
DİJİTAL YANKI ODALARI, NEFRET SÖYLEMİ VE SİYASAL KUTUPLAŞMA

Burak Başkan*

GİRİŞ

İnsanlık tarihindeki en kritik dönüşüm momentlerinden biri olarak ortaya çıkan dijitalleşme, gündelik yaşam pratiklerini yapısal düzeyde dönüştüren temel dinamiklerin başında gelmektedir. Bu sürecin etkilerinin en yoğun biçimde hissedildiği alanlardan biri ise şüphesiz siyasal iletişimdir. Nitekim dijitalleşme, bir yandan siyasal iletişimin muhatabı olan hedef kitlelerin sosyal ilişkilerini dönüştürmekte; diğer yandan ise bu dönüşümün doğal bir sonucu olarak siyasal iletişimin araç, biçim ve taktiklerini başkalaştırmaktadır.

Son yirmi yılda ivmelenen dijitalleşmeyle birlikte fiziksel dünyadan dijital alana taşınan ve sosyal medya vasıtasıyla fiziksel olarak ulaşılamayacak bir genişliğe erişen kamusal alan (Mertoğlu ve Azboy, 2025: 20), kişilerin kamusal söylem üretme ve yayma biçimlerini kökten değiştirmiştir (Okcu, 2025: 26). Artık fiziksel dünyanın mekân ve zamanıyla sınırlandırılmayan söylem, her an ve her yerde yayılmaya devam etmektedir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak ise çok çeşitli dijital platformlar ve sosyal medya, özellikle seçim süreçlerinde bilgi alışverişinin ve siyasal iletişimin başlıca alanı hâline gelmiştir (Aminudin, 2025: 868). Artık iyi tasarlanmış bir sosyal medya kampanyası seçim kazandırabilmekte ya da dijital ortamlarda yayılan bir ses kaydı veya görüntü seçim kaybettirebilmektedir.

Diğer taraftan, dijital dünyanın tüm bu olanakları bireylere ortak ilgi alanları etrafında bir araya gelme, fikirleri serbestçe ifade etme ve kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunma imkânı sunarak demokratik

* Doç. Dr., Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Erzurum, burak.baskan@erzurum.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0002-2885-5911

katılımının artmasına önemli bir katkı sunarken aynı zamanda kutuplaşma, dezenformasyon ve nefret söyleminin eskiyle kıyaslanamayacak şekilde yayılmasına da sebep olmaktadır (Mertoğlu ve Azboy, 2025: 18). Bilhassa dijital yankı odaları, bireylerin mevcut ön yargılarını katlarken onları farklı kimliklere karşı daha tahammülsüz hâle getirmekte ve toplumsal fay hatları üzerindeki kutuplaşmaları derinleştirmektedir.

Bu çalışma, siyasal iletişimin yeni uygulama alanı olan dijital ortamlardaki yankı odalarını ele almakta ve bu ortamlarda ortaya çıkan nefret söylemi üzerinden siyasal kutuplaşmayı incelemektedir. Çalışma aynı zamanda nefret söylemine karşı tutum olarak konuya normatif bir katkı sunmayı da amaçlamaktadır. Buradan hareketle çalışma iki temel saptamaya yaslanmaktadır: Bir yandan dijital yankı odaları, nefret söylemi ve dijital kamusal alanda yükselen siyasal kutuplaşma, demokratik rekabeti sıfır toplamı bir hayatta kalma savaşına dönüştürmekte ve bu ortamda siyasal iletişim rasyonellikten uzaklaşarak duygusal manipülasyona teslim olmakta ve seçmeni ikna etmek yerine onu kışkırtma ve konsolide etmeye odaklanmaktadır. Diğer yandan ise seçmen davranışı, tercih yapmaktan çok “ötekinin tehdidinden korunma” ve “düşman savuşturma” refleksine hapsolmaktadır.

DİJİTAL YANKI ODALARINDA ÜRETİLEN NEFRET

Sosyal medya, bireylerin belirli bir grup aidiyeti hissiyle kimlik oluşturma ve bu kimliği pekiştirmesi için etkili bir araç hâline gelmiştir. Dijital platformlardaki fotoğraf, video ve hikâye paylaşma özellikleri sayesinde kullanıcılar, kendilerini ait hissettikleri grupları tanımlayan nitelikleri, değerleri ve inançları daha kolay ifade etmekte ve gündelik yaşamda diğer insanların gözünde daha görünür kılmaktadır. Bu durum ise grup üyeleri arasında bir topluluk duygusunun ve dayanışma ruhunun geliştirilmesine yardımcı olmaktadır (Aminudin, 2025: 873). Söz konusu grupların dış etkilere kapalı bir fanusa dönüşmesi, yankı odalarını meydana getirmektedir.

“Yankı odası” kavramı, ortak ilgi alanlarına sahip ve aralarında aktif olarak bilgi paylaşan, bu sayede görüşlerin veya yaklaşımların birbirine benzeşmesine, hatta daha da güçlenmesine yol açan kapalı bir sistemi veya kullanıcı grubunu ifade etmektedir (Song, Guo ve Gao, 2024: 5). Yankı odaları, çoğunlukla hem yapısal özellikleri (örneğin sosyal bağların yoğunluğu ve geçişkenliği, kimlik veya bakış açısı temelli olarak bir ağın

homofili özelliği) hem de üyelerinin ideolojik homojenliği (örneğin, grup içinde paylaşılan içeriklerin benzerliği, farklı gruplar arasındaki farklılık derecesi) aracılığıyla tanımlanmaktadır (Duskin vd., 2024: 12). Dijital yankı odaları, kullanıcıların online platformlarda yalnızca belirli bilgi kaynaklarıyla beslenmesini teşvik ederek alternatif perspektiflerle karşılaşma olasılıklarını ortadan kaldıran sanal fanuslardır (Kumar, 2025: 13).

Sanal platformların temelinde, kişiselleştirilmiş içerik akışlarını düzenleyen gelişmiş algoritmalar yer almaktadır. Algoritma sistemlerinin kullanıcıların bağlantı kurmak isteyebileceği hesapları önerdiği arkadaş öneri sistemleri, neredeyse her sosyal medya platformunda görülmektedir (Duskin vd., 2024: 13). Öneri algoritmaları, kullanıcıların tercihlerini ve tutumlarını dikkate alarak içerik akışını etkilemekte ve belirli içeriklerin belirli kişilere yönlendirilmesini sağlamaktadır. Nitekim, çevrim içi kullanıcılar bireysel inanç sistemlerine uyan verileri tercih etme, farklı görüşleri içeren bilgileri göz ardı etme ve müşterek anlatılar etrafında kutuplaşmış topluluklar inşa etme eğilimindedir (Cinelli vd., 2021: 5). Kullanıcı etkileşimini artırma amacıyla tasarlanan söz konusu algoritma sistemleri, kullanıcı davranışlarından öğrenerek bireylerin zaten katıldıkları görüşlere sürekli olarak maruz kaldıkları dijital ortamlar yaratmakta, toplulukları karşıt görüşlerden daha da izole etmekte ve böylece gruplar arası ayrışmayı daha da güçlendirerek dijital ortamları birer yankı odasına dönüştürmektedir (Meghani ve Tripathi, 2025). Kendi kanaatlerinin fikirdaşlarının ürettiği içeriklerle daha da güçlenmesini arzu eden bireylerin yaptığı her ilave etkileşim ise sosyal medya platformlarının maddi kazancını artırmaktadır.

Dijital yankı odalarındaki bireylerin haklılık duygularını besleyen en önemli unsurlardan biri ise söylentilerdir. Söylenti, doğruluğuna dair herhangi bir kanıt veya delil olmaksızın bir topluluk içinde yaygın olarak dolaşan ve inanılması beklenen iddialardır (Walker ve Blaine 1991: 291). Bireyler herhangi bir konudaki endişelerini gidermek için söylentiler yaydıklarında, farkında olmadan belirsizliği artırıp şiddet riskini yükseltmektedir (Greenhill ve Oppenheim, 2017: 662). Söylentiler makul ya da doğru kabul edildiğinde bireyleri ve toplulukları harekete geçirebilmekte, günah keçilerinin belirlenmesine sebep olmakta, çeşitli mağduriyet biçimlerini tetiklemekte ve şiddeti körüklemektedir (Greenhill ve Oppenheim, 2017: 672).

Yankı odalarının toplumsal ilişkiler üzerindeki en olumsuz etkisi, bireysel nefretin benzer düşüncedeki insanlar tarafından nefrete bahane oluşturabilecek içeriklerle sürekli beslenmesi ve kolektif bir nefrete dönüşmesidir. Dijital nefret söylemi, bir yandan yeni teknolojilere kolayca adapte olurken diğer yandan ise söz konusu yeni teknolojilerin aracılığıyla gündelik söyleme kolayca eklenmektedir (Kuş, 2022: 358). Yeni medya araçlarının multimedya biçimselliği, hipermetinsellik, etkileşimsellik, dijitallik, sanallık ve yayılım kolaylığı gibi özellikleri, bu ortamlardaki nefret söyleminin geleneksel medya araçlarına göre çok daha yaygın ve kolay erişilebilir olmasıyla sonuçlanmaktadır (Kuş, 2021: 114).

Dahası, sosyal medyada bilginin ve bununla paralel olarak nefret söyleminin yüksek bir hızla dolaşıma girmesi; kullanıcıların özgün içerik üretmeksizin, bilginin yayılım sürecine kolaylıkla dahil olabilme imkânından ileri gelmektedir. Nitekim doğrudan dijital nefret söylemi, sosyal platformlarda nefret söylemi içeren içerik ve yorumların bizzat üretilmesi iken bu içerik ve yorumların diğer kullanıcılar tarafından beğenilmesi ya da yeniden paylaşılması ise dolaylı dijital nefret söylemine karşılık gelmektedir (Kuş, 2016: 100).

Dijitalleşme ile gündelik hayatın bir parçası hâline gelen etiketler (*#hashtag*) ise sadece tartışmaların işaretçileri olmakla kalmamış, aynı zamanda dijital topluluklar oluşturmak için ortak alanlar inşa etme işlevini de yerine getirmeye başlamıştır (Aminudin, 2025: 872). Etiketler kelimelerin ve ifadelerin kategorize edilip, kullanıcıların seçici olarak inceleyebilecekleri ve kendi mesajlarına dahil edebilecekleri, metin tabanlı kelime dağarcıkları hâlinde bir araya getirildiği “aranabilir dil” olanağı sağlamaları sebebiyle benzersizdir (Davis, 2013: 17). Hashtag’ler ayrıca, Twitter (günümüzdeki ismiyle *X*) web sitesinin kenar çubuğunda “Trend Konular (*Trending Topics*)” olarak bilinen, popüler olarak referans verilen konuları da oluşturabilir. Bir etiket trend statüsüne ulaşırsa, genel dil pazarında etkili, popüler ve önemli olduğu varsayılır. Geçmişte küresel ölçekte yoğun etkileşim alan *#olympics2012*, *#election2012* ve *#worldcup* gibi önemli kültürel olaylar bu durumun ilk örneklerindendir (Davis, 2013: 18). Diğer taraftan aynı etiketler nefret söylemi üreten kişilerin toplanma alanı da olabilmektedir. Bir kişiyi, grubu ya da kimliği hedef alan söz konusu etiketler, bireysel nefreti kolektif hâle getirerek belirli kimlikler üzerinde organize baskı oluşturmaktadır.

Kimlikler arası toplumsal fay hatlarının daha belirgin hâle geldiği seçim dönemlerinde etiketler, çatışmanın taraflarının organize olmasını kolaylaştırmaktadır. Sözgelimi, Brezilya’da 2018 yılında gerçekleştirilen devlet başkanlığı seçimini inceleyen Soares ve Recuero (2021), hiper-partizan medya kuruluşlarının başlık etiketleri üzerinden yürüttükleri söylemsel mücadelelerin gerçekliğe karşı bir “alternatif anlatı” oluşturma ve dezenformasyon yayma amacıyla strateji belirlediğini tespit etmiştir. Araştırmaya göre bilhassa aşırı sağcı hiper-partizan medya, olayları yeniden çerçevelemek ve bir karşı anlatı oluşturmak için çoğunlukla ön yargılı etiketlerin çatısı altında kutuplaşmış ideolojik söylemlere başvurmuştur.

Henüz gelişiminin ilk aşamalarında olan yapay zekâ teknolojisi ise insanın gündelik yaşamını birçok yönden kökten dönüştürürken (Algül, 2024: 607), bu dönüşümün önemli etkilerinden biri ise kamuoyu üzerinde hissedilmektedir. Bu noktadan hareketle, yapay zekânın hâlihazırda var olan ideolojik ön yargıları doğallaştırmak için kullanılmasıyla “akıllı hegemonya” ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte yapay zekâ, söz konusu ön yargıları insan davranışını düzenlemek ve kontrol etmek amacıyla kullanılabilir ve sorgulanamaz bir “sağduyu” biçiminde, yani hegemonyacı bir gerçek olarak meşrulaştırmaktadır (Bloom, 2023).

Dijital nefret söyleminin en fazla hedef aldığı toplum kesimleri ise hiç şüphesiz ki dezavantajlı ve kırılgan gruplardır. Nefret söyleminin hedefindeki kişi veya toplulukları gündelik yaşamın bir izdüşümü olan dijital kamusal alandan soyutlama potansiyeli, dezavantajlı grupların teknolojik imkânlardan uzaklaşmasıyla sonuçlanmaktadır. Bu durum, kökünü dijital nefret pratiklerinden alan yeni bir tür dijital uçuruma ve yapısal bir yeni dışlanma riskine kapı aralamaktadır (Kuş, 2022: 363). Dahası, kırılgan ve dezavantajlı grupların haklarını koruma odaklı faaliyet gösteren siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları ve aktivistler, dijital nefret söyleminin hedefi hâline gelerek ciddi bir eylemsel motivasyon kaybı ve kamusal alandan çekilme baskısıyla karşı karşıya kalmaktadır. Böylece söz konusu aktörlerin kurumsal savunuculuk kapasiteleri ciddi ölçüde aşınmaktadır.

DİJİTAL KAMUSAL ALANDA SİYASAL KUTUPLAŞMA

Farklı siyasi değerlere sahip bireyler ve gruplar arasında giderek artan ideolojik mesafe ve duygusal düşmanlığı ifade etmek için kullanılan bir kavram olan siyasal kutuplaşma (Smith vd., 2024’ten akt. Russell-Bennett

vd., 2026: 53); gündelik toplumsal yaşamı, seçmen davranışlarını ve siyasal iletişimin icra edildiği politik iklimi önemli ölçüde etkilemektedir. Ötekini tehdit olarak algılayan pek çok insan için siyaset, bir hayatta kalma mücadelesinin alanına dönüşmüştür. Söz konusu tehdit algılarını politik menfaate dönüştürmeye çalışan siyasi aktörler ise toplumdaki kutuplaştırmanın daha da derinleşmesine neden olmaktadır.

Siyasal kutuplaşma, farklı biçimlerde kendini göstermektedir. Bunlardan ideolojik kutuplaşma, partilerin ve destekçilerinin genellikle sol-sağ ya da milliyetçilik-merkezcilik ekseninde kendilerini nasıl konumlandıklarıyla ilgilidir. Sembolik kutuplaşma ise ekonomi politika, göç veya eşitlik politikaları gibi konulardaki belirli tutumlarla ilgilidir (Palau-Sampio ve López-García, 2025: 24). Bir diğer kutuplaşma türü olan duygusal kutuplaşma ise partilerin ve seçmenlerinin konumlanmasına değil, partilerin ve siyasi liderlerin uyandırdığı duygulara odaklanmaktadır. Bu kutuplaşma türü, kişilerin kendilerini özdeşleştirdikleri partilere, liderlere ve seçmenlere karşı daha fazla bağlılık, bu yakınlığı paylaşmadığı partilere, liderlere ve seçmenlere karşı ise daha fazla düşmanlık şeklinde kendini göstermektedir. Dolayısıyla bu kutuplaşma, sembolik ya da pratik bir ideolojik ayrım değildir. Rasyonelliğe değil, duygulara ve hislere hitap eden duygusal bir ayrıma karşılık gelir (Miller, 2020: 13-14).

İdeolojik kutuplaşma, yalnızca sol-sağ ayrımı gibi majör fıkırsel hatlarda değil, çeşitli kamu gündemi konularındaki tutumlarda da kendini göstermektedir (Palau-Sampio ve López-García, 2025: 26). Dünyanın pek çok ülkesinde din, ırk, cinsiyet ya da etnisite gibi kimlik temelli bölünmeler, siyasal kutuplaşmaya temel oluşturmaktadır (Kumar, 2025: 11). Türkiye’de ise ekonomi, adalet, sağlık, eğitim, kaçak göçmenler, geçici sığınmacılar gibi pek çok alandaki kamu politikaları, inanç, tarihi figürler, spor kulüpleri rekabeti ve sokak hayvanları gibi pek çok konu, kutuplaşmanın kaynağı olabilmektedir (Altan ve Yıldırım, 2025: 127). Sosyal medyanın yaygınlaşması, kamusal alanın dijital alana taşınması ve fiziksel yakınlığın öneminin azalması ile birlikte kişilerin gündelik yaşamda kutuplaşabilecekleri konu sayısı da artmıştır.

Siyasi tutumların katılaşmasını iki temel eğilimle açıklamak mümkündür: Kişiler, benzer görüşteki bireylerle kurdukları özdeşleşmenin bir sonucu olarak onların yalnızca olumlu yanlarına odaklanmakta (*homophily*) ve görüş ayrılığı yaşadıkları kişilerin farklılıklarını veya

kusurlarını çok fazla öne çıkararak onları dışlamaktadır (*heterophily*) (Zeynel, 2022: 482). Böylece en ufak politik ya da kimliksel farklılık, uzlaşmaz düşmanlıklara dönüşmektedir.

Literatürdeki pek çok çalışmada, sosyal medyaya maruz kalma ile siyasal kutuplaşma arasında pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Kubin ve von Sikorski, 2021). Sosyal medya platformları, pek çok siyasi ve toplumsal gelişmeye yönelik ahlaki hoşnutsuzluğun başlıca ifade edilme alanı hâline gelmiştir. Sosyal ağların kapsamının genişliği sayesinde haksızlığa ve adaletsizliğe atıf yapan birçok ahlaki mesaj milyonlarca insana ulaşmakta ve farklı toplum kesimlerinin ahlaki görüşlerini yansıtmaktadır. Böylece sosyal medyadaki tartışmalar, insanların her gün birbirlerini karşılıklı olarak kendi ahlaki görüşlerine maruz bıraktığı yoğun bir ahlaki mesaj trafiğine dönüşmektedir (Mooijman, 2021: 137). Bu noktada siyasal kutuplaşmanın artmasındaki önemli etkenlerden biri, kişilerin fiziksel dünyada asla yüz yüze gelmeyecekleri kadar çeşitli ve kendileri için sarsıcı olabilecek görüşlerle dijital ortamda karşılaşmasıdır.

Başta dijital platformlar olmak üzere bilginin yayılım ortamları, siyasal kutuplaşmanın şiddetini önemli ölçüde belirlemektedir. Kitle iletişiminin (*catch-all*) yerini alan mikro hedefleme (*micro-targeting*) sebebiyle bütüne hitap etmeyen parçalı sosyal medya ortamı, sürekli kışkırtıcı içerik üreten partizan haber ajansları ve gerek geleneksel medyada gerekse sosyal platformlarda hızla yayılan yanlış ve eksik bilgi, kutuplaşmanın şiddetini artırmaktadır (Kumar, 2025: 12). Kişiselleştirilmiş içerikler bireylerin mevcut inançlarını ve ön yargılarını pekiştirirken aynı zamanda “filtre balonları” oluşturmaktadır (Hussain vd., 2023: 421). İletişimin kitleden bireye yöneldiği trend, siyasal iletişim uygulamalarında da kendini göstermiştir. Siyasi aktörler artık toplumu birleştiren geniş “büyük anlatılar” üretmek yerine, yankı odalarına hapsolmuş homojen gruplara yönelik mikro içerikler üretmeyi tercih etmektedir.

Yankı odalarında biriken öfkeye meşruiyet zemini sağlayan içeriklerin önemli bir kısmı ise sosyoekonomik faktörlerden beslenmektedir. Ağır ekonomik koşullar, etnik rekabet, mülteci krizi ve jeopolitik gerilimler, kin ve öfkeyi körükleyerek kutuplaşmayı şiddetlendirmektedir. Bu noktada özellikle ideolojik pozisyon ve parti programı bağlamında derin farklılıklara sahip siyasi partiler arasındaki yarıлма/ayrışma (Hussain vd., 2023: 421) ve siyasal aktörlerin toplumsal sorunlara çözüm bulmaktan

ziyade yalnızca seçim kazanma odaklı stratejileri hem elitler hem de seçmen tabanı arasındaki siyasal kutuplaşmayı artırıcı bir işlev görmektedir. Pek çok siyasetçi, rakibini düşmanlaştırmak, kendi tabanını konsolide etmek ve parti sadakatini artırmak için aşırı kutuplaştırıcı retoriği bilinçli olarak tercih etmekte (Kumar, 2025: 13) ve sosyal ağlarda dolaşıma sokmaktadır. Bilhassa söylemsel mücadele süreçlerinde aşırı partizanlığı besleyen ve toplumsal fay hatlarını derinleştiren sözde kanaat önderleri, sosyal medyadaki aşırı sağcı kullanıcıların dolaşıma soktuğu dezenformasyonun ana kaynağını oluşturmaktadır (Soares ve Recuero, 2021).

Diğer taraftan siyasal kutuplaşma bireylerin objektif politik ve sosyal gerçeklikleri nasıl algıladığını belirleyerek ve farklı konuları değerlendirirken ön yargılar geliştirmelerine sebep olarak politik tavır ve davranışlarını en temelden etkilemektedir (Wang, 2024: 107). Bugünün dünyasında bir kişi geleneksel yüz yüze iletişim yoluyla edinebileceğinden çok daha fazla bilgiye bir anda maruz kalmaktadır (Steinert-Trelkeld, 2017: 385). İnternette giderek daha büyük miktarda ve çeşitlilikte kaynak ve içeriğin ortaya çıkmasıyla söz konusu bilgileri seçmek ve değerlendirmek daha da zorlaşmakta ve insanlar bilgi bombardımanı (*information overload*) (Schmitt, Debbelt ve Schneider, 2018: 1) ve doğrulama yorgunluğu (*verification fatigue*) yaşamaktadır (Matthes vd., 2020). Bu durum karşısında insanlar iki farklı eğilim sergilemektedir. Bazıları gündelik hayatta karşısına çıkan her bilgiyi herhangi bir filtreden geçirmeden doğru kabul etmektedir. Düz dünya teorisi (*flat earth*), kimyasal püskürtme teorisi (*chemtrails*) ya da aşılarda ilgili tamamen bilim dışı komplo teorilerinin toplumda ciddi sayıda taraftar bulması da (Yukarıç, 2022: 530) bu durumu kanıtlamaktadır. Nitekim kutuplaşmanın yüksek olduğu politik atmosferlerde, yanlış bilgi de daha hızlı yayılmaktadır (Cinelli vd., 2021: 5). Diğer taraftan bir kısım insan ise gelen bilgiyi süzme sorumluluğunu içinde bulunduğu gruba yüklemektedir. Nitekim manipüle edilmiş ya da deepfake teknolojisi ile oluşturulmuş içeriğin güven duygusunu sarstığı bir ortamda pek çok birey için fikrîsel yakınlık, bir içeriğe yaklaşım konusunda tek kriter hâline gelmiştir (Kumar, 2025: 14). Bu bağlamda ortaya çıkan epistemik kapanma (*epistemic closure*); belirli bir grubun, karşılaştığı veriler karşısında yeni bir sorgulama veya araştırma yapma ihtiyacı duymadığı kolektif bir sosyo-politik tutumu ifade etmektedir (Mohammad ve Fulkerson, 2015: 239). Böylece kitleler, ikna süreçlerine ve müzakereye tamamen kapalı dogmatik

bir fikir dünyasına hapsolmakta ve bu da siyasal aktörlerin gerçeklik zemininde bir siyasal iletişim stratejisi geliştirmesini imkânsız hâle getirmektedir.

Algoritmaların kullanıcıları radikal fikirlerle ekranda daha uzun süre tutabildiğini fark etmesinden beri ılımlı siyasi tartışma zemini büyük oranda ortadan kalkmıştır. Algoritmaların sebep olduğu derin paradigma değişimi, toplumsal algıların ve anlatıların çerçevesini tayin etmekte; özellikle kutuplaştırıcı konularda kamuoyundaki tartışmaların seyrini belirlemekte, politika oluşturma ve siyasal iletişim tasarımı süreçlerinde köklü değişikliklere sebep olmaktadır (Cinelli vd., 2021: 5). Böylece sosyal medya şirketleri, ana akım söylemi belirleyebilecek kudrete kavuşmakta ve söz konusu şirketlerin sahipleri tekno-feodal efendilere dönüşmektedir.

Dijitalleşmenin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasının demokrasiler üzerinde iki karşıt eğilimi ortaya çıkarmıştır. E-demokrasi, isabetli kurgulanmış kurumsal ve yönetim esasları çerçevesinde demokratik katılımın derinleşmesine katkı sağlarken; aynı teknolojik araçlar, otoriter yönetimlerin gözetim ve manipülasyon kabiliyetini büyütürken dijital otoriteryanizmin küresel ölçekte yaygınlık kazanmasına yol açmaktadır (Gençay, 2025: 1083). Ayrıca dijital dünyada körüklenen siyasal kutuplaşma, demokrasilerdeki politik kültür üzerinde yıkıcı bir etkiye sahiptir. Bu yıkıcı etkinin başlıca sebepleri; uzlaşma kültürünün zedelenmesi, otoriter liderlik biçiminin teşvik edilmesi, fiktörel çeşitliliğin azalması ve alternatif görüşler için alanın giderek daralması ve demokratik normlara ve kurumlara duyulan saygının zayıflamasıdır (Hussain vd., 2023: 421-422).

Dijital kamusal alandaki yankı odalarında üretilen siyasal kutuplaşmanın önemli sonuçlarından biri