimini geliştirmek ve platformunun genel işlevselliğini geliştirmek için Yapay Zekâyı (AI) kullanmaktadır. Yapay zekâ teknolojisi, Twitter operasyonlarının ayrılmaz bir parçası halindedir. Şirketin büyük miktarda veriyi analiz etmesine, trendleri tespit etmesine ve kullanıcılarına kişiselleştirilmiş içerik sunmasına olanak tanımaktadır.¹³⁹

Twitter, makine öğrenimi ve yapay zeka uygulamalarını; duygu analizi, bot analizi ve sahte hesapların tespiti, görüntü sınıflandırması ve daha fazlası için kullanıyor.¹⁴⁰

Facebook platformunun küresel güvenlik yöneticisi Antigone Davis NPR sitesine verdiği röportajda yapay zekâ ürünlerinin platformlarında kullanımı hakkında ‘yapay zekâ sadece bir kişinin çevrimiçi ortamda ne yaptığını değil, arkadaşlarının nasıl tepkiler verdiğini de izleyerek çalışıyor. Örneğin, birisi canlı bir video yayınlamaya başlarsa yapay zekâ insanların videoya verdiği tepkiyi de anlayabilir. Birisi kendine zarar vermeye kalkarsa ‘lütfen bunu yapma’ ‘seni önemsiyoruz’ gibi yorumları video sahibinin kendine zarar verebileceği dair bize güçlü bilgiler verecek açıklamasından bulunmuştur. Ayrıca yine aynı mülakatta "Ayrıca, doğru acil durum müdahale ekibine ulaşabilmek için o kişinin konumunu belirlemeye çalışmak amacıyla

¹³⁸ Twitter Blog, Spaces are a brand new way to have live audio conversations on X, <https://business.twitter.com/en/blog/twitter-spaces-how-to-guide.html>, [Erişim Tarihi: 16.08.2023]

¹³⁹ TS2.com, How does Twitter use AI?, <https://ts2.space/en/how-does-twitter-use-ai/#:~:text=AI%20technology%20has%20become%20an,is%20through%20its%20recommendation%20system.&gsc.tab=0>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁴⁰ Tarleton Gillespie, *Custodians Of The Internet*, (Yale University Press, 2018)

konumla ilgili bir dizi bilgiyi koordine etmek için de yapay zekayı kullanabiliyoruz" diyor.¹⁴¹

5.1.1.5. Dış Kaynak Ekipleri

Facebook ve diğer rakip platformlar 2017'den itibaren hızlı bir şekilde gün ve gün artan içerikleri yönetmek için dış kaynak uzmanlarla çalışmaya başladı. 2020 yılına gelindiğinde Facebook içeriklerini 15000 kişi inceliyordu ve bu kişilerin çok büyük bir kısmını dış kaynak firmalar tarafından istihdam ediliyordu. Yaklaşık 10000 kişi YouTube ve Google'ın içeriklerini inceliyordu. Aynı yılda çok daha küçük ve şirket karı olarak daha az bir seviyede bulunan Twitter 'da 1500 kişi istihdam ediliyordu¹⁴².

Teknoloji dergisi The Awl'da Adrian Chen imzalı yayınlanan bir haberde, ismini gizli tutan bir dış kaynak moderatörü sistemin işleyişini

"Beyaz tahtaya karalanmış bir kategori listesi moderatörlere aradıkları başlığı hatırlatıyor: pornografi, vahşet, reşit olmayan kullanıcı, cinsel taciz, cinsel vücut parçaları/görselleri, ırkçılık. Baybayan isimli yapay zekâ programı potansiyel bir ihlal gördüğünde bunu doğrulamak için içerik moderatörlerine gönderiyor. İçerik moderatörleri ise bu içerikleri platformdan kalıcı olarak kaldırıyor. Baybayan yazılı etkileyici bir web tarama kabiliyetine sahip; cinsel organ görselleri, iç çamaşırı görselleri ve nefret içerikleri gibi¹⁴³.

5.1.1.6. Kadrolu Uzmanlar

Sosyal medya platformları moderasyon sürecinin başvuru kaynağı olan topluluk kurallarını belirlemek ve bu süreci yönetmek için dış kaynak uzmanların yanında kendi daimî uzman kadrolarını da istihdam etmektedirler.

Çoğu platformun en tepesinde, platformun sağlığını denetlemekle görevli bir iç politika ekibi bulunur. Ekip bu platformun kurallarını belirler, bunların uygulanmasını denetler, özellikle zor vakaları karara bağlar ve buna yanıt olarak yeni politikalar oluşturur. Bunlar genellikle oldukça küçük bir gruptur ve çoğu zaman sadece bir avuç tam zamanlı çalışandan oluşur. Bazı platformda bu ekip bağımsız bir takım da olabilir; diğer bazı durumlarda ise "güven ve emniyet", "topluluğa erişim", müşteri hizmetleri

¹⁴¹ Martin Kaste, Facebook Increasingly Reliant on A.I. To Predict Suicide Risk, <https://www.npr.org/2018/11/17/668408122/facebook-increasingly-reliant-on-a-i-to-predict-suicide-risk/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁴² Paul M. Barrett, It's Past Time to Take Social Media Content Moderation In-House, <https://www.techpolicy.press/its-past-time-to-take-social-media-content-moderation-in-house/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁴³ Adrian Chen, The Internet's Invisible Sin-Eaters, <https://www.theawl.com/2014/10/the-internets-invisible-sin-eaters>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

veya teknik destek şemsiyesi altında yer alır. Bazı diğer platformlarda, politikanın belirlenmesi ve zor vakaların ele alınması, hukuk müşavirinin sorumluluğunda olabilmektedir. Bir mühendisten de boş zamanlarında neyin taciz veya ısrarlı takip olarak değerlendirildiği konusunda değerlendirme yapması istenebilir. Bu ekipler, sosyal medya platformlarının tasarımı ve işleyiş politikası gereği kullanıcılar için anlaşılır bir yapıya sahip değillerdir. Kullanıcıların bu yapıya ulaşması zordur ve oluşturdukları beyanlar ve politikalar genellikle şirketin kendi sesiyle yayınlanır. Çoğu platformun faaliyet gösterdiği ölçekte, bu dahili ekipler kendi başlarına yetersiz kalmaktadır. Bu yüzden kimi zaman dış kaynak ekip ve şirketlerden destek alabilirler. Yine de çizgilerin nerede çizileceği, ne tür cezaların uygulanacağı ve platformlarının yönetişime yönelik felsefi yaklaşımı üzerinde çok büyük bir etkiye sahiptir.¹⁴⁴

5.1.1.7. Platform Dışı Çalışmalar

Sosyal medya platformları her ne kadar kendileri dahili ekipleri ile moderasyon ve topluluk kuralları işleyişinin fıkırsel ve felsefi yapısını ortaya koysa dahi özellikle günümüzde birçok farklı organizasyon ve kuruluştan destek almaktadırlar.

Twitter platformu 2016 yılında şirket içinde 40 uzman ve organizasyondan oluşan bir güven ve emniyet kurulu kurmuştur. Bu kurulun amacının ise Twitter'ın ürünlerinin ve topluluk kurallarının geliştirilmesi ve işleyişe tavsiyeler üretmesi olduğu açıklanmıştır. Ayrıca blogunda yaptığı açıklamada Twitter platformu, bu konseyin üyeleri tespit edilirken mümkün olduğu kadar çeşitlilik ve farklı seslere yer vermeye çalıştığını da vurgulamıştır.¹⁴⁵

Yine aynı blog paylaşımında, bu kurulun, Twitter için ilk olarak şu konulara odaklanan gruplar kuracağını da duyurmuştur.:

- Güvenlik ve çevrimiçi taciz
- İnsan hakları ve dijital haklar
- Çocuk cinsel istismarı
- İntiharın önlenmesi ve ruh sağlığı

¹⁴⁴ Tarleton Gillespie, *Custodians Of The Internet*, (Yale University Press, 2018)

¹⁴⁵ Twitter Blog, Strengthening our Trust and Safety Council, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/strengthening-our-trust-and-safety-council, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

Twitter blogunda yaptığı bir diğer paylaşımında ise bu kurulun başlıca üyelerinin ve organizasyonların isimlerini de kamuoyu ile paylaşmıştır. Internet Watch Foundation, UK Safer Internet Center ve Family Online Safety Institute gibi birçok kurum ve organizasyon listede yer almaktadır.¹⁴⁶

5.2. Dijital Moderasyon Üzerine Regülatif Tartışmalar

Dijital moderasyon kavramı iletişim alanında yeni bir terim olarak karşımıza çıksa da hem kurumlar hemde akademik gruplar arasında son yıllarda bazı tartışmalara ve raporlarda kendisine yer bulmuştur. Bu çalışmalarda dijital moderasyonun ve topluluk kurallarının oluşturma aşamasına dair durum ve süreçler açıklanmaya çalışılmış ayrıca görülen bazı sorun ve eksikliklerin çözümüne dair tavsiye niteliğinde fikirler ortaya atılmıştır. Alanla alakalı yapılan çalışmaların en göz önüne çıkanları ise 6 Nisan tarihli David Kaye'nın kaleme aldığı BM raporu ve Kaliforniya'da bulunan Santa Clara Üniversitesi 'den Sarah T. Roberts'ın öncülüğüne yapılan çalıştaylar ile ortaya çıkan Santa Clara Prensipleridir.

5.2.1. 6 Nisan 2018 Tarihli BM Raporu

Birleşmiş Milletler 'de İnsan Hakları Komisyonu özel raportörü Davis Kaye tarafından hazırlanan rapor, moderasyon alanında hazırlanmış ilk metinlerden birisi olması açısından büyük bir önem taşımaktadır. 6 Nisan 2018'de genel kurula sunulan raporda Kaye, hem sosyal medya platformlarının sahibi olan şirketlere hemde hükümetlere genel durumu özetlemiş ilave olarak tavsiyeler vermiştir. . Moderasyon sürecine, kullanıcıların sahip olması gereken haklar açısından yaklaşan Kaye, 72 madde olarak hazırladığı raporunda moderasyon sürecinde yaşanan sıkıntıların gelecekte daha büyük sorunlar haline gelebileceği konusunda endişelerini de dile getirmiştir. David Kaye raporunda hükümetlere ve şirketlere etik olarak sahip olmaları gereken yükümlülükleri belirtmiştir.¹⁴⁷

Devlet Yükümlülükleri; Hükümetlerin yaptığı her müdahale halihazırdaki kanunları ile bütünleşik olmalıdır. Keyfi ve yasadışı tavırlar ile sosyal medyaya müdahil

¹⁴⁶ Twitter Blog, Announcing the Twitter Trust & Safety Council, https://blog.twitter.com/en_us/a/2016/announcing-the-twitter-trust-safety-council, [Erişim Tarihi: 19.08.2023]

¹⁴⁷ David Kaye, *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*(A/HRC/38/35). UN., 2017.

olunması kabul görmemelidir. Bağımsız ve adil hukuk makamlarının gözetiminde yasal sınırları çizilmelidir. Ayrıca devletler yapacağı müdahalelerin gerekliliği ve orantınlılığı konusunda gerekli kanıtları sosyal medya şirketleri ve kamuoyu ile paylaşmalıdır. Söz konusu eylemlerin devletin çıkarlarını gerçekten koruduğu veya koruyabileceği açık ve şeffaf şekilde ortaya konulmalıdır. Devletler yapacakları müdahalenin meşru olduğunu yalnızca uluslararası kabul görmüş nedenler üzerine oturmmalıdır. Bu nedenlerin başlıcaları; başkaların hak ve itibarları, ulusal güvenlik, kamu düzeni, kamu sağlığı ve ahlakıdır. Hak ve itibar başlığı kendi içerisinde özel hayatın gizliliği ve yasal sürecin gizliliğine barındırmaktadır.

Şirketlerin Yükümlülükleri; Sosyal medya platformları, insan haklarına aykırı içerikleri platformlarından önlemeye veya yayılmasını engellemeye çalışmalıdır. Sadece kullanıcıların paylaşımları olarak değil platformlarında ticari olarak yer verdikleri her türlü reklam da bu içeriklerden sayılmalıdır. Şirketler kullanıcılarına insan haklarına yönelik gelişmiş prensipler yaratmayı da taahhüt etmelidir. Platformlarında planlı ve düzenli olarak insan hakları açısından haksızlığı uğramış gruplar ile iletişim halinde olup bu hak mahrumiyetlerini ele alan ve gelecekte yaşanabilecek hak mahrumiyetlerini engellemek için değerlendirmeler yapmalıdırlar. Şirketler yerel yasalar ile uluslararası insan hakları sözleşmeleri ile herhangi bir hukuki çelişki yaşadıkları zaman mümkün olan en geniş ölçüde uluslararası değerlere saygı gösteren önleme ve hafifletme stratejileri geliştirmelidir. Başta insan hakları ihlali yaşayan gruplar olmak üzere halk ile sık, erişebilir ve etkili iletişim köprüleri kurmalıdırlar. Ayrıca şirketler kullanıcıları etkisizleştirmek çabalarına girmemeli ve işleyen şikâyet mekanizmaları geliştirmelidirler.

Hazırladığı raporda Kaye, sosyal medya platformlarında moderasyon süreci hakkında topluluk kuralları açısından da çeşitli tespit ve tavsiyelere de yer vermektedir. Bu bölümde raportör, şirketlerin terörü teşvik etme ve yayma; terör örgütü üyelerine destek ve övgü, teröre ve şiddete teşvik gibi başlıkların net ve şeffaf olarak açıklanmadığını ve bu sorunun düzenlenmesi gerektiğini vurgular. Bunlarla beraber, her türden etnik, dini, cinsel ve kastsal azınlıkları, nefret söylemi ve tehditlere karşı korumanın sosyal medya platformlarının sorumluluğu olduğu da raporda yer almıştır. Şirketler yerel nüans ve kültürü anlama yönünde çaba halinde olmalıdır. Kullanıcıların yaptıkları paylaşımların bağlamını en doğru şekilde tespit etmeli ve işleteceği moderasyon sürecine bu bakış açısıyla yaklaşmalıdır.

David Kaye, raporunda şirketlere verdiği tavsiyelerden birisi de topluluk kurallarını oluştururken platformun güncel yapısı ve kullanıcının durumu konusunda bir bilgi temelini üzerine inşa edilmesi gerektiğinin üstünü çizmektedir. Topluluk kuralları belirlenirken yayın yapılan yerel halkın kültürü ve yaşayış tarzını dikkate almak için toplumla bütünleşik mekanizmalar gerekliliği de raporda vurgulanmıştır. Ek olarak kuralların belirlenme aşaması şeffaf ve etkili olarak sadece kamuoyu ile değil akademik kuruluş ve dernekler ile iletişim halinde olunmalıdır.¹⁴⁸

5.2.2. Santa Clara Prensipleri

Santa Clara Prensipleri, Mayıs 2018 yılında bir grup akademisyen, kuruluş ve insan hakları savunucuları tarafından içerik denetleme politikalarının nasıl oluşturulduğu ve uygulandığı konusunda şeffaflık ve hesap verilebilirlik eksikliğinden ortaya çıkan endişeler sonucunda ortaya konulmuş etik bir bildiri metnidir. Metnin orijinal başlığı 'İçerik Denetleme Konusunda Şeffaflık ve Hesap Verebilirliğe İlişkin Santa Clara İlkeleri' dir. Prensiplerin temel amacı sosyal medya platformlarının kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriği kaldırma veya kuralları ihlal eden hesapları askıya alma çabaları konusunda yeterli şeffaflığı ve hesap verilebilirliği sağlamak için karşılamaları gereken asgari standartları belirlemektir. Santa Clara Prensiplerini yayınlayan grup yaptıkları bu deklarasyon ile sosyal medya platformlarına da bir açık çağrıda bulunmaktadır.¹⁴⁹

Santa Clara Prensipleri aynı zamanda moderasyon sürecinin kullanıcılar tarafından oluşturulan çevrimiçi içeriklerin denetlenmesi için insan haklarını merkeze koyan bir rapor hazırlayan eski BM İfade Özgürlüğü Raportörü David Kaye ile de örtüşmektedir.

Günümüzde Santa Clara Prensipleri kabul etmiş onlarca sosyal medya platformu ve teknoloji devi mevcuttur. Apple, Facebook, Twitter ve YouTube gibi uluslararası platformlar bu etik prensipleri kabul ettiğini duyurmuştur.

5.2.2.1. Santa Clara Prensipleri 1.0

Bu prensipler bütününün temelinde sosyal medya platformlarının moderasyon sürecinden müdahale ettiği içeriklerin kapsamlı sayısını şeffaf olarak yayınlaması,

¹⁴⁸ David Kaye, *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*(A/HRC/38/35). UN., 2017.

¹⁴⁹ Santa Clara Principles on Transparency and Accountability in Content Moderation. Santa Clara Principles. <https://santaclaraprinciples.org/history/> Erişim Tarihi: 23.5.2023

moderasyon süreci sonucunda etkilenen içeriklerin kullanıcılara açıkça bildirimi ve kullanıcıların yapılan bu müdahalelere itiraz edebilmelerini sağlayacak bir mekanizmanın kurulması olarak üç temel saçı ayağına oturmaktadır¹⁵⁰

Santa Clara Prensipleri 1.0'da 3 temel başlık bulunmaktadır.

Sayılar; sosyal medya platformları işaretlenen, kaldırılan ve askıya alınan içerik ve hesapların toplam sayılarını yayınlamalıdır. Ayrıca bu içeriklerin formatlarını (metin, video vb.) kategorize ederek bu sayılarda kamuoyu ile paylaşmalıdır. Moderasyon sonucunda kaldırılan içeriklerin hangi mekanizma aracılığıyla (kullanıcı şikayetleri, hükümetlerin talepleri vb.) kaldırdıkları da rakamsal olarak ortaya konulmalıdır ve bu bilgiler kolay ulaşılabilir ve anlaşılır bir üslup ile raporlaştırılarak üç ayda bir sosyal medya platformları tarafından kullanıcılara sunulmalıdır.

Bildirim; Sosyal medya platformları müdahaleye maruz kalan kullanıcılara yaptığı müdahaleyi bildirmekten sorumludur. Yapılan işlemin sebebi olan topluluk kuralı ihlalini de ilgili maddeleri de ortaya koyması gerekmektedir. Ayrıca ilgili müdahale bir hükümet kurumunun kararı veya baskısı sonucunda gerçekleşmiş ise kullanıcıya bu durum bildirilmelidir. Ayrıca bu bildirimde kullanıcıya karara itiraz edebileceği yollar açıklıkla sunulmalıdır. Ayrıca sosyal medya platformları kullanıcılar platformdan atılsa dahi itiraz edebilecekleri platform dışı yollar geliştirmelidir.

İtiraz; Platformlar müdahale ettiği kullanıcılara itiraz yollarını açık tutmalıdır. İtiraz edildiği takdirde itirazı ilk kararı veren kişi veya grup değil farklı bir kişi veya gruplar tarafından yapılmalıdır. Ayrıca itiraz edilirken kullanıcıların itirazlarının gerekçelendirilmesi için söz hakkı almasını sağlayabilecekleri hatta ve hatta belge ekleyebilecekleri bir iletişim mekanizması oluşturulmalıdır. Sosyal medya platformları ikinci incelemesinin sonucunu detaylı ve anlaşılır olarak ortaya koymalı ve gerekçelerini dayandırdıkları topluluk kurallarını ve sözleşmelerini bu gerekçelerde vurgulanmalıdır.

5.2.2.2. Santa Clara Prensipleri 2.0

Santa Clara 1.0 prensiplerinin yayınlanmasının ardından metni hazırlayan aynı grup bu konu hakkındaki çalışmalarına devam etmişlerdir. 50'den fazla kuruluş ve

¹⁵⁰ Santa Clara Principles on Transparency and Accountability in Content Moderation. Santa Clara Principles. <https://santaclaraprinciples.org/scp1/> Erişim Tarihi: 23.5.2023

araştırmacının yoğun çabalarıyla bu prensipler bütününün geliştirilmesi amacıyla 2020 ve 2021 yılında da önemli toplantılar ve konferanslar düzenlemiştir. Çalıştaylardan çıkan sonuçlar ilk metinde herhangi bir değişiklik yapılmadan ilgili maddelerin detaylandırılarak daha anlaşılır kılmak ayrıca ayrıca içerik olarak kabul edilen paylaşımların yanı sıra platformlarda verilen reklamlarında içerik olarak sayılması gerektiğinin altı çizilmiştir¹⁵¹.

Santa Clara Prensipleri 2.0'da platformların şeffaflık ve hesap verilebilirliği ni arttırmak ve insan hakları savunucularının ilgili alanda gerçekleştirdiği çalışmaların destekleneceği de vurgulanmıştır.

Bu yeni metin üç temel başlık üzerine inşa edilmiştir.

Kurumsal Prensipler; Şirketler tüm moderasyon sürecini uluslararası insan hakları hukuku ve yasal süreçleri ile entegre olarak oluşturmalıdır. Şirketler topluluk kuralları ve moderasyon süreçlerini yürütürken ifade özgürlüğü ve tarafsızlık ilkelerini ön plana koymalıdır. Ayrıca şirketler ne tür içeriklere müdahale edeceği konusunda açık ve kolay ulaşılabilir açıklama yapmak zorundadır.

Sosyal medya platformları moderasyona tabii tuttuğu içeriği incelerken içeriğin oluşturan profilin bağlı olduğu dili, kültürü ve yaşadığı ülke veya coğrafyanın sosyal ve siyasi yapısını bilmeli ve moderasyon sürecinde bu faktörleri göz ardı etmemelidir. Moderasyon sürecinde müdahale ettiği içeriğin bildirimi yaparken de kullanıcının anadilinde bildirim göndermeli, itiraz etme mekanizmalarını bahsi geçen ülkenin veya içeriğin anadilinde gerçekleştirmelidir. Ayrıca şirketler devlet mekanizmasından gelecek bir içerik müdahalesinde kullanıcılara bu müdahaleye neden olan yargı kararlarını açık ve şeffaf olarak sunmalıdır. Şirketler bu müdahaleleri en aza indirebilmek için gerekirse yargı yollarına da başvuru yapabileceği hukuki süreçler işletilmelidir.

Şirketler ayrıca moderasyon sürecine entegre ettiği otomatik sistemler ile insan unsurunu sık sık teste tabii tutmalı ve doğruluk değerlerini şeffaf şekilde yayınlamalıdır. Algoritmik sistem tarafından yönetilen moderasyon süreçlerinde ise diğer kullanıcılar veya dış kaynaklı müdahalelerin sistemi etkilemesi (bot saldırıları

¹⁵¹ Santa Clara Principles on Transparency and Accountability in Content Moderation. (n.d.-a). Santa Clara Principles. <https://santaclaraprinciples.org> Erişim Tarihi: 23.5.2023

gibi) halinde gerekli önlemleri almalı ve moderasyon sürecinin manipüle edilmesinin önüne geçmeye çalışmalıdır.

Operasyonel Prensipler; Şirketler moderasyon süreçlerinde gerçekleşen her türlü eylemin sayısal verilerini kategorik olarak kamuoyu ile paylaşmalıdır. Bu kategorizasyon en çok ihlal edilen kurallar, moderasyon sürecinde yapılan itirazların doğruluk oranı ve özellikle nefret söylemine maruz kalan grupların yüzdeleri gibi verileri de kamuoyu ile paylaşılması konusu vurgulanmıştır. Sosyal medya platformları ayrıca pandemi ve kriz dönemlerinde yaptıkları moderasyon değişiklikleri ve yönettiği içerikler hakkında şeffaf olmalı ve bu işlemler hakkında rapor hazırlamalıdır. Operasyon süreçlerinde aynı 1.0 metindeki gibi şirketler açık ve anlaşılır şekilde müdahale ettikleri içerikleri kullanıcılara bildirmeli. Eğer bu müdahale hükümet mekanizmaların geliyorsa ilgili hukuki süreç ve sonuçlara dair belgeleri kullanıcılara sunmalıdır. İtiraz sürecinde ise aynı anlaşılır ve şeffaflık ile itiraz mekanizmalarını geliştirmelidir.

Hükümetler ve Diğer Devlet Aktörleri Hakkında Prensipler; Devlet aktörleri sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlarda Uluslararası İnsan Hakları Beyannamesi gibi ifade özgürlüğünü tanımlayan ve geliştiren hukuki belgeleri önceleyerek yapılan yasal düzenlemeleri çerçeve etmelidir. Devlet aktörleri kendisine karşı olan herhangi bir muhalif yapıyı, siyasi yapı ve aktörleri veya toplumsal hareketleri bastırmak için sosyal medya platformlarının moderasyon sürecine müdahil olmamalıdır. Ayrıca devletler sosyal medyada yapılan paylaşımlara karşı müdahalesini en aza indirmeli eğer itiraz ederse de yaptığı itirazları nedenleri ve hukuki alt yapısını kamuoyu ile paylaşmalıdır. Ayrıca Devlet aktörleri sosyal medya platformlarının moderasyon sürecine şeffaflık açısından baskı unsuru oluşturmalı ve denetlemelidir.

6. DONALD TRUMP'IN TWİTTER PAYLAŞIMLARININ ANALİZİ

6.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı Donald Trump'ın Twitter hesabını kaybetmesine giden süreci analiz ederek gerek kurumsal hesapların gerekse de bireysel hesapların stratejik iletişim uygulamasında dijital moderasyon unsurunun etkisini ortaya koymaktır. Yaşanan olayın aşama ve sonuçları üzerinden profesyonel stratejik iletişimcilere strateji ve planlamalarını hazırlarken göz ardı edemeyecekleri bu unsura dikkat çekmek ve ülkemiz literatüründe yer almayan bir başlığı Türkiye iletişim bilimlerine kazandırmak hedeflenmiştir.

6.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evreni olarak Donald Trump'ın en sık kullandığı sosyal medya platformu olan Twitter uygulamasındaki @RealDonaldTrump hesabı seçilmiştir. Araştırmanın anlamlılığı açısından örnekleme paylaşımların tamamı seçilememiştir. Bunun başlıca sebebi olarak 2021 yılı 8 Ocak tarihine kadar yaklaşık 12 yıl boyunca Donald Trump'ın Twitter üzerinde metin, fotoğraf ve video olmak üzere yaklaşık 57 bin paylaşım yapmış olmasıdır. Ayrıca bu 57 bin paylaşımın yanında binlerce repost, like ve etiketleme de göz önüne alındığında somut bir sonuca ve açıklamaya varılmayacak veri havuzu oluşmaktadır. Bu nedenle araştırmanın örnekleme Twitter'ın ilk defa ABD Başkanı Donald Trump'ın Tweetini işaretlediği 26 Mayıs 2020 ile hesabının kapatıldığı 8 Ocak 2021 arası ile sınırlı tutulmuştur. Ayrıca örnekleme Donald Trump'ın repost (geri paylaşım) yaptığı veya beğendiği herhangi bir paylaşıma yer verilmemiştir. Araştırmada 18 adet tweet analiz edilmiştir. Bu tweetler Twitter'ın yaptığı etiketlerden en az bir örnek; silinen tweetlerden ise iki örnek olacak şekilde sınırlandırılmıştır. Araştırmada yaşanan güçlüklerin en başında ise söz konusu Twitter profilinin platformdan silindiği için ulaşılamaz olmasıdır. Bu sebeple uluslararası kabul görmüş haber sitelerinden ulaşılabilen ve görselleri de bu haber içeriklerinde bulunan Tweetler seçilmiştir.

6.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın analiz kısmında uygulanan yöntem betimsel çözümlemedir. Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, konunun çerçevesine göre tematik olarak kategorize edilir. Kategorize edilen veri paketleri, sürecin ve başlığın anlaşılmasına yardımcı olması açısından özetlenir ve yorumlanır. Veriler araştırmanın ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebileceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir. Bu yöntemde elde edilen sonuçların, hedeflenen konulara yönelik olarak gelecekte planlanan çalışmalara yön göstermesi beklenmektedir.¹⁵²

Çalışmada Donald Trump'a ait Twitter platformunda yer alan çeşitli paylaşımlar betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Paylaşımların öncesinde yaşananlar, paylaşımın Twitter platformu tarafından uygulanan moderasyon süreci ve bağlantılı süreçler açıklanmış ve yorumlanmıştır. Analizde nicel verilerden yararlanılmamıştır.

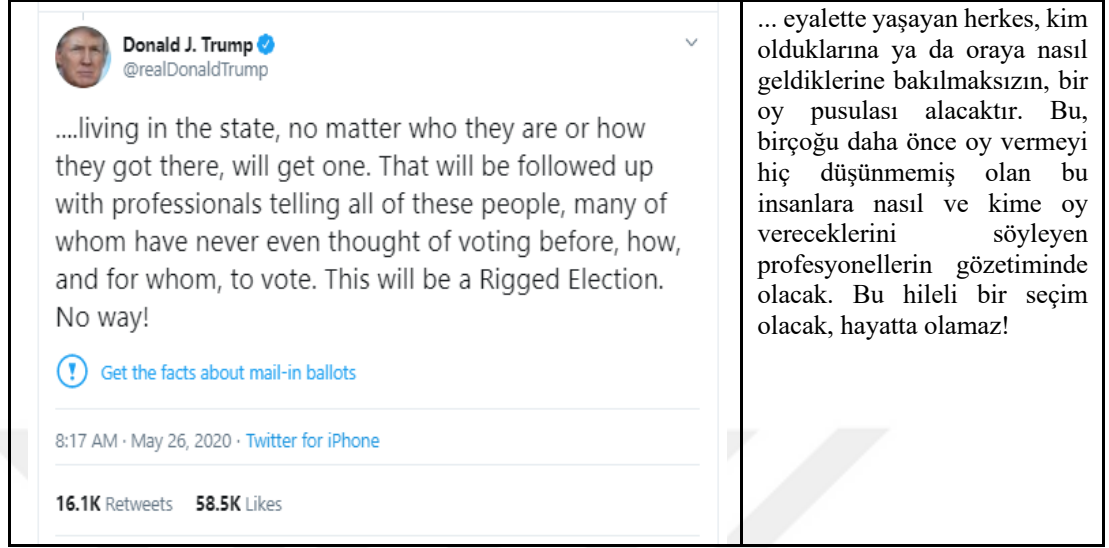
6.4. Donald Trump'ın Seçili Paylaşımlarının İçerik Analizi

Çalışmanın bu bölümünde Donald Trump'ın Twitter'daki paylaşımları üzerinden elde edilen verilerin içerik analizi sonucunda ulaşılan bulgular yorumlanmaktadır.

Sosyal medya platformları, dünya genelinde milyonlarca insanın günlük olarak etkileşimde bulunduğu ve bilgi aldığı önemli mecralardan biridir. Bu platformlardan biri olan Twitter, kullanıcıların düşüncelerini, görüşlerini ve haberleri anında paylaşmasına imkân tanır. Ancak, Twitter gibi büyük bir platformda bu özgürlüğün sınırları, özellikle siyasi liderlerin ve ünlü kişilerin paylaşımları söz konusu olduğunda, sorunlu bir hal alabilir. Twitter, bu sorunlara geliştirdiği bir çözüm yöntemi olarak sosyal medya platformlarında dezenformasyonun yayılmasının önüne geçmek için bazı paylaşımların altına etiket eklemeyi kullanıma sunmuştur. Twitter, yanıltıcı bilgilerle ilgili politikalarında belirtilen kaldırma eşiğini karşılamayan hak talepleri için, okuyuculara bildirimde bulunmak ve/veya onlarla ek bağlam paylaşmak amacıyla gönderiyi etiketleyebileceğini ve etiketli gönderilerin görünürlüğü azaltılabileceğini duyurmuştur. Twitter bu uyarıların insanları yanlış bilgilerle karşılaşabilecekleri konusunda uyaracağını ve onlara konu hakkında güvenilir, gerçek bilgiler

¹⁵² Eser Ültey vd., Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*(10), 188-201.

sağlayacağını belirtmiştir¹⁵³. Bu uygulama ilk olarak Donald Trump'ın paylaştığı Twitter içeriklerinde kullanmıştır. Bu konudaki önemli bir örnek Donald Trump'ın 26 Mayıs 2020 tarihli paylaşımında görülmektedir. (Şekil 6.1).



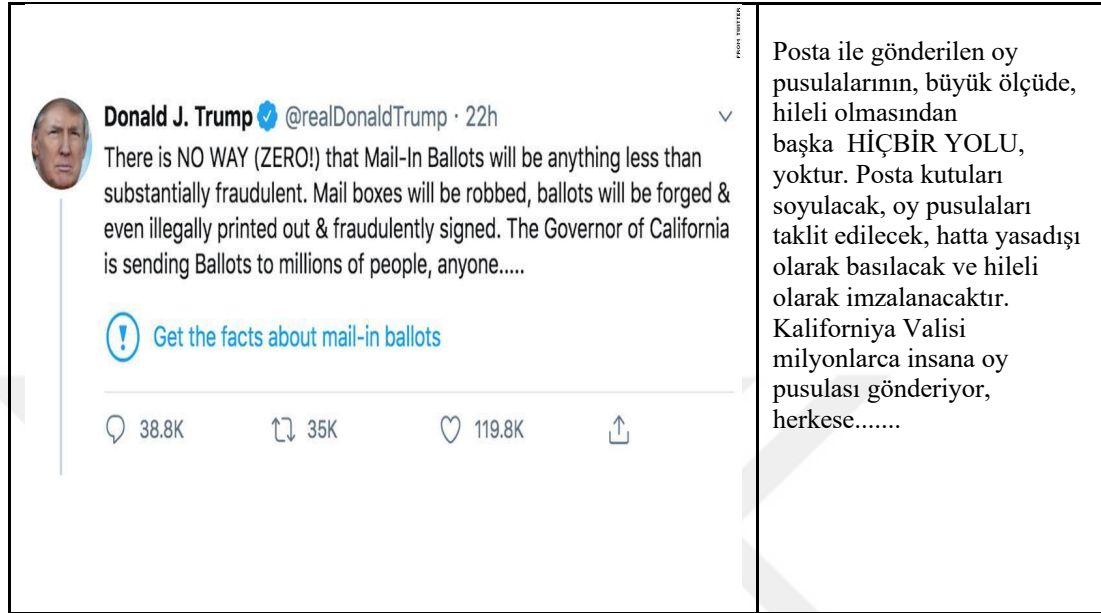
Şekil 6.1: Donald Trump'ın 26 Mayıs 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım-I.¹⁵⁴

Donald Trump'ın 26 Mayıs 2020 tarihinde yaptığı paylaşım seçimlerin hileli bir şekilde yapıldığını ima etmektedir. Söz konusu paylaşımında Donald Trump “eyalette yaşayan herkes, kim olduklarına ya da oraya nasıl geldiklerine bakılmaksızın, bir oy pusulası alacaktır. Bu, birçoğu daha önce oy vermeyi hiç düşünmemiş olan bu insanlara nasıl ve kime oy vereceklerini söyleyen profesyonellerin gözetiminde olacak. Bu hileli bir seçim olacak, hayatta olamaz!” ifadelerini kullanmıştır. Donald Trump oy pusulalarının büyük ölçüde sahtekarlıktan başka bir şey olmayacağını oy pusulalarında sahtecilik yapılacağını ve hatta yasa dışı olarak basılacağını ve sahtekarlıkla imzalanacağını iddia etmiştir. Bu paylaşımın ardından Twitter moderasyon ekibi oylama süreçleri hakkında potansiyel olarak yanıltıcı bilgiler içerdiği ve postayla gönderilen oy pusulaları hakkında ek bağlam sağlamak üzere "bilgiyi doğrulama" etiketi ile etiketlendiğini bildirmiştir. Twitter ayrıca Donald Trump'ın tweetine yeni bir dil eklemiş ve kullanıcıları “Postayla gönderilen oy pusulalarıyla ilgili gerçekleri öğrenin” başlıklı bir Twitter makalesine yönlendirmiştir.

¹⁵³ Twitter Help Center, How we address misinformation on X, <https://help.twitter.com/en/resources/addressing-misleading-info>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁵⁴ Kantrowitz ve Brodewick, Twitter Fact-Checked A Trump Tweet For The First Time, <https://www.buzzfeednews.com/article/alexkantrowitz/twitter-fact-checked-trump>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

Twitter, son günlerde sosyal medya platformlarında dezenformasyonun yayılmasının önüne geçmek için bazı paylaşımların altına eklediği "bilgiyi doğrulama" etiketini, 26 Mayıs 2020'de oy pusulalarının hileli olduğu konusunda attığı tweetlere de uygulamıştır (Şekil 6.2).



Şekil 6.2: Donald Trump'ın 26 Mayıs 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım-II.¹⁵⁵

ABD seçimleri öncesinde Demokratlar, Amerikalıların Kasım ayında oy kullanırken güvende olmalarını sağlamak için posta yoluyla oylamanın arkasında dururken, Başkan Donald Trump, posta hizmeti aracılığıyla yapılacak bir seçimin sahtekarlıkla dolu olacağını tartışmaya başlamış ve sosyal medya üzerinden bu konuda çok sayıda iddiada bulunmuştur. Trump, özellikle ve delil olmaksızın, postayla oy vermenin dolandırıcılığa karşı özellikle duyarlı olduğunu iddia ederek bunu, oy pusulalarının posta kutularından çalındığı, seçmen imzalarının rutin olarak taklit edildiği ve hatta oy pusulalarının yasa dışı olarak basıldığı kanunsuz, düzenlenmemiş bir uygulama olarak göstermiştir. Böylece Donald Trump, özellikle Kaliforniya'nın belgesiz göçmenlere oy pusulası gönderdiğini ve ikametgahına bakılmaksızın "herkesin" posta yoluyla oy kullanmasına izin vermeye hazır olduğunu iddia etmek de dahil olmak üzere bir dizi suçlama tweet'i atmıştır. Bu iddialardan birinde Donald Trump 26 Mayıs 2020'de yaptığı paylaşımında "Posta ile gönderilen oy pusulalarının büyük ölçüde, hileli olmasından başka HİÇBİR YOLU, yoktur. Posta kutuları soyulacak, oy pusulaları

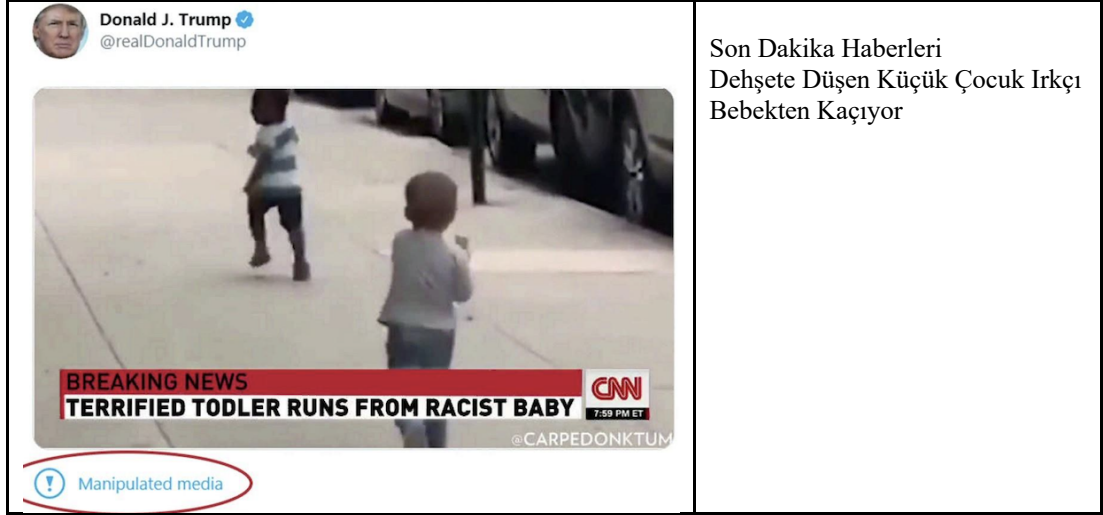
¹⁵⁵ Lybrand ve Subramanian, Fact-checking Trump's recent claims that mail-in voting is rife with fraud, <https://edition.cnn.com/2020/05/27/app-politics-section/donald-trump-mail-in-voter-fraud-fact-check/index.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

taklit edilecek, hatta yasadışı olarak basılacak ve hileli olarak imzalanacaktır. Kaliforniya Valisi milyonlarca insana oy pusulası gönderiyor, herkese.....” ifadelerini kullanmıştır. Bunun üzerine konuyu inceleyen uzmanlar, seçmen sahtekarlığının ABD'de yaygın bir sorun olduğuna dair herhangi bir kanıt ulaşamamıştır¹⁵⁶. Başkanın kendi seçmen dolandırıcılığını soruşturma komitesi de herhangi bir sistematik soruna dair kanıt ortaya koyamamıştır¹⁵⁷. Bu gelişmenin ardından Twitter moderasyon ekibi Başkan Donald Trump'ın, posta yoluyla oylamaya karşı çıktığı "yanıltıcı" paylaşımının üzerine bir doğruluk kontrol etiketi yapıştırmıştır. Twitter ayrıca başkanın kullanıcıları "Trump, postayla oy pusulalarının seçmen sahtekarlığına yol açacağına dair asılsız iddiada bulunuyor" başlıklı bir Twitter makalesine yönlendirmiştir. Twitter'ın Başkan Donald Trump'ın paylaşımlarını denetleme çabalarında da görüldüğü gibi Twitter yanıltıcı bilgiler içerdiğini belirlediği paylaşımları etiketleyerek paylaşımın görünürlüğünü sınırlamakla kalmamış aynı zamanda kullanıcılara konuyla ilgili ek bağlam sağlamıştır.

Twitter moderatör ekibinin Başkan Donald Trump'ın paylaşımları için kullandığı bir diğer etiket ise “manipülatör medya” etiketidir. Bu etiket Başkan Donald Trump'ın video içerikli paylaşımlarında kullanılmıştır (Şekil 6.3).

¹⁵⁶ „Jane C. Timm, Voting companies go to court over 2020 election claims as Trump returns to the ballot, <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/voting-companies-dominion-smartmatic-court-trump-2020-election-2024-rcna126906>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁵⁷ „Jane C. Timm, Voting companies go to court over 2020 election claims as Trump returns to the ballot, <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/voting-companies-dominion-smartmatic-court-trump-2020-election-2024-rcna126906>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



Şekil 6.3: Donald Trump'ın 19 Haziran 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.¹⁵⁸

Donald Trump'ın 19 Haziran 2020 tarihinde Tweettine, biri siyah, biri beyaz iki küçük çocuğun kaldırımda koşarken çekilmiş görüntüleri ve “sahte” CNN manşeti ile “Dehşete düşmüş küçük çocuk ırkçı bebekten kaçıyor” ifadeleri yer almaktadır. Daha sonra videoda, iki bebeğin birbirlerine doğru koşup sarıldıkları geçen yıla ait viral görüntüler gösterilmekte ve bu görüntüler, yanlış bir şekilde, CNN'in sahte bir haber oluşturmak için olanları manipüle ettiğini öne sürmektedir. Bu paylaşımın ardından Twitter, videoyu “manipüle edilmiş medya” olarak etiketlemiştir. Twitter’ın sentetik ve manipüle edilmiş medya politikasında insanları aldatabilecek, kafalarını karıştırabilecek ve zarara yol açabilecek sentetik, manipüle edilmiş veya bağlam dışı medyayı paylaşımlarının sınırlandırılacağı ayrıca, yanıltıcı medya içeren gönderilerin, insanların bu gönderilerin gerçekliğini anlamalarına yardımcı olmak ve ek bağlam sağlamak amacıyla etiketleneceği bildirilmiştir.

Twitter daha sonra yaptığı açıklamada ise Başkan Trump'ın “ırkçı bir bebek” hakkında paylaştığı bir gönderinin, çocukların ebeveynlerinden birinin telif hakkı şikâyeti sonrasında platformlardan kaldırıldığını bildirilmiştir. Bu eylem, Twitter'ın tweet'e, içeriğin izleyicileri aldatmayı amaçlayan manipüle edilmiş medya içerdiğini belirten bir etiket eklemesinin ardından gelmiştir (Şekil 6.4).

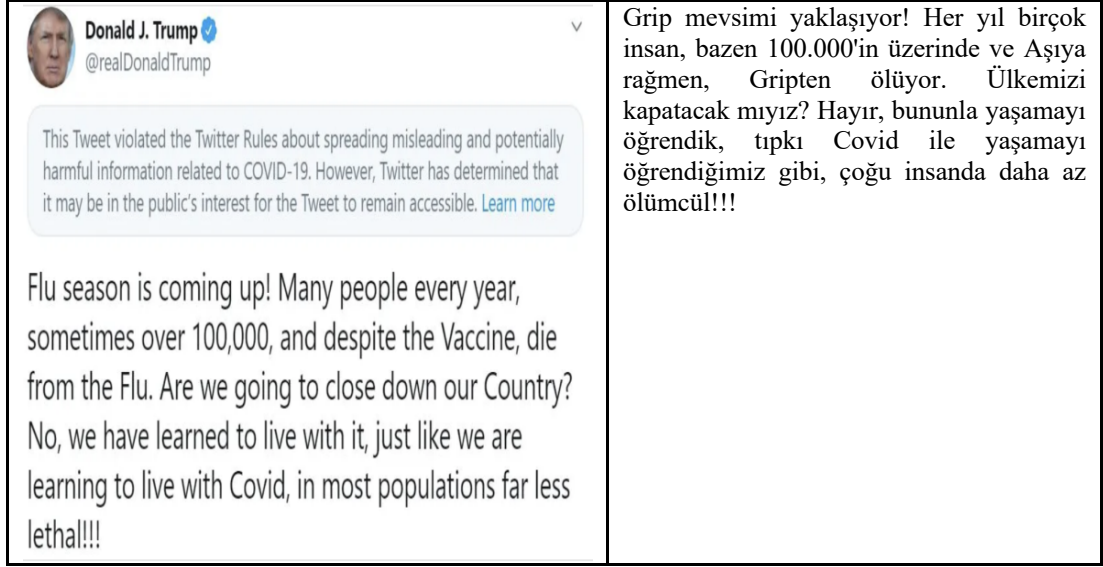
¹⁵⁸ Masiie, Parents of toddlers in CNN ‘Racist Baby’ video sue Donald Trump for damages, <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/parents-toddlers-racist-baby-video-donald-trump-lawsuit-b487914.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



Şekil 6.4: Donald Trump'ın 19 Haziran 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşımın Yayından Kaldırılması.¹⁵⁹

Twitter zararlı ve yanıltıcı bilgileri hizmetten kaldırmak için devam eden moderasyon çabalarına ek olarak, COVID-19 hakkında da yanıltıcı bilgiler içerebilecek paylaşımlarına da etiket uygulamıştır. Bu doğrultuda Twitter COVID-19 ile ilgili yanlış bilgilendirme kurallarını ihlal eden içerikleri ele almaya yönelik hem otomatik hem de gerçek kişi tarafından yapılan incelemeleri kullanmıştır. COVID-19 salgını genişledikçe insanlar olup bitenleri tartışmak ve en son yetkili halk sağlığı bilgilerini bulmak için Twitter'a yönelmeye devam etmiştir. Dünyanın yaşadığı son sağlık krizi olan COVID-19 salgını aynı zamanda bir tıbbi yanlış bilgi ve siyasi dezenformasyon fırtınasına neden olmuş ve bu durum basın, sosyal medya platformları ve halk için yeni zorluklar yaratmıştır. İçerisinde siyasi liderlerin sanatçıların ve kanaat önderlerinin de bulunduğu önemli bir kesim salgın konusunda dezenformasyon düzeyinde açıklamalar yapmıştır. Örneğin Donald Trump, Beyaz Saray'ın balkonunda, maskesini çıkararak kısa bir konuşma yapmış ve bu konuşma hızla sosyal medyaya yüklenmiştir. Donald Trump bu salgına yönelik bu bakışı COVID-19'un ölümcüllüğünü küçümseyen ve aşıya rağmen ABD'de her yıl gribin "100.000'den fazla" insanı öldürdüğünü ima eden bir tweet ile devam etmiştir (Şekil 6.5).

¹⁵⁹ Zadrozny ve Romero, Twitter, Facebook remove 'racist baby' video posted by Trump, <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/twitter-labels-video-tweeted-trump-manipulated-media-n1231511>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



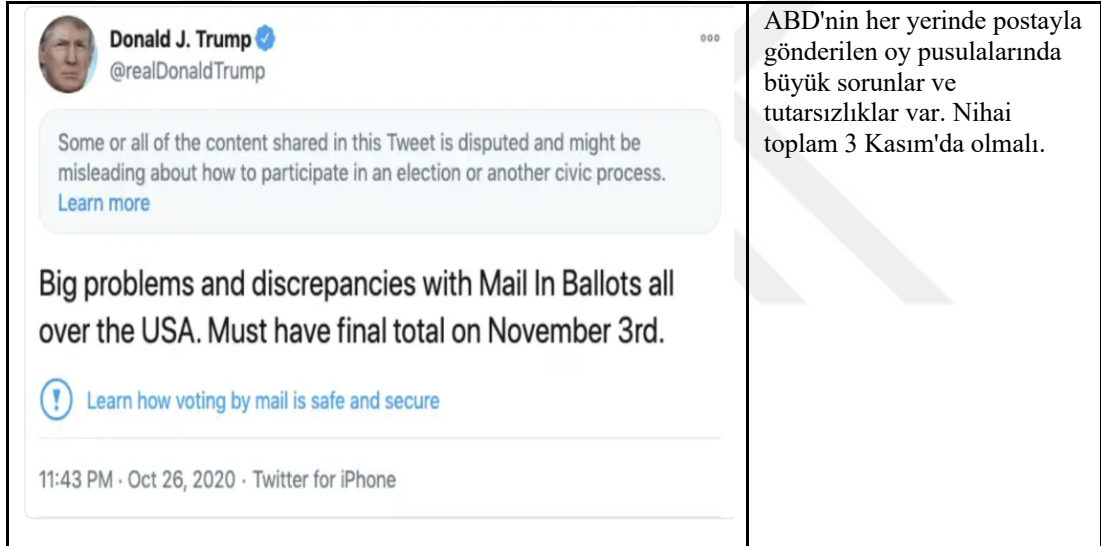
Şekil 6.5: Donald Trump'ın 6 Ekim 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.¹⁶⁰

6 Ekim 2020 tarihinde yapılan paylaşımda Donald Trump “Grip mevsimi yaklaşıyor! Her yıl birçok insan, bazen 100.000'in üzerinde ve Aşıya rağmen, Gripten ölüyor. Ülkemizi kapatacak mıyız? Hayır, bununla yaşamayı öğrendik, tıpkı Covid ile yaşamayı öğrendiğimiz gibi, çoğu insanda daha az ölümcül!!!” ifadelerini kullanmıştır. Donald Trump, bu gönderide büyük olasılıkla, COVID-19 hakkında endişelenmeye veya ekstra önlem almaya gerek olmadığını ve herkesin onunla yaşamayı öğrenmesi gerektiğini açıkça belirtmiştir. Doktorların, halk sağlığı uzmanlarının ve daha pek çok kişinin bu tehlikeli yanlış bilgilendirmeyi dile getirmesiyle Twitter'ın moderasyon ekibi, COVID-19 hakkındaki yanlış bilgilendirme politikası gereği Donald Trump'ın tweet'ini "yanıltıcı ve potansiyel olarak zararlı içerik" olarak etiketlemiştir. Twitter'ın etiketleme ve kaldırma çabaları, yanlış bilgileri denetleme konusundaki istekliğindeki büyük bir değişimin sinyalini vermiştir. Nitekim Twitter 1 Mart 2021'de yaptığı açıklamada COVID-19 kılavuzunun uygulamaya konulmasından bu yana 8.400'den fazla Tweeti kaldırdığını ve dünya çapında 11,5 milyon hesaba itiraz ettiğini bildirmiştir. Twitter bu ürün müdahaleleriyle ilgili amacının, insanlara COVID-19 hakkında ek bağlam ve güvenilir bilgiler sunmak olduğunu belirtmiştir.

Donald Trump'ın “yanıltıcı ve potansiyel olarak zararlı içerik” olarak etiketlenmiş paylaşımları bununla sınırlı değildir. Donald Trump'ın ABD başkanlık seçimleri

¹⁶⁰ Euronews, Trump'ın Covid-19 hakkındaki 'yanlış yorumunu' Facebook sildi, Twitter gizledi, <https://tr.euronews.com/2020/10/06/trump-n-covid-19-hakkındaki-yanlis-yorumunu-facebook-sildi-twitter-gizledi>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

sürecinde yaptığı onlarca paylaşımda Twitter'ın moderasyon ekibi tarafından etiketlenmiştir. Bununla ilgili önemli bir örnek Trump'ın posta ile oy verme konusundaki söylemlerinde görülmektedir. ABD seçimlerinden önce posta ile oy verme işlemleri kamuoyunda ve sosyal medyada yoğun şekilde tartışılmıştır. Twitter ise ABD'li kullanıcılara seçimle ilgili yanlış bilgilerin konusu olması muhtemel konuları önleyici olarak ele alan yönlendirmeler sunacağını bu doğrultuda postayla oy verme ve seçim sonuçları hakkındaki yanlış bilgileri önleyici bir şekilde çürüteceğini duyurmuştur¹⁶¹. ABD'de eyaletler COVID-19 salgını sırasında seçimlerin nasıl güvenli bir şekilde gerçekleştirileceğiyle uğraşırken Donald Trump, postayla oy kullanmanın riskleri hakkında giderek artan bir dizi suçlamada bulunmuştur. Bu duyurudan saatler sonra, teknoloji şirketi Twitter'ın moderasyon ekibi Donald Trump'ın tweetlerinden birine hızla bir etiket koymuştur. (Şekil 6.6)



Şekil 6.6: Donald Trump'ın 26 Ekim 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.¹⁶²

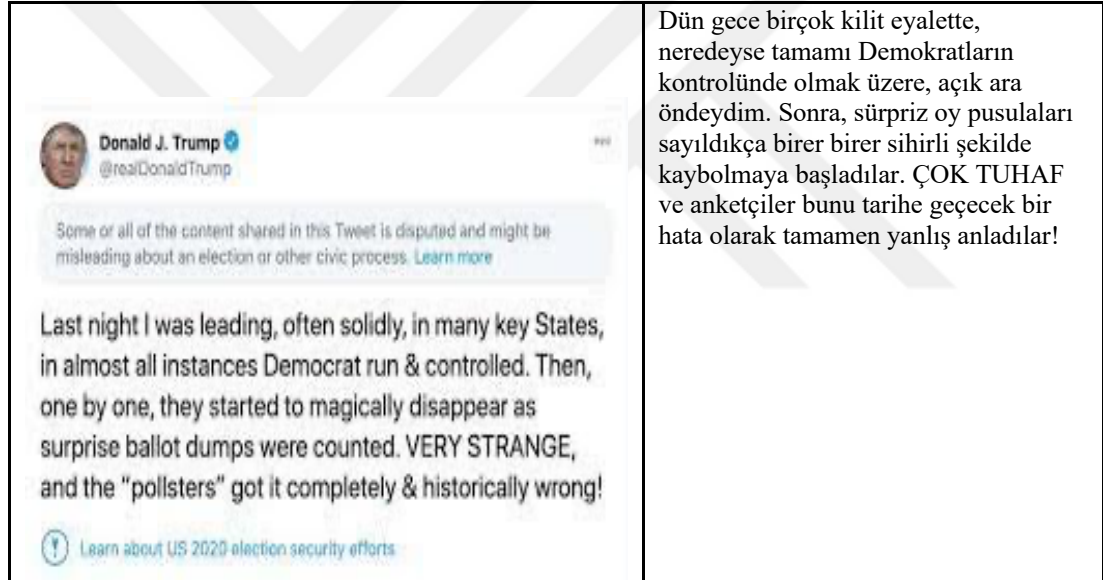
Remi ve onaylı hesabından yapılan paylaşımda Donald Trump saat 11:43'te "ABD'nin her yerinde postayla gönderilen oy pusulalarında büyük sorunlar ve tutarsızlıklar var. Nihai toplam 3 Kasım'da olmalı." ifadelerini kullanmıştır. Kısa bir süre sonra Twitter, söz konusu tweet'e şu etiketi koymuştur: "Bu Tweette paylaşılan içeriğin bir kısmı veya tamamı tartışmalı ve bir seçime veya başka bir sivil sürece nasıl katılacağı

¹⁶¹ Ken Paxton, Press Release, Edinburg Mayor, Wife Arrested in Organized Illegal Voting Scheme, <https://www.texasattorneygeneral.gov/news/releases/edinburg-mayor-wife-arrested-organized-illegal-voting-scheme>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁶² Harriet Alexandre, Twitter calls Donald Trump 'misleading' for saying there are 'big problems and discrepancies with mail-in ballots' and a full count is needed by November 3, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8882583/Trump-says-Big-problems-discrepancies-Mail-Ballots-tweet-flagged-misleading.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

konusunda yanıltıcı olabilir." Twitter ayrıca posta yoluyla oy vermenin güvenliği hakkında daha fazla bilgi içeren bir bilgi istemi de paylaşımın altına eklemiştir. Twitter daha sonra yaptığı açıklamada, ABD'li kullanıcılara seçimle ilgili yanlış bilgilerin konusu olması muhtemel konuları önleyici olarak ele alan yönlendirmeleri sunmaya devam edeceğini söylemiştir.

2020 seçimleri daha sonuçlanmadan önce Başkan Donald Trump, kendisinin galip ilan edildiği alternatif bir gerçekliğin temelini atmış ve neredeyse her fırsatta yarışın bütünlüğüne yönelik iddialarda bulunmuştur. Donald Trump sosyal medya üzerinden birçok kez, seçimi basitçe "hileli", "çalıntı" veya "aldatmaca" olarak nitelendirmiştir. Donald Trump'ın söz konusu paylaşımları Twitter'ın yanıltıcı bilgilerle ilgili politikaları kapsamında gözden geçirilmiş ve moderasyona tabi tutulmuştur. Bu konudaki tweetlerden biri 4 Kasım 2020 tarihinde paylaşılmıştır. (Şekil 6.7).



Şekil 6.7: Donald Trump'ın 4 Kasım 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım.¹⁶³

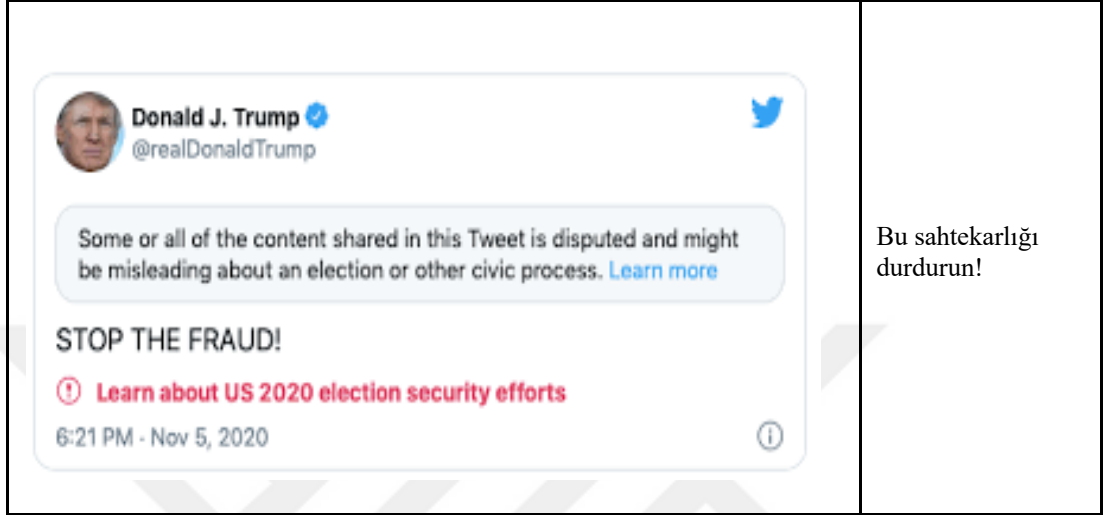
Donald Trump 4 Kasım 2020 tarihindeki paylaşımında “Dün gece birçok kilit eyalette, neredeyse tamamı Demokratların kontrolünde olmak üzere, açık ara öndeydim. Sonra, sürpriz oy pusulaları sayıldıkça birer birer sihirli şekilde kaybolmaya başladılar. ÇOK TUHAF ve anketçiler bunu tarihe geçecek bir hata olarak tamamen yanlış anladılar!” ifadelerini kullanmıştır. Söz konusu paylaşımında Donald Trump kendisinin önde olduğunu ancak seçimi çalmaya çalıştıklarını ima etmiştir. Twitter moderasyon ekibi

¹⁶³ Rob Lever, Twitter flags Trump tweets on election fraud as battle spills onto social media, <https://www.timesofisrael.com/twitter-flags-trump-tweets-on-election-fraud-as-battle-spills-onto-social-media/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

önce kullanıcıların Donald Trump’ın oy sayımına şüphe uyandırmaya çalışan tweetini okumadan önce bir sorumluluk reddi beyanına tıklamaya zorlamıştır. Bu uyarıda şu ifadeler yer verilmiştir: "Bu Tweette paylaşılan içeriğin bir kısmı veya tamamı tartışmalıdır ve bir seçim veya diğer toplumsal süreçler hakkında yanıltıcı olabilir “söz konusu uyarının içeriğine girildiğinde “Twitter’ı seçimleri veya başka bir toplumsal süreci manipüle etmek veya bunlara müdahale etmek amacıyla kullanamazsınız. Katılımı engelleyecek veya insanları toplumsal sürece ne zaman, nerede veya nasıl katılacakları konusunda yanlış yönlendirecek içerikleri yayınlamak veya paylaşmak buna dahildir. Toplumsal katılımın bütünlüğünü zedelemeye yönelik her türlü girişim ifade özgürlüğüne ilişkin temel ilkelerimize zarar vermektedir ve sonuç olarak, ihlal içeren gönderilere kullanıcılara içeriğin yanıltıcı olduğunu belirten etiketler uygulayacağız.” İfadelerine yer verilmiştir. Twitter ayrıca kullanıcıları “2020 seçim güvenliği çalışmaları hakkında bilgi edinin” başlıklı bir Twitter makalesine yönlendirmiştir. Twitter’ın uyguladığı moderasyona ek olarak platform yetkilisi yaptığı açıklamada “Ülke genelinde oylar hâlâ sayıldığı için ekiplerimiz, erken zafer ilan eden veya genel olarak seçimle ilgili yanıltıcı bilgiler içeren Tweetler hakkında yaptırım uygulamaya devam ediyor. Oylamayla ilgili yanıltıcı bilgiler yaymaya çalışan Tweetleri, spam içerikli davranışlarda bulunan hesapları ve seçim sonuçlarıyla ilgili zamanından önce veya yanlış iddialarda bulunan Tweetleri izlemeye devam edeceğiz. Ekiplerimiz dikkatli olmaya devam edecek ve Twitter'daki seçim konuşmalarının bütünlüğünü korumak için çalışmaya devam edecek. " açıklamasında bulunmuştur¹⁶⁴ .

Donald Trump’ın oy sayımına şüphe uyandırmaya çalışan paylaşımları devam etmiş ve Donald Trump 5 Kasım 2020 tarihindeki paylaşımında seçimi “sahtekarlık” olarak nitelendirmiştir (Şekil 6.8).

¹⁶⁴ Ryan Chatelain, Study: Despite labels, Trump's election misinformation tweets spread widely, <https://ny1.com/nyc/all-boroughs/technology/2021/08/26/study--despite-labels--trump-s-election-misinformation-tweets-spread-widely>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



Şekil 6.8: Donald Trump’ın 5 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı-I.¹⁶⁵

Donald Trump 5 Kasım 2020’deki paylaşımında büyük harflerle “Bu sahtekarlığı durdurun!” demiştir. Donald Trump bu paylaşımında takipçilerini seçim sürecinin gayri meşrulaştırılması etrafında örgütlemeyi amaçlamıştır. Twitter moderasyon ekibi bu paylaşımına da müdahale etmiş ve Trump’ın tweetini, 'Bu Tweette paylaşılan içeriğin bir kısmı veya tamamı tartışmalı ve seçim veya diğer sivil süreçler hakkında yanıltıcı olabilir' şeklinde uyarı etiketleriyle işaretlemiştir. Ayrıca Twitter kullanıcıları “2020 seçim güvenliği çalışmaları hakkında bilgi edinin” başlıklı bir Twitter makalesine yönlendirmiştir.

Donald Trump’ın seçimi kazanması gereken kilit eyaletler yavaş yavaş Biden’ın lehine dönerken, Donald Trump sosyal medya üzerinden Demokratların sahtekarlık yaptığını iddia etmeye devam etmiştir. Sosyal medya şirketi Twitter ise Donald Trump’ın resmi hesaplarındaki resmi paylaşımlara uyarılar yapmaya devam etmiş ve ABD seçimleri sırasında yanlış bilgilendirme konusunda pro-aktif bir yaklaşım benimsemeye

¹⁶⁵ Casey Tonkin, Facebook removes ‘Stop the Steal’ group, <https://ia.acs.org.au/article/2020/facebook-removes--stop-the-steal--group.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

çalışmıştır. Bu doğrultuda Donald Trump ve takipçilerinden gelen “yanlış” bilgilerin yayılmasını düzenlemek için iddialı adımlar atmıştır. Bu konudaki bir başka örnek ise Donald Trump'ın 5 Kasım 2020'deki paylaşımında görülmektedir. (Şekil 6.9).

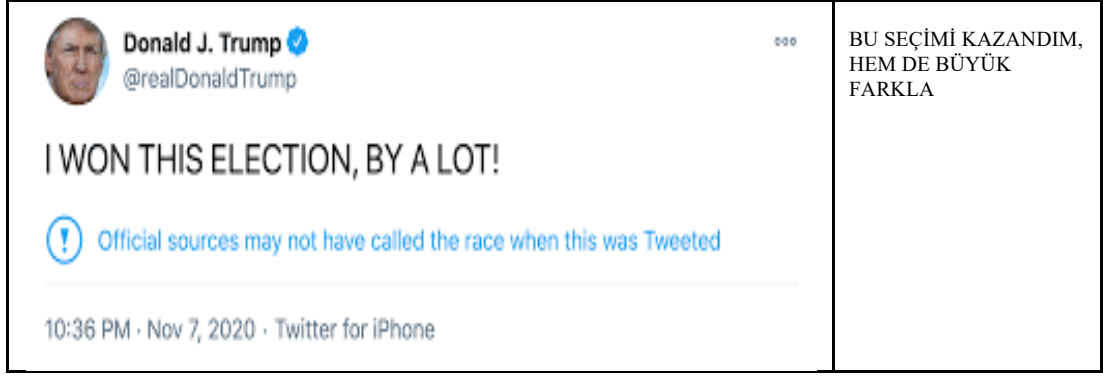


Şekil 6.9: Donald Trump'ın 5 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı-II.¹⁶⁶

Donald Trump 5 Kasım 2020'deki paylaşımında büyük harflerle “SEÇİM GÜNÜNDEN SONRA GELEN OYLAR SAYILMAYACAKTIR!” ifadelerine yer verilmiştir. Twitter'da, Trump'ın seçim gününden sonra gelen hiçbir oy sayılmayacaktır iddiasında bulunduğu bu gönderi Twitter'dan gelen ve bu tweetin "seçimler veya diğer sivil süreçler hakkında yanıltıcı olabileceğini" belirten bir notla etiketlenmiştir. Twitter ayrıca paylaşımın altında “bazı oyların hâlâ sayılması gerekebilir” açıklamasının yer aldığı bir doğruluk kontrolü kullanmıştır.

Donald Trump, zafer ilan etmek de dahil olmak üzere seçimle ilgili asılsız iddiaları defalarca paylaşmaya devam etmiştir. 7 Kasım sabahı, ülke genelinde sandıkların kapanmasından sadece birkaç saat sonra henüz sayılması gereken milyonlarca oy varken, Başkan Donald Trump Beyaz Saray'da sahneye çıkmış ve seçimi "zaten kazandığını" iddia etmiştir. (Şekil 6.10)

¹⁶⁶ jessica Blair Hermann, Twitter Profili, <https://twitter.com/JessicaBlairHer/status/1324413324944007169>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



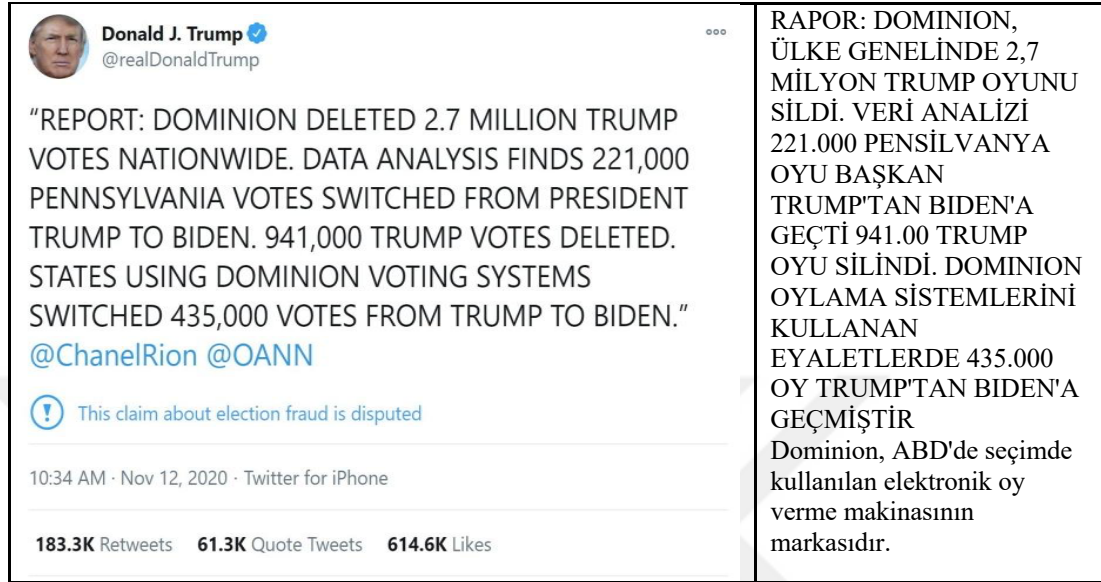
Şekil 6.10: Donald Trump’ın 7 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı.¹⁶⁷

ABD başkanlık seçimlerinin ardından basında Donald Trump’ın Demokrat rakibi Joe Biden’ın gereken 270 delege oyunu alarak seçimi kazandığı yönündeki haberler yer almıştır. Bu haberlerin ardından Donald Trump şekil 10’da yer alan Tweete atarak seçimi kazandığını iddia etmiştir. Söz konusu tweette Trump büyük harflerle “BU SEÇİMİ KAZANDIM, HEM DE BÜYÜK FARKLA” ifadelerini kullanmıştır. Bu erken iddia, birçok Demokratın, Trump kampanyasının seçim sonuçları hakkında şüphe uyandırmak amacıyla erken bir zafer ilan edeceği yönündeki korkularını doğrulamıştır. ABD Başkanı Donald Trump’ın cumartesi günü seçim zaferini ilan eden tweet’i, 883.200’den fazla retweet ve 1,1 milyon beğeniyle Twitter takipçilerinden büyük destek toplamıştır. Bu tweet 2 Ekim’de 909.600 retweet ve 1,8 milyon beğeni alan pozitif coronavirus testi sonucunu açıklayan tweetinden sonra ikinci sırada yer almıştır. Sosyal medya sitesi Twitter ise bu paylaşım ve paylaşımın yarattığı etkinin ardından pazartesi günü yaptığı açıklamada, ABD başkanlık ve kongre seçimlerinde erken zafer ilan eden tüm gönderilere uyarı etiketi ekleyeceğini bildirmiştir. Etiketler okuyuculara en az iki mesajdan birini söyleyecektir: "Resmi kaynaklar bu Tweet atıldığında yarışı adlandırmamış olabilir" veya "Resmi kaynaklar bu yarışı farklı şekilde adlandırdı." Şeklinde. Twitter, ayrıca yarış kesin olarak ilan edilene kadar adayların zafer iddiasında bulunamayacaklarını bildirmiştir¹⁶⁸. Bu duyurunun ardından Twitter ABD Başkanı Donald Trump’ın cumartesi günü seçim zaferini ilan eden tweetine "Resmi kaynaklar bu Tweet atıldığında yarışı adlandırmamış olabilir" ifadesi ile etiketlemiştir. Ancak Donald Trump yenilgiyi kabul etmemiş ve seçim

¹⁶⁷ Donald Trump, X Platformu, <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1325099845045071873>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁶⁸ Christiano Limo, Twitter forces Democratic candidate to delete post flouting voter suppression rules, <https://www.politico.com/news/2020/09/01/texas-democrat-deleted-twitter-post-407031>, [Erişim Tarihi: 19.08.2023]

sonrası mücadelesine devam ederek birçok hareketli eyaletteki "dolandırıcılığı" dile getiren tweetler atmaya devam etmiştir. Donald Trump bu tweetlerinden birinde Dominion oylama sistemi tarafından 2,7 milyon oyun 'silindiğini' iddia etmiştir. (Şekil 6.11)



Şekil 6.11: Donald Trump'ın 12 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımı¹⁶⁹

Beyaz Saray'dan gelen ve tamamı büyük harflerle atılan tweette Donald Trump, sansasyonel bir şekilde geçen hafta seçimlerde kendisine verilen 2,7 milyon oyunun elektronik oylama sistemi tarafından "silindiğini" iddia etmiştir. Donald Trump bu iddiasını “RAPOR: DOMINION, ÜLKE GENELİNDE 2,7 MİLYON TRUMP OYUNU SİLDİ. VERİ ANALİZİ 221.000 PENSİLVANYA OYU BAŞKAN TRUMP'TAN BIDEN'A GEÇTİ 941.00 TRUMP OYU SİLİNDİ. DOMINION OYLAMA SİSTEMLERİNİ KULLANAN EYALETLERDE 435.000 OY TRUMP'TAN BIDEN'A GEÇMİŞTİR” ifadeleri ile dile getirmiştir. Bu iddia, ABD'deki yerel yönetimlere seçimlerin yapılmasına yardımcı olacak yazılımlar üreten üç büyük şirketten biri olan Dominion Voting Systems adlı Kanadalı bir şirket hakkında öne sürülen iddialardan kaynaklanmaktadır. Başkanın bahsettiği ölçekteki iddialara dair herhangi bir kanıt olmasa da yazılım "aksaklıkları" ile ilgili bazı sorunlar yaşanmıştır. Michigan'daki oylama yetkilileri, bir yazılım arızasının başlangıçta Trump için Antrim İlçesindeki Biden'a yaklaşık 5000 oy verdiğini, bunun manuel yeniden sayımı tetiklediğini, oylama saatlerinin uzatıldığını ve sonuçların geciktiğini

¹⁶⁹ Giles and Horton, US election 2020: Is Trump right about Dominion machines?, <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-54959962>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

doğrulamıştır¹⁷⁰ . Devlet yetkilileri yaptıkları açıklamada ise hatanın seçim sonuçlarını etkilemeyen "münferit kullanıcı hatası" olduğunu söylemiştir. Dominion şirketi de web sitesinde iddialara ayrıntılı bir yanıt vermiş ve oylama sistemleriyle ilgili herhangi bir oy değiştirme veya iddia edilen yazılım sorunları hakkındaki iddiaları kategorik olarak reddettiğini söylemiştir. Daha sonra son günlerde karşı karşıya kaldığı bazı iddiaların ve bunları doğrulayan "gerçeklerin" bir dökümüne yer vermiştir. Şirket, herhangi bir yazılım sorununa ilişkin güvenilir bir rapor veya kanıt bulunmadığını ve seçim gününden önceki gece yazılım güncellemelerinin yapıldığına ilişkin iddiaların "yüzde 100 yanlış" olduğunu belirtmiştir. Böylece Trump'ın 2,7 milyon oyunun kendisinden makineler tarafından çalındığı iddiası da asılsız kalmıştır¹⁷¹ . Bu gelişmeler üzerine Twitter moderasyon ekibi Donald Trump'ın paylaşımını “Seçimde yolsuzluk iddiası tartışmalıdır “olarak etiketlemiştir.

ABD seçim sonuçları açıklandıktan ve Joe Biden'ın seçimi kazandığı belli olduktan sonra dahi Donald Trump yenilgiyi kabul etmeyi reddetmiştir. Donald Trump, 16 Kasım Pazartesi günü, ABD seçimlerini kazandığına dair sahte haberleri paylaşmaya devam etmiştir. (Şekil 6.12).

¹⁷⁰ David A. Graham, The Damage of Trump's Voter-Fraud Allegations Can't Be Undone, <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/06/election-confidence-fraud/612358/>, Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁷¹ David A. Graham, The Damage of Trump's Voter-Fraud Allegations Can't Be Undone, <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/06/election-confidence-fraud/612358/>, Erişim Tarihi: 17.08.2023]

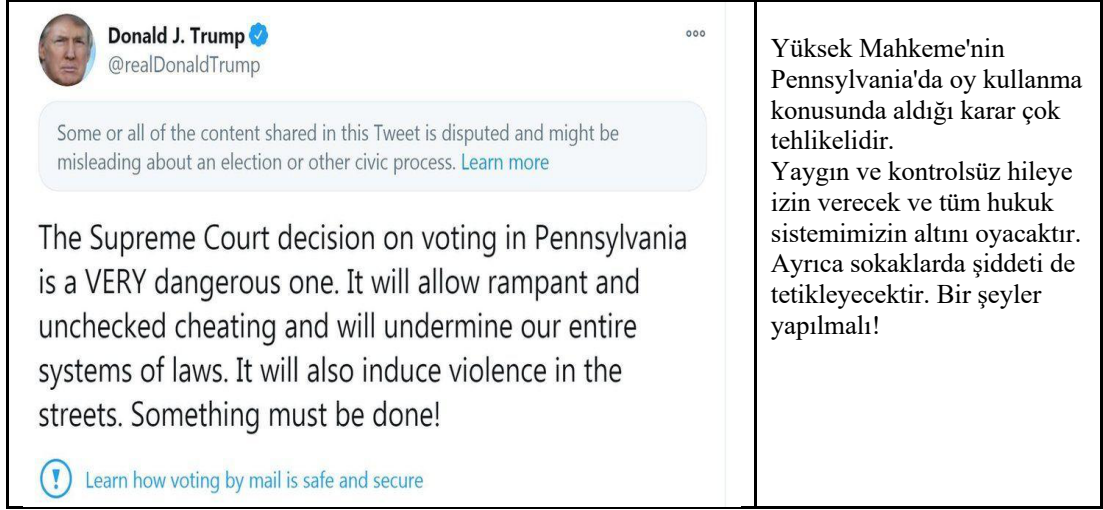
 Donald J. Trump @realDonaldTrump I won the Election! Multiple sources called this election differently 1:51 PM · Nov 16, 2020 · Twitter for iPhone 95.7K Retweets 84.6K Quote Tweets 654.2K Likes	Seçimi ben kazandım!
 Donald J. Trump @realDonaldTrump I WON THE ELECTION! Official sources called this election differently 10:25 AM · Nov 16, 2020 · Twitter for iPhone	SEÇİMİ KAZANDIM!

Şekil 6.12: Donald Trump’ın 16 Kasım 2020 Tarihindeki Paylaşımları.¹⁷²

Donald Trump 16 Kasım 2020 tarihinde birisi tamamen büyük harfle 2 paylaşım birden yapmış ve her ikisinde de “SEÇİMİ KAZANDIM!” demiştir. Ancak sosyal medya platformu Twitter Donald Trump’ın tweet’ine eklenen küçük bir sorumluluk reddi beyanı ile birçok kullanıcının dikkatini çekti ve Trump’ın her iki tweet’inde “birden fazla kaynak bu seçimleri farklı şekilde adlandırdı” ve “resmi kaynaklar bu seçimleri farklı şekilde adlandırdı” ifadeleri ile etiketlemiştir.

Donald Trump seçim sonuçları ile ilgili paylaşımlarını sadece siyasi aktörler üzerinden değil yargı mensupları üzerinden de yürütülmüştür. ABD Yüksek Mahkemesi kasım ayının son haftasında, Pennsylvania ve Kuzey Carolina’da yapılan seçimlerde postayla oy pusulalarının alınmasına yönelik sürelerin uzatılmasına izin veren bir karar almıştır. Yüksek Mahkeme bu kararın ardından Cumhuriyetçilerin Pennsylvania Yüksek Mahkemesi’nin oy pusulalarının Seçim Gününden sonra üç güne kadar sayılmasına izin veren kararının ertelenmesi yönündeki talebini reddetmiştir. ABD Yüksek Mahkemesi 4-4 oyla erteleme kararı vermemeye karar vererek eyaletin bu oyları saymasına izin vermiştir. Donald Trump ise Pensilvanya’da oylamaya ilişkin Yüksek Mahkeme kararını “çok tehlikeli” olarak nitelendirmiş eleştirmiştir. (Şekil 6.13)

¹⁷² Buzz Staff, Donald Trump Saying He ‘Won the Election’ Has Given Internet Much-needed Monday Optimism, <https://www.news18.com/news/buzz/donald-trump-saying-he-won-the-election-has-given-internet-much-needed-monday-optimism-3084209.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

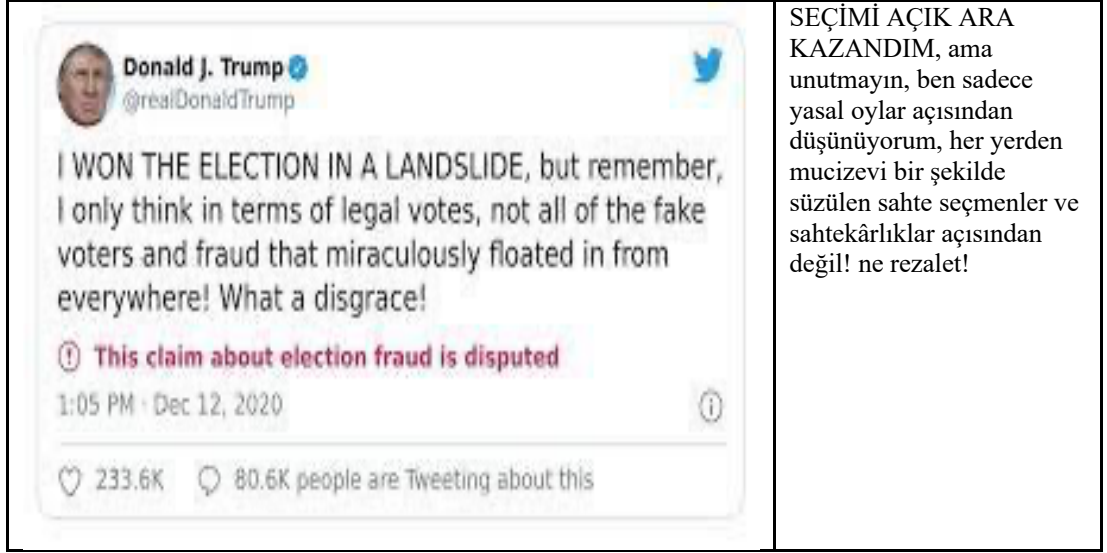


Şekil 6.13: Donald Trump’ın 3Aralık 2020 Tarihindeki Paylaşımları.¹⁷³

Donald Trump, 03 Aralık 2020 tarihinde Yüksek Mahkemeye, Seçim Günü damgası vurulmuş Pennsylvania posta yoluyla oy pusulalarının uzatılmış sayımına izin verme kararı nedeniyle öfkelenmiş ve bunun ülkede şiddetli huzursuzluğa yol açacağını belirten bir paylaşım yapmıştır. Donald Trump Twitter hesabından yaptığı açıklamada “Yüksek Mahkemenin Pennsylvania'da oy kullanma konusunda aldığı karar çok tehlikelidir. Yaygın ve kontrolsüz hileye izin verecek ve tüm hukuk sistemimizin altını oyacaktır. Ayrıca sokaklarda şiddeti de tetikleyecektir. Bir şeyler yapılmalı! İfadelerini kullanmıştır. Bu tweet seçim sonrasındaki şiddetli ayaklanmalardan Yüksek Mahkeme Nin sorumlu olacağını ima ederek işleri yeni bir seviyeye taşımıştır. Bu paylaşımın ardından sosyal medya platformu Twitter, tweet'e içeriğinin "tartışmalı" olduğunu ve "yanıltıcı olabileceğini" belirten bir sorumluluk reddi beyanı eklemiştir ve tweeti işaretlemiştir. Ardından kullanıcıları “Postayla gönderilen oy pusulalarıyla ilgili gerçekleri öğrenin” başlıklı bir Twitter makalesine yönlendirmiştir.

Donald Trump seçim sonrası tweetlerinde başkanlık yarışının meşruiyetini sorgulayıcı paylaşımlarını sürdürmüştür. Trump 12 Aralık 2020’de yaptığı paylaşımında yasal oylar sayıldığında seçim kendisinin kazandığını iddia ederek seçimin gayri meşru olduğunu ima etmiştir. (Şekil 6.14)

¹⁷³ Wulfsohn, Twitter censors Trump's tweet knocking Supreme Court's Pa. vote, Facebook also cracks down, <https://www.foxnews.com/media/twitter-censors-trumps-tweet-knocking-supreme-courts-pa-vote-facebook-also-cracks-down>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



Şekil 6.14: Donald Trump’ın 12 Aralık 2020 Tarihindeki Paylaşımları.¹⁷⁴

Donald Trump 12 Aralık 2020 tarihinde Twitter hesabından yaptığı açıklamada “SEÇİMİ AÇIK ARA KAZANDIM, ama unutmayın, ben sadece yasal oylar açısından düşünüyorum, her yerden mucizevi bir şekilde süzülen sahte seçmenler ve sahtekârlıklar açısından değil! ne rezalet!” ifadelerini kullanmıştır. Böylece seçimlere yasal olmayan oyların da karıştığını ve bu seçimlerin gayri meşru bir seçim olduğunu ima etmiştir. Halkın seçime olan güvenini baltalamaya yönelik bu paylaşım Twitter’ın moderasyon ekibi tarafından “Seçimde hile yapıldığına ilişkin bu iddia tartışmalıdır” ifadesi ile işaretlenmiştir. Donald Trump’ın tartışmalı ve potansiyel olarak yanıltıcı içerik nedeniyle etiketlenmiş bir diğer paylaşımı da 19 Aralık 2020’de yapılmıştır. (Şekil 6.15)

¹⁷⁴ Amisa Ratliff, 60% of President Donald Trump’s post-election tweets sought to undermine legitimacy of presidential race, <https://issueone.org/articles/60-of-president-donald-trumps-post-election-tweets-sought-to-undermine-legitimacy-of-presidential-race/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



Peter Navarro releases 36-page report alleging election fraud 'more than sufficient' to swing victory to Trump <https://t.co/D8KrMHnFdK>. A great report by Peter. Statistically impossible to have lost the 2020 Election. Big protest in D.C. on January 6th. Be there, will be wild!

Peter Navarro, seçim sahtekarlığının Trump'a zafer kazandırmak için 'yeterli' olduğunu iddia eden 36 sayfalık bir rapor yayınladı. <https://t.co/D8KrMHnFdK>. Peter'dan harika bir rapor. 2020 Seçimlerini kaybetmek istatistiksel olarak imkânsız. 6 Ocak'ta DC'de büyük protesto. Orada ol, vahşi olacak!

Şekil 6.15: Donald Trump'ın 19 Aralık 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşım-I.¹⁷⁵

Donald Trump 19 Aralık tarihli bu tweetinde Ekonomi Profesörü ve Beyaz Saray personeli olan Peter Navarro'nun seçim sürecinde sahtekarlık iddialarını destekleyici raporunu retweetleyerek takipçilerine ilk defa protesto çağrısında bulunmuştur. Donald Trump "Yeterli" kelimesini tırnak içerisinde belirterek ve istatistiki olarak seçimi kaybetmesinin imkânsız olduğunu vurgulamış ve seçimi kazandığı yönündeki söylemini ve kararlılığını yansıtmıştır. En son cümlesinde ise "Vahşi" kelimesini kullanarak büyük ve sansasyonel bir eylem olacağı izlenimi yaratmıştır. Donald Trump'ın 19 Aralık tarihli tweetinin ardından Twitter'ın moderatör ekibi söz konusu paylaşımı topluluk kurallarına uygunluk açısından içerik denetimine tabi tutmuştur. İçerik denetimi sistemleri ve uygulamaları, içeriğin bir sitenin veya platformun hizmet şartlarını ihlal edip etmediğini belirler ve kuralları karara bağlayacak ve uygulayacak kurumsal mekanizmaları içermektedir ¹⁷⁶. Twitter'ın moderatör ekibi @realDonaldTrump hesabındaki 19 Aralık tarihli bu Tweeti ve bunların etrafındaki bağlamı yakından inceledikten sonra yanlış bilgilerin önemli bir bağlam olmadan yayılma riskini sınırlamak için topluluk kurallarına uygun olarak söz konusu gönderiye şu yorumla yanıt vermiştir: "Bu seçim sahtekarlığı iddiası tartışmalıdır/This claim about elections fraud is disputed." Şekil 15'ten de görüleceği gibi Twitter'ın moderatör ekibi bu ifadeyi kırmızı punto ile Donald Trump'ın paylaşımının altına

¹⁷⁵ Philip Bumb, Peter Navarro wants you to know they only intended to overthrow the government peacefully, <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/01/05/peter-navarro-wants-you-know-they-only-intended-overthrow-government-peacefully/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁷⁶ James Grimmelman, "The Virtues of Moderation," Yale Journal of Law & Technology ,2015

etiketlemiştir. Twitter'ı moderatör ekibi bu etiket yönlendirmeleriyle takipçilerine etiketli tweetler hakkında daha fazla bilgi sağlamayı ve kullanıcıların bu tweetleri takipçilerine duyurmak isteyip istemedikleri konusunda daha bilinçli kararlar vermelerine olanak sağlamayı amaçlamıştır. Donald Trump 19 Aralık 2020 tarihinde seçimin meşruiyetini sorgulayan paylaşımlarına devam etmiştir. (Şekil 6.16)



Şekil 6.16: Donald Trump'ın 19 Aralık 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşımı-II.¹⁷⁷

Donald Trump 19 Aralık 2020 tarihinde Twitter hesabından yaptığı açıklamada “Yılın yalanı Joe Biden'ın kazandığıdır! Christina Bobb” ifadelerini kullanmıştır. Bu paylaşımın ardından Twitter, seçim yetkililerinin Joe Biden'ı gelecek dönem başkanı olarak onayladığını göstermek için ABD başkanlık seçimiyle ilgili yanlış bilgilerle ilgili uyarı etiketlerini güncellemiştir. Mikro-blog platformu Twitter halihazırda Donald Trump'ın yukarıda yer alan tweet'ini şu yeni etiketle etiketlemiştir: "Seçim yetkilileri Joe Biden'ı ABD Başkanlık seçimlerinin galibi olarak onayladı. “Ardından yaptığı açıklamada Demokrat aday Joe Biden’ın, Associated Press, NBC News ve diğer medya kuruluşlarının tahminlerine göre, yarışı kazanmak için gereken 270 Seçim Kurulu oyu aşarak 2020 başkanlık seçimlerinde görevdeki Başkan Trump'ı mağlup ettiğini belirtmiştir.”¹⁷⁸

¹⁷⁷ Linda Ikeji, "The lie of the year is that Joe Biden won!" Donald Trump tweets, <https://www.lindaikojisblog.com/2020/12/the-lie-of-the-year-is-that-joe-biden-won-donald-trump-tweets-2.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁷⁸ The Associated Press, Biden officially secures enough electors to become president, <https://www.nbcnews.com/politics/2020-election/biden-officially-secures-enough-electors-become-president-n1250085>, [Erişim Tarihi: 14.08.2023]

Trump, olağan seçim süreci söz konusu olduğunda gerçekleri defalarca göz ardı etmiş ve Başkan seçilen Joe Biden'ın oylarındaki sürpriz artışlar nedeniyle seçimi şaibeli olarak nitelendirmiştir. (Şekil 6.17)



Şekil 6.17: Donald Trump'ın 6 Ocak 2020 Tarihinde Yaptığı Paylaşımı.¹⁷⁹

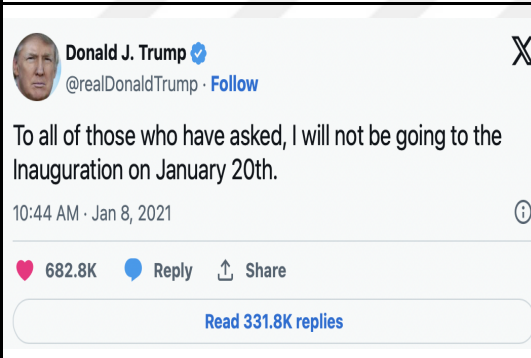
Donald Trump 19Aralık 2020 tarihinde Twitter hesabından yaptığı açıklamada “Görünüşe göre Cumhuriyetçi adaylara karşı büyük bir seçmen kıyımı hazırlıyorlar. Ne kadar oya ihtiyaçları olduğunu görmek için bekliyorlar.” İfadelerini kullanmıştır. Ancak Twitter bu paylaşımı “kanıt yok” etiketi ile işaretlemiştir.

6 Ocak 2021'de ABD Başkanı Donald Trump'ın 2020 başkanlık seçimlerinde yenilgisinin ardından destekçilerinden oluşan bir kalabalık Washington DC'deki ABD Kongre Binasına saldırdı. Kalabalık, Kongre'nin ortak oturumunu engelleyerek Trump'ı iktidarda tutmaya çalışmıştır. Olaydan kısa bir süre önce, olay sırasında veya sonrasında beş kişi ölmüştür. Ölenlerden biri Kongre Binası Polisi tarafından vurulmuş, diğeri aşırı dozda uyuşturucudan ölmüş ve aralarında bir polis memurunun da bulunduğu üç kişi doğal nedenlerden ölmüştür. Olaylarda ayrıca 138'i polis memuru olmak üzere çok sayıda kişi yaralanmıştır. Saldırıya müdahale eden dört polis memuru yedi ay içinde intihar ederek hayatını kaybetmiştir 7 Temmuz 2022 itibarıyla saldırganların neden olduğu maddi zararın 2,7 milyon doları aştığı bildirilmektedir ¹⁸⁰.

¹⁷⁹ BBC Verify, Georgia election: Trump voter fraud claims and others fact-checked, <https://www.bbc.com/news/55561877>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

¹⁸⁰ United States Attorney's Office District of Columbia, 30 Months Since the Jan. 6 Attack on the Capitol, <https://www.justice.gov/usao-dc/30-months-jan-6-attack-capitol>, [Erişim Tarihi: 27.08.2023]

Kongre baskının ardından Donald Trump paylaşımlarına devam etmiş ve 8 Ocak 2021'de 2 tweet atmıştır (Şekil 6.18).

	Bana, ÖNCE AMERİKA ve AMERİKA'YI YENİDEN BÜYÜK YAPMAK için oy veren 75.000.000 büyük Amerikan Vatanseveri, gelecekte de DEV BİR SESE sahip olacak. Onlara hiçbir şekilde, hiçbir biçimde saygısızlık edilmeyecek ya da adaletsiz davranılmayacaktır!!!
	-Soran herkese, 20 Ocak'taki Yemin Törenine gitmeyeceğimi bildirmek isterim.

Şekil 6.18: Donald Trump'ın 8 Ocak 2021 Tarihinde Yaptığı Paylaşımlar.¹⁸¹

8 Ocak 2021'de Başkan Donald Trump önce şu tweete atmıştır: “Bana, ÖNCE AMERİKA ve AMERİKA'YI YENİDEN BÜYÜK YAPMAK için oy veren 75.000.000 büyük Amerikan Vatanseveri, gelecekte de DEV BİR SESE sahip olacak. Onlara hiçbir şekilde, hiçbir biçimde saygısızlık edilmeyecek ya da adaletsiz davranılmayacaktır!!!” Kısa süre sonra Başkan diğer tweet atmıştır: “Soran herkese, 20 Ocak'taki açılış törenine gitmeyeceğim. “Twitter moderasyon ekibi yukarıda atıfta

¹⁸¹ Alex Howard, X Profile, <https://twitter.com/digiphile/status/1347625716779769864>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

bulunulan iki tweeti, başkalarını şiddet içeren eylemleri tekrarlamaya teşvik edebilecek şiddetin yüceltilmesini önlemeyi amaçlayan Şiddetin Yüceltilmesi politikası kapsamında değerlendirmiş ve bunların, insanları meydana gelen suç eylemlerini tekrarlamaya teşvik etme ve ilham verme ihtimalinin yüksek olduğunu belirlemiştir. Twitter tespitleri aşağıda açıklanan bir dizi faktöre dayandırmıştır¹⁸²:

- Başkan Trump'ın göreve başlama törenine katılmayacağını açıklaması, bazı destekçileri tarafından seçimin meşru olmadığına bir kanıtı olarak algılanmaktadır ve Trump'ın, yardımcısı tarafından gönderilen yukarıdaki iki Tweet yoluyla daha önceki iddiasını reddetmesi olarak görülmektedir.
- İkinci Tweet aynı zamanda potansiyel olarak şiddet içeren eylemleri düşünenlere, kendisinin katılmayacağı için açılışın "güvenli" bir hedef olacağı konusunda teşvik görevi görebilir.
- Destekçilerinden bazılarını tanımlamak için "Amerikan Vatanseverleri" kelimelerinin kullanılması, aynı zamanda ABD Kongre Binası'nda şiddet eylemleri gerçekleştirenlere destek olarak da yorumlanmıştır
- Destekçilerinin “Uzun bir gelecekte DEV SES”e sahip olduklarından ve “Onlara hiçbir şekilde veya biçimde saygısızlık edilmeyecek veya haksız muameleye maruz kalmayacak!!!” ifadesi Başkan Trump'ın "düzenli bir geçiş" kolaylaştırmayı planlamadığının ve bunun yerine seçimi kazandığına inananları desteklemeye, güçlendirmeye ve korumaya devam etmeyi planladığının bir başka göstergesi olarak yorumlanmıştır.
- Gelecekteki silahlı protestolara yönelik planlar, 17 Ocak 2021'de ABD Kongre Binası ve eyalet başkenti binalarına yönelik önerilen ikincil saldırı da dahil olmak üzere Twitter içinde ve dışında hızla çoğalmaya başlamıştır.

Twitter yukarıdaki iki tweetin muhtemelen başkalarına 6 Ocak 2021'de meydana gelen şiddet eylemlerini tekrarlama konusunda ilham vereceği ve bunların bunu yapmaya teşvik olarak algılandığına ve anlaşıldığına dair birden fazla göstergenin bulunduğu yönünde kanıya varmıştır. Bu bağlamda @realDonaldTrump hesabındaki son tweetleri ve bunların etrafındaki bağlamı (özellikle bunların Twitter'da ve Twitter

¹⁸² Twitter Blog, Permanent suspension of @realDonaldTrump, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension, Erişim Tarihi: 17.01.2023]

dışında nasıl alındığını ve yorumlandığını) yakından inceledikten sonra, şiddeti daha fazla kışkırtma riski nedeniyle söz konusu tweetleri silmiş ve hesabı kalıcı olarak askıya almıştır. Bu moderasyon tercihi bir başkana yönelik ilk ve en katı uygulama olarak değerlendirilmektedir. Twitter daha sonra bu kararı, karar alma sürecinde denge kurmak adına bağımsız bir denetim kurumu olarak kurulmuş bir uzman organ olan Gözetim Kurulu'na havale etmiştir. Kurul bu kararı onamıştır; ancak askıya alma işleminin açık uçlu yapısını ve askıya alınan hesapların ne zaman ve ne zaman geri getirilip getirilmeyeceğine ilişkin net kriterlerin bulunmamasını eleştirerek, Twitter'ı daha orantılı bir yanıt belirlemek üzere konuyu incelemeye yönlendirmiştir. Twitter kurula cevaben, Trump'ın uzaklaştırma cezasının kaldırılıp kaldırılmayacağına ilişkin herhangi bir karar vermeden önce, kamu güvenliğine yönelik riskin azalıp azalmadığını değerlendireceğini bildirmiştir. Böylece ilk askıya alma tarihi olan 7 Ocak 2021'den itibaren iki yıllık süreli bir uzaklaştırma uygulamıştır. Bu süre böyle bir uzaklaştırma için benzeri görülmemiş bir süredir¹⁸³. Twitter ayrıca bu sürede sivil ayaklanma ve devam eden şiddet zamanlarında kamuya mal olmuş kişilerin hesaplarının kısıtlanabileceği koşullarını da açıklığa kavuşturmuş ve platform içi ve platform dışı yakın zarar risklerine ilişkin değerlendirmelerine rehberlik edecek politika ve ürün eylemlerini ortaya koyan yeni bir Kriz Politikası Protokolü sunmuştur.

¹⁸³ Nick Clegg, Ending Suspension of Trump's Accounts With New Guardrails to Deter Repeat Offenses, <https://about.fb.com/news/2023/01/trump-facebook-instagram-account-suspension/>, Erişim Tarihi: 17.01.2023]

6. SONUÇ

Sosyal medya platformları dünya çapında insanların günlük olarak etkileşimde bulunduğu ve bilgi paylaştığı en önemli kanallardan biridir. Bu platformlardan biri olan Twitter da kullanıcıların düşüncelerini, görsellerini ve haberlerini anında paylaşımlarına olanak sağlıyor. Ancak bu özgürlüğün sınırları özellikle siyasi figürler ve ünlüler söz konusu olduğunda sorunlu hale gelebilmektedir.

Bu çalışma 2020 ABD başkanlık seçimi sonrasında yaşanan 6 Ocak 2021 protestolarına giden süreci ve bu süreçte Donald Trump'ın paylaştığı Twitter içeriklerini Twitter'daki kamusal söyleme odaklanarak Twitter'ın sosyal medya moderasyonu perspektifinden vaka incelemesi yaklaşımıyla incelemektedir. Donald Trump'ın ABD Başkanı olarak görev yaptığı dönem boyunca Twitter, Trump'ın politika açıklamalarını, düşüncelerini ve hatta siyasi rakiplerine yönelik eleştirilerini içeren tweetlerine ev sahipliği yapmıştır. Ancak, bazı tweetleri, Twitter'ın içerik kurallarını ihlal etme potansiyeline sahiptir. Özellikle şiddeti teşvik eden veya yanıltıcı bilgiler içeren tweetler, moderasyon ekiplerinin dikkatini çekmiş ve Twitter, sosyal medya platformlarında dezenformasyonu önlemek amacıyla geliştirilmiş bir çözüm yöntemi olarak bazı gönderilerin üzerine etiket eklemeyi uygulamaya koymuştur. Etiketler, içeriğin Twitter'ın yanıltıcı bilgilerle ilgili politikalarını ihlal ettiğinin belirlenmesinin ardından ilk olarak moderasyon ekibi tarafından uygulanmaktadır. Bu değerlendirmeler, otomatik araçlara daha fazla bilgi sağlamak ve hizmet genelinde benzer içerikleri belirleme ve etiketlemeye yönelik proaktif kapasitesini geliştirmek için kullanılmaktadır. Platform şirketlerinin etiketleme ve kaldırma çabaları, yanlış bilgileri denetleme konusundaki istekliliklerinde büyük bir değişimin sinyalini verilmiştir. Bu uygulama en geniş kapsamlı olarak Donald Trump'ın paylaştığı Twitter içeriklerinde kullanmıştır.

Trump'ın seçim süreci boyunca attığı pek çok tweet, Twitter tarafından, özellikle seçmen sahtekarlığı ve sonuçlarla ilgili iddialar konusunda potansiyel olarak yanıltıcı olduğu gerekçesiyle işaretlenmiştir. Trump seçim öncesinde ve sırasında özellikle posta ile oy kullanma konusunda iddialarda bulunmuştur. Donald Trump oy

pusulalarının büyük ölçüde sahtekarlıktan başka bir şey olmayacağını oy pusulalarında sahtecilik yapılacağını ve hatta yasa dışı olarak basılacağını ve sahtekarlıkla imzalanacağını iddia etmiştir. Trump, özellikle ve delil olmaksızın, postayla oy vermenin dolandırıcılığa karşı özellikle duyarlı olduğunu iddia ederek bunu, oy pusulalarının posta kutularından çalındığı, seçmen imzalarının rutin olarak taklit edildiği ve hatta oy pusulalarının yasa dışı olarak basıldığı kanunsuz, düzenlenmemiş bir uygulama olarak göstermiş ve bu konuda bir dizi suçlama tweeti atmıştır. Bu paylaşımların ardından Twitter moderasyon ekibi oylama süreçleri hakkında potansiyel olarak yanıltıcı bilgiler içerdiği ve postayla gönderilen oy pusulaları hakkında ek bağlam sağlamak üzere "bilgiyi doğrulama" etiketi ile etiketlendiğini bildirmiştir. Twitter ayrıca Donald Trump'ın tweetine yeni bir dil eklemiş ve kullanıcıları *"Postayla gönderilen oy pusulalarıyla ilgili gerçekleri öğrenin"* başlıklı bir Twitter makalesine yönlendirmiştir. Dolayısıyla Twitter, başkanın posta yoluyla oy pusulalarına ilişkin asılsız iddiasını, tweet'i "tartışmalı" olarak nitelendiren bir yanlış bilgi uyarısının arkasına gizleyerek geri çevirmiştir. Twitter ayrıca, görüntülenebilir ancak kısıtlı olan gizli tweet için alıntı yapılmayan retweetleri, beğenileri ve yanıtları da devre dışı bırakmıştır.

Twitter zararlı ve yanıltıcı bilgileri hizmetten kaldırmak için devam eden moderasyon çabalarına ek olarak, Donald Trump'ın COVID-19 hakkında da yanıltıcı bilgiler içerebilecek tweetlerine de etiket uygulamıştır. Trump COVID-19 hakkında endişelenmeye veya ekstra önlem almaya gerek olmadığını ve herkesin onunla yaşamayı öğrenmesi gerektiğini açıkça belirtmiştir. Doktorların, halk sağlığı uzmanlarının ve daha pek çok kişinin bu tehlikeli yanlış bilgilendirmeyi dile getirmesiyle Twitter'ın moderasyon ekibi, COVID-19 hakkındaki yanlış bilgilendirme politikası gereği Donald Trump'ın tweet'ini *"yanıltıcı ve potansiyel olarak zararlı içerik"* olarak etiketlemiştir.

Donald Trump'ın *"yanıltıcı ve potansiyel olarak zararlı içerik"* olarak etiketlenmiş paylaşımları bununla sınırlı değildir. 2020 seçimleri daha sonuçlanmadan önce Başkan Donald Trump, kendisinin galip ilan edildiği alternatif bir gerçekliğin temelini atmış ve neredeyse her fırsatta yarışın bütünlüğüne yönelik iddialarda bulunmuştur. Trump'ın seçimin gayri meşruluğuna ilişkin iddiaları büyük ölçüde, COVID-19 nedeniyle kapsamı genişletilen postayla oylamaya dayanmaktadır. Trump'ın, postayla oylamaya karşı 70'ten fazla tweet atmış ve çoğunlukla bunun dolandırıcılığın

artmasına yol açtığını iddia etmiştir. Ancak bununla ilgili herhangi bir tehlike olduğuna dair hiçbir kanıt elde edilememiştir.¹⁸⁴ Böylece Donald Trump'ın söz konusu paylaşımları Twitter'ın yanıltıcı bilgilerle ilgili politikaları kapsamında gözden geçirilmiş ve moderasyona tabi tutulmuştur. Twitter yaptığı açıklamada oylamayla ilgili yanıltıcı bilgiler yaymaya çalışan Tweetleri, spam içerikli davranışlarda bulunan hesapları ve seçim sonuçlarıyla ilgili zamanından önce veya yanlış iddialarda bulunan Tweetleri izlemeye devam edeceklerini deklare etmiştir. Tüm bu gelişmeler neticesinde sahte haberler çok önemli bir konu haline gelmiş ve çoğu kişi bunun gelecek seçimlerde nasıl bir etki yaratabileceği konusunda endişelenmeye başlamıştır. Öyle ki Pew Araştırma Merkezi'nin yaptığı bir araştırma, başkanlık seçimlerinden sonra ABD'deki yetişkinlerin %64'ünün sahte haberlerin "büyük ölçüde" kafa karışıklığına neden olduğunu söylediğini ortaya çıkarmıştır.¹⁸⁵

Sosyal medya şirketi Twitter Trump'ın resmi hesaplarındaki resmi paylaşımlara uyarılar yapmaya devam etmiş ve ABD seçimleri sırasında yanlış bilgilendirme konusunda proaktif bir yaklaşım benimsemeye çalışmıştır. Bu kapsamda yaptığı açıklamada ABD'li kullanıcılara seçimle ilgili yanlış bilgilerin konusu olması muhtemel konuları önleyici olarak ele alan yönlendirmeler sunacağını bu doğrultuda postayla oy verme ve seçim sonuçları hakkındaki yanlış bilgileri önleyici bir şekilde çürüteceğini duyurmuştur.¹⁸⁶ Ancak Trump'ın oy sayımına şüphe uyandırmaya çalışan paylaşımları devam etmiştir. Donald Trump bu paylaşımda takipçilerini seçim sürecinin gayri meşrulaştırılması etrafında örgütlemeyi amaçlamıştır. Twitter moderasyon ekibi bu paylaşıma da müdahale etmiş ve Trump'ın tweetini, *'Bu Tweette paylaşılan içeriğin bir kısmı veya tamamı tartışmalı ve seçim veya diğer sivil süreçler hakkında yanıltıcı olabilir'* şeklinde uyarı etiketleriyle işaretlemiştir.

Donald Trump'ın seçimi kazanması gereken kilit eyaletler yavaş yavaş Biden'ın lehine dönerken, Donald Trump sosyal medya üzerinden Demokratların sahtekarlık yaptığını iddia etmeye devam etmiştir. Donald Trump, zafer ilan etmek de dahil olmak üzere

¹⁸⁴ Jane Timm, Fact-checking Trump's claims of election fraud

,<https://finance.yahoo.com/video/fact-checking-trumps-claims-election-132241634.html>, [Erişim Tarihi: 16.01.2023]

¹⁸⁵ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. *et al.* The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nat Rev Psychol* 1, 13–29 (2022).

¹⁸⁶ Trinidad Morina, Delusion Confusion Collusion: Who Trump Who, TMJ Publishing, 2020

seçimle ilgili asılsız iddiaları defalarca paylaşmaya devam etmiştir. Sosyal medya izleme sitesi Tweetbinder'a göre Trump, bu yılki yeniden seçilme kampanyası sırasında 1 Ocak'tan 3 Kasım'a kadar 5.020 kez tweet atmıştır. Resmi @realdonaldtrump Twitter hesabını açtığı 2009 yılından bu yana 46.000'den fazla tweet göndermiştir (Doğantekin, 2020)¹⁸⁷. Trump, seçimi "Amerikan kamuoyuna yönelik bir sahtekarlık" olarak nitelendirmiş ve kusurlu delilleri öne sürerek açıkça bu seçimi kazandığı belirtmiştir. 2020 seçimlerindeki rekor katılıma rağmen seçimlerden önceki aylar boyunca ve sonrasındaki haftalar boyunca, dönemin Başkanı Donald Trump, bir güven krizi yaratmak ve 2020 başkanlık seçimlerinin sonuçlarını tersine çevirmek amacıyla Twitter hesabını sistematik olarak seçimle ilgili yüzlerce "yalanı" yayınlamak için kullanmıştır. Rattliff (2021)¹⁸⁸ tarafından yapılan araştırmada seçim sonrası tweetlerinde, Trump'ın 57 kez seçime "hileli" dediğini, asılsız bir şekilde seçimin "çalındığını" veya Demokratların 57 kez "çalmaya" çalıştığını iddia ettiğini, hatalı bir şekilde "kazandığını" ilan ettiğini tespit etmiştir. Ayrıca Trump sonucu 12 kez yanlışlıkla kendi lehine "heyelan" bir zafer olarak nitelendirmiştir. Sosyal medya sitesi Twitter ise bu paylaşımların ve yarattığı etkilerin ardından yaptığı açıklamada, ABD başkanlık ve kongre seçimlerinde erken zafer ilan eden tüm gönderilere uyarı etiketi ekleyeceğini bildirmiştir. Ancak Donald Trump yenilgiyi kabul etmemiş ve seçim sonrası mücadelesine devam ederek birçok hareketli eyaletteki "dolandırıcılığı" dile getiren tweetler atmaya devam etmiştir. Bu gelişmelerin ardından 6 Ocak 2021'de ABD Başkanı Donald Trump'ın 2020 başkanlık seçimlerinde yenilgisinin ardından destekçilerinden oluşan bir kalabalık Washington DC'deki ABD Kongre Binası'na saldırmıştır. Kongre baskının ardından Donald Trump paylaşımlarına devam etmiştir. Twitter ise @realDonaldTrump hesabındaki tweetleri ve bunların etrafındaki bağlamı yakından inceledikten sonra, şiddeti daha fazla kışkırtma riski nedeniyle söz konusu tweetleri silmiş ve hesabı kalıcı olarak askıya almıştır. Trump'ın hesabı, 2021 yılında ABD Kongresi'ne yönelik şiddeti teşvik ettiği iddiaları üzerine Twitter tarafından askıya alınmıştır. Twitter Trump'ın da diğer kullanıcılar gibi Topluluk Standartlarına

¹⁸⁷ Vakkas Dogantekin, Trump's 'I WON' tweet inch away from breaking record, AA, <https://www.aa.com.tr/en/americas/trumps-i-won-tweet-inch-away-from-breaking-record/2037271>, 2020

¹⁸⁸ Amisa Ratliff, 60% of President Donald Trump's post-election tweets sought to undermine legitimacy of presidential race, Issue One, <https://issueone.org/articles/60-of-president-donald-trumps-post-election-tweets-sought-to-undermine-legitimacy-of-presidential-race/>, 2021

tabi olduğunu ihlalleri ışığında, kendisinin artık tekrarlanan suçlar nedeniyle daha yüksek cezalarla da karşı karşıya kalacağını, bu cezaların, güncellenmiş protokol kapsamında sivil ayaklanmalarla ilgili olarak askıya alınan hesapları eski durumuna getirilen diğer kamuya mal olmuş kişiler için de geçerli olacağını deklare etmiştir. Trump'ın daha fazla ihlal içeren içerik yayınlaması durumunda içerikleri kaldırılacak ve ihlalin ciddiyetine bağlı olarak bir ay ile iki yıl arasında uzaklaştırma cezasına çarptırılacaktır.¹⁸⁹ Bu olay, moderasyonun siyasi liderler ve ünlü kişiler üzerindeki etkisinin bir örneği olarak dikkat çekmiştir. Twitter, kullanıcı güvenliği ve içerik kurallarına uygunluğun önemini vurgulayarak bu kararı savunmuştur. Trump'ın hesabının askıya alınması, Twitter ve diğer sosyal medya platformlarının moderasyon politikalarının nasıl uygulanması gerektiği konusunda birçok tartışmayı beraberinde getirmiştir. Özellikle siyasi liderlerin platformları nasıl kullanabileceği, ifade özgürlüğü ve toplumun güvenliği arasındaki denge, gelecekte de önemli bir konu olarak kalacaktır.

Bu sonuçlardan hareketle özellikle stratejik iletişim planlamaları yapılırken içeriklerin ve kullanılan söylemin dikkatle seçilmesi gerekmektedir. Bu planlamanın sosyal medya platformlarının uyguladığı moderasyon yöntemi ve anlayışı göz ardı edilerek yapıldığında çok büyük çaplı dijital varlığın kaybı söz konusu olabilecektir. Sosyal medya varlıklarının kaybı günümüz dünyasında neredeyse dilsiz kalmak kadar yıkıcı bir etkiye sahiptir. Kriz durumları başta olmak üzere kişinin veya kurumların kamuoyuna seslenememe hali açıkça yaşanabilecek bir dijital intihar bile sayılabilir.

Ülkeler gün geçtikçe sosyal medya kanunları ve yönetmelikleri yayınlamaktadır. Hükümetlerin Santa Clara Prensiplerinde de belirttiği gibi sosyal medya şirketlerini topluluk kurallarını şeffaflaştırma ve anlaşılabilir kılmaya yönelik adımlar atmasına teşvik etmelidirler. Sosyal medya şirketleri moderasyon sürecini ve topluluk kurallarını kar gütmeye amacının dışında kullanıcılarını nefret, dezenformasyon ve şiddet öğelerinden koruma gayesi taşımalarıdır. Bu negatif öğeleri kısıtlarken de bireyin en temel haklarından olan ifade özgürlüğüne müdahale etmeden kaçınılmalıdır.

¹⁸⁹ Nick Clegg, Ending Suspension of Trump's Accounts With New Guardrails to Deter Repeat Offenses, <https://about.fb.com/news/2023/01/trump-facebook-instagram-account-suspension/>, Erişim Tarihi: 17.01.2023]

Bu tezin temel kaynağı olarak sayabilecek iki araştırmacı Sarah T. Roberts ve Tarleton Gillespie sayesinde moderasyon kavramı ve süreci iletişim bilimlerinde konuşulmaya ve tartışılmaya başlanmıştır. Sarah T. Roberts sayesinde sadece bir tanımlama ve açıklama süreci değil sosyal medya şirketlerinin de kabul ettiği önemli bir prensipler bütünü ortaya çıkmıştır. İleride bu konuda araştırma yapacak bilim insanları yeni yeni ortaya çıkan deplatforming, dijital varlık ve yokluk dijital medya eko-politiğine değinerek ve araştırarak, ileride dijital atmosferde karşımıza çıkabilecek birçok sorunsalın üstünden gelmemize fırsat tanıyabilir.



KAYNAKÇA

- “Report of the Defence Science Board Task Force on Strategic Communication”, *US Department of Defense*, Washington 2004. <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA428770.pdf>, [Erişim Tarihi: 07.08.2023]
- A. Baran Dural, "Antonio Gramsci ve Hegemonya", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2012.
- A. Cevdet Aşkın, Dijital Gözetim Toplumu Bağlamında Sosyal Ağlara Eleştirel Bir Yaklaşım, *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim alışmaları Dergisi (İSAÜİDER)*; 10(22): 261-281, 2022
- Aamer Madhani ve Jill Colvin, 'A farewell to @realDonaldTrump, gone after 57,000 tweets', <https://apnews.com/article/twitter-donald-trump-ban-cea450b1f12f4ceb8984972a120018d5>, Erişim Tarihi: 23.5.2023
- Adrian Chen, The Internet's Invisible Sin-Eaters, <https://www.theawl.com/2014/10/the-internets-invisible-sin-eaters>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Alex Howard, X Profile, <https://twitter.com/digiphile/status/1347625716779769864>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Ali Aydın. *Sosyal medyanın ekonomi politiği İçinde Yeni ve geleneksel medya okumaları* (Ed. R. elik & S. Dalgaldere) (s. 185-200). İstanbul: İskenderiye Kitap-41. (2015)
- Amisa Ratliff, 60% of President Donald Trump’s post-election tweets sought to undermine legitimacy of presidential race, <https://issueone.org/articles/60-of-president-donald-trumps-post-election-tweets-sought-to-undermine-legitimacy-of-presidential-race/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Anna Gibson, Free Speech and Safe Places: How Moderation Policies Shape Online Discussion Spaces. *Socail Media and Society*, 1-15, 2019.
- Ansgar Zerfass ve Simone Huck, (2007). Innovation, communication and leadership: New developments in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(2), 107-122.
- Ansgar Zerfass, Corporate communication revisited: Integrating business strategy and strategic communication. In A. Zerfass, B. van Ruler, & K. Sriramesh (Eds.), *Public relations research. European and international perspectives and innovations* (pp. 65–96), 2008.

- Anthony Giddens, *Sosyoloji*. (Çev. C. Güzel), (İstanbul: Kırmızı Yayınları. 2009)
- Antonio Gramsci, *Aydınlar ve Toplum*, (Can, İstanbul, 1967)
- Antonio Gramsci, *Hapishane Defterleri*, (Çev. Kenan Somer, Ankara: Aşina, 2009)
- Armant Mattelart, (*The Globalization of Surveillance*. (Cambridge, Polity Press., 2010, 7)
- Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararı, Cengiz ve Diğerleri, Başvuru No. 48226 ve 14027, Bölüm 2, Strazburg
- Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, Akdeniz ve Türkiye, B. No: 20877/10, Strazburg, Erişim 3
- Ayhan Biber ve Eda Turancı, Toplumsal Şeytan Üçgeni: İktidar, Hegemonya ve Propaganda. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (21), 28-41. 9, 2014.
- Ayla Özhan Dedeoğlu ve Elif Üstündağlı. Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzi ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi/Consumers' Life Style, Social Identity and Consumption Practices in the Context of Communities of Practice. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 23., 2011,
- BBC Verify, Georgia election: Trump voter fraud claims and others fact-checked, <https://www.bbc.com/news/55561877>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Betteke Van Ruler vd. (2000). European body of knowledge on public relations/communication management. Report of the Delphi project 2000. Gent: Ljubljana.
- Blog Twitter, An update on Twitter Transparency Reporting, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2023/an-update-on-twitter-transparency-reporting, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Brahat Ganesh ve Jonathan Bright, Countering Extremists on Social Media: Challenges for Strategic Communication and Content Moderation. *Policy and Internet*, 12 (1), 5-18, 2020.
- Brian Loader ve Dan Mercea, (2011). Networking Democracy? Social Media Innovations and Participatory Politics. *Information, Communication and Society*, 14 (6): 757-769.
- Buzz Staff, Donald Trump Saying He 'Won the Election' Has Given Internet Much-needed Monday Optimism, <https://www.news18.com/news/buzz/donald-trump-saying-he-won-the-election-has-given-internet-much-needed-monday-optimism-3084209.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Cannibalsdigital.com, How do Social Media Companies Make Money?, <https://cannibals.digital/how-do-social-media-companies-make-money/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

- Casey Tonkin, Facebook removes ‘Stop the Steal’ group, <https://ia.acs.org.au/article/2020/facebook-removes--stop-the-steal--group.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Christopher Dandaker. *Surveillance, Power, and Modernity: Bureaucracy and Discipline from 1700 to the Present Day*. (New York: St. Martin's Press, 1990.)
- Colin Sparks, (2001). The Internet and the global public sphere. In W. L. Bennett & R. E. Entman (Eds.), *Mediated politics: Communication in the future of democracy* (pp. 75–95). New York: Cambridge University Press.
- David Couzens Hoy, *Foucault; A Critical Reader*, (New York; Basil Blackwell LTD, 1986)
- David Kaye, *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*(A/HRC/38/35). UN., 2017,
- David Lyon, *Gözetim Çalışmaları: Genel Bir Bakış*, (Çev: Ali Toprak, İstanbul, Kalkedon Yayınları 2013).
- David Lyon, *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. (University of Minnesota Press, 1994)
- David Lyon, *Surveillance After Snowden*, (New York: Polity Press. 2015).
- David Sayce, The Number of tweets per day in 2022, <https://www.dsayce.com/social-media/tweets-day/#:~:text=Every%20second%2C%20on%20average%2C%20around%206%2C000%20tweets%20are%20tweeted%20on,200%20billion%20tweets%20per%20year.>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Derina Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, (2015). Strategic communication: Opportunities and challenges of the reserach area. In D. Holzhausen & A. Zerfass (Eds.), *The Routledge Handbook of Strategic Communication* (pp. 3-17). New York, NY: Taylor and Francis.
- Derina R. Holtzhausen ve Ansgar Zerfass, Strategic communication: Pillars and perspectives of an alternative paradigm. İçinde K. Sriramesh, A. Zerfass, & J. Kim (Eds.), *Public relations and communication management: Current trends and emerging topics* (ss. 283– 302). (New York: Routledge,2013)
- Derina Rhoda Holtzhausen, *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory and practice*. (New York: Routledge. 2012)
- Derina Holtzhausen, Kirk Hallahan, Betteke van Ruler, Dejan Verčič & Krishnamurthy Sriramesh Defining Strategic Communication, *International Journal of Strategic Communication*, 1:1, 3-35, 2007.
- Donald Trump, X Platformu, <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1325099845045071873>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

- Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. *et al.* The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nat Rev Psychol* **1**, 13–29 (2022).
- Eileen Scholes ve David James, Planning stakeholder communication. *Journal of Communication Management*, 2(3), 277-285., 1998.
- Elon Musk Twitter Profili, <https://twitter.com/elonmusk>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Emily Brown, *Seen and Not Heard, Surveillance, Technology, and the Normalization*, (Haverford College April 22, 2013)
- Emma Svensson, Mind the Mind. Strategic Communication in the Swedish Green Party. (Uppsala Studies in Media and Communication, 2016)
- Eser ltey vd., Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*(10), 188-201.
- Euronews, Trump'ın Covid-19 hakkındaki 'yanlış yorumunu' Facebook sildi, Twitter gizledi, <https://tr.euronews.com/2020/10/06/trump-n-covid-19-hakkindaki-yanlis-yorumunu-facebook-sildi-twitter-gizledi>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Facebook Topluluk Blog, Yeni Grubunuzun Kurulması, <https://www.facebook.com/community/getting-started-with-groups/how-to-set-up-a-facebook-group/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Filiz Balta Peltekoğlu, *Halkla İlişkiler Nedir*, (İstanbul: Beta Yayınevi, 2007)
- George Mombiot, (2011). The need to protect the internet from 'astroturfing' grows ever more urgent. The Guardian erişim tarihi; 10.10.2023 <https://www.theguardian.com/environment/georgemonbiot/2011/feb/23/need-to-protect-internet-from-astroturfing>
- Giles and Horton, US election 2020: Is Trump right about Dominion machines?, <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-54959962>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Gksel Gker ve Savaş Keskin. *Sosyal Medyada Topluluk İlişkileri: Karikateist Facebook Topluluğu zerine Bir Araştırma*.The Journal Of Academic Social Science, 2016.
- Gunn Enli (2016). “Trust Me, I Am Authentic!”: Authenticity illusions in social media politics. The Routledge companion to social media and politics. Taylor & Francis: pp. 121-137.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Ruler, B.V., Veri, D., & Sriramesh, K. ,2007, Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.
- Hannah Arendt, *The Human Condition*. (Chicago: University of Chicago Press.,52, 1958).

- Harriet Alexandre, Twitter calls Donald Trump 'misleading' for saying there are 'big problems and discrepancies with mail-in ballots' and a full count is needed by November 3, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8882583/Trump-says-Big-problems-discrepancies-Mail-Ballots-tweet-flagged-misleading.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- James Farwell, *Persuasion and Power: The Art of Strategic Communication*. (Georgetown University Press.,2012)
- James Grimmelman, "The Virtues of Moderation," (17 Yale Journal of Law & Technology 42 ,2015)
- Jeffrey Rosen. *The Naked Crowd Reclaiming Security and Freedom in an Anxious Age*. (USA: Random House 2004).
- John Samples, Why the Government Should Not Regulate Content Moderation of Social Media. *Policy Analysis Cato Institue*, 865, 2019.
- John Thompson, *The Media and the Modernity: A Social Theory of the Media*. (New York: Polity Press. 1995)
- John Trivedi vd. Himanshu Sareen, and Mohan Dhyani. "Rapid Urbanization- Its Impact on Mental Health: A South Asian Perspective. *Indian Journal of Psychiatry* 50.3., 2008.
- Jon Bateman, Natalie Thompson ve Victoria Smith, (2021). How Social Media Platforms' Community Standards Address Influence Operations. *Carnegie Endowment for International Peace*. <https://carnegieendowment.org/2021/04/01/how-social-media-platforms-community-standards-address-influence-operations-pub-84201>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).
- Jonathan Friedman, Being in the World: Globalization and Localization. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 311-328.
- Judy Motion, Robert Heath, ve Shirly Leitch, *Social media and public relations: Fake friends and powerful publics*. (New York: Routledge., 2016)
- Jurgen Habermas, (2006). *Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. Communication Theory*, 16 (4): 411-416. (2006)
- Jurgen Habermas. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Massachusetts: The MIT Press. 1989)
- Jürgen Gerhards ve Mike Schäfer, (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. *New Media & Society*, 12(1), 143-160.
- Kaan Varnalı, *Dijital Kabilelerin İzinde, Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*, (İstanbul: MediaCat Yayınları, 2013.

- Kantrowiz ve Brodewick, Twitter Fact-Checked A Trump Tweet For The First Time, <https://www.buzzfeednews.com/article/alexkantrowitz/twitter-fact-checked-trump>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Kim Samuel. Building for Belonging. *Resurgence*. <http://www.resurgence.org/magazine/article4400-building-forbelonging.html>. Erişim Tarihi: 23.5.2023
- Kirk Hallahan vd., Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.,2007.
- Lars Christensen ve Joep Cornelissen, Bridging corporate and organizational communication: Review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 383–414.,2011.
- Lars Christensen, Mette Morsing ve George Cheney, (2008). Corporate Communications. Convention, Complexity, and Critique. London: Sage.
- Linda Ikeji, "The lie of the year is that Joe Biden won!" Donald Trump tweets, <https://www.lindaikejisblog.com/2020/12/the-lie-of-the-year-is-that-joe-biden-won-donald-trump-tweets-2.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Lon Safko ve Davis K. Brake, *The Social Media Bible Tactics, Tools and Strategies*. (New Jersey: John Wiley ve Sons, 2009)
- Lybrand ve Subramanian, Fact-checking Trump’s recent claims that mail-in voting is rife with fraud, <https://edition.cnn.com/2020/05/27/app-politics-section/donald-trump-mail-in-voter-fraud-fact-check/index.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Marry Welch ve Paul R. Jackson, (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(2), 177-198.
- Marshall Soules, *Jurgen Habermas and Public Sphere*. *Media Studies*. <https://www.media-studies.ca/articles/habermas.htm>, (Erişim Tarihi: 23.5.2023).
- Martin Kaste, Facebook Increasingly Reliant on A.I. To Predict Suicide Risk, <https://www.npr.org/2018/11/17/668408122/facebook-increasingly-reliant-on-a-i-to-predict-suicide-risk>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Marvin Ammori, *The First Amendment and Mass Communication*, (13 First Amend. L. Rev. 263 , 2014).
- Masiie, Parents of toddlers in CNN ‘Racist Baby’ video sue Donald Trump for damages, <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/parents-toddlers-racist-baby-video-donald-trump-lawsuit-b487914.html>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]

- Mehmet Yetiş, *Antonio Gramsci ve İtalya'da Fabrika Konseyleri Dönemi: 1919-1920" Eski Dünya Savaşı Arasında Avrupa ve Balkanlar*, (Aybay, İstanbul,1994).
- Melissa De Zwart, Keeping the Neighbourhood Safe: How Does Social Media Moderation Control What We See (and Think)?. *Alternative Law Journal*, 43 (4): 283-288.
- Melissa De Zwart, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*, 2018.
- Melissa Schilling, *Strategic Management of Technological Innovation*. (New York: McGraw-Hill Education, 2020.)
- Michael B. Goodman, (2000). Corporate communication: The American picture. *Corporate communications: An International Journal*, 5(2), 69-74.
- Michel Foucault, (1980). *Power/knowledge: selected interviews and other writings, 1972–1977*. (Ed. C Gordon), New York: Pantheon.
- Michel Foucault, *İktidarın Gözü*, (Ayrıntı Yayınları, İstanbul,2012)
- Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. (New York, Vintage Books 1995)
- Nancy Fraser (1990), *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, *Social Text*, 25 (26): 56–80.
- New York Times. ' Eric Schmidt on How To Build a Better Web', <https://www.nytimes.com/2015/12/07/opinion/eric-schmidton-how-to-build-a-better-web.html>
- Nilay Kocabay Şener. Eğlencenin Gözetleme Hali ya da Eğlence Endüstrisinde Görünen ve Gören Olman, *TRT Akademi*, 1 (1), 50-70.(2016)
- Noam Chomsky, *Medya Denetimi*. (Çev. Elif Baki, İstanbul: Everest, 2008)
- Paul M. Barrett, It's Past Time to Take Social Media Content Moderation In-House, <https://www.techpolicy.press/its-past-time-to-take-social-media-content-moderation-in-house/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Philip Bumb, Peter Navarro wants you to know they only intended to overthrow the government peacefully, <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/01/05/peter-navarro-wants-you-know-they-only-intended-overthrow-government-peacefully/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Richard E. Greanleaf, *Historiography of the Mexican Inquisition: Evolution of Interpretations and Methodologies*. *Cultural Encounters: The Impact of the Inquisition in Spain and the New World*, (University of California Press.,2018)

- Richard J. Varey ve Pamela Mounter, Re-configuring and organising for strategic management: The BP Oil experience. *Journal of Communication Management*, 2(1), 11-23.,1997.
- Rob Lever, Twitter flags Trump tweets on election fraud as battle spills onto social media, <https://www.timesofisrael.com/twitter-flags-trump-tweets-on-election-fraud-as-battle-spills-onto-social-media/>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Rohid Shewale, Social Media Users — Global Demographics (2023), <https://www.demandsage.com/social-mediausers/#:~:text=There%20are%204.9%20billion%20social,platform%2C%20with%203.03%20billion%20users.,> [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Santa Clara Principles on Transparency and Accountability in Content Moderation. (n.d.-b). Santa Clara Principles. <https://santaclaraprinciples.org/history/> Erişim Tarihi: 23.5.2023
- Sarah Myers West, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*, 2018 DOI: 10.1177/1461444818773059.
- Sarah Myers West, Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms. *Mew Media and Society*, 2018.
- Sarah T. Roberts, *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. Yale University Press, 2019. <https://doi.org/10.2307/j.ctvhrcz0v>.
- Sefer Kalaman, Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 26 (2): 575-594.
- Selin Bitirim Okmeydan, (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’ dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *Academic Journal of Information Technology*. 8 (30).
- Shagun Jhaver, Sucheta Ghoshal, Amy Bruckman ve Eric Gilbert. Online Harassment and Content Moderation: THE Case of Blocklists. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 25 (2): 12-54, 2018.
- Simon Purdy, Surveillance, Knowledge and Inequality: Understanding Power Through Foucault and Beyond, *The Hilltop Review*, 8-1,2015.
- Steve A. Tatham, “Strategic Communcation: A Primer”, *Defence Academy of the United Kingdom*, Arag Special Series, 08/28, (2008): 7.
- Steven R. Corman, Angela Trethewey ve Bud Goodall, 2007, *21st century model for communication in the global war of ideas: From simplistic influence to pragmatic complexity*. <http://comops.org/article/114.pdf> [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- şirin Tekeli “Türkiye’de Kadının Siyasal Hayattaki Yeri”, *Türk Toplumunda Kadın*, Der: Nermin Abadan Unat), Türkiye Sosyal Bilimler Derneği Yay., Ankara, 1979.

- Tafesse & Wien, A framework for categorizing social media posts, *Cogent Business & Management* (2017)
- Tarleton Gillespie, *Custodians Of The Internet*, (Yale University Press, 2018)
- Thomas Mathiesen, “*The Viewer Society, M. Foucault’s Panopticon Revisited*”, (Sage Publications, London,1997, pp. 215-233)
- TS2.com, How does Twitter use AI?, <https://ts2.space/en/how-does-twitter-use-ai/#:~:text=AI%20technology%20has%20become%20an,is%20through%20its%20recommendation%20system.&gsc.tab=0>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, Youtube Llc Corporation Service Company Ve Diğerleri Başvurusu, Başvuru Numarası: 2014/4705, Ankara , 3
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, Ramzan Demir ve Diğerleri Başvuru no 2018.10727, bölüm, Ankara
- Twitter Blog, Announcing the Twitter Trust & Safety Council, https://blog.twitter.com/en_us/a/2016/announcing-the-twitter-trust-safety-council, [Erişim Tarihi: 19.08.2023]
- Twitter Blog, Spaces are a brand new way to have live audio conversations on X, <https://business.twitter.com/en/blog/twitter-spaces-how-to-guide.html>, [Erişim Tarihi: 16.08.2023]
- Twitter Blog, Strengthening our Trust and Safety Council, https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/strengthening-our-trust-and-safety-council, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Twitter Help Center, How we address misinformation on X, <https://help.twitter.com/en/resources/addressing-misleading-info>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Ursula Stroh, (2007). Relationships and participation: A complexity science approach to change communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(2), 123–137.
- Vakkas Dogantekin, Trump's 'I WON' tweet inch away from breaking record, AA, <https://www.aa.com.tr/en/americas/trumps-i-won-tweet-inch-away-from-breaking-record/2037271>, 2020
- William G. Staples,. *Everyday Surveillance: Vigilance and Visibility in Postmodern Life*, (Second Edition. Plymouth: Rowman and Littlefield 2013)
- Wulfsohn, Twitter censors Trump's tweet knocking Supreme Court's Pa. vote, Facebook also cracks down, <https://www.foxnews.com/media/twitter-censors-trumps-tweet-knocking-supreme-courts-pa-vote-facebook-also-cracks-down>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]
- Yakup Köseoğlu ve Yakup Al (, 'Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya'. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8 (3): ,2013,103-125.

Zadrozny ve Romero, Twitter, Facebook remove 'racist baby' video posted by Trump,
<https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/twitter-labels-video-tweeted-trump-manipulated-media-n1231511>, [Erişim Tarihi: 17.08.2023]



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı: TOPCU, Emre

Uyruğu: T.C.

Eğitim

Derece	Üniversite ve Bölüm	Mezuniyet tarihi
Lisans	Bahçeşehir Üniversitesi, YeniMedya	15.08.2019

Yabancı Dil

İngilizce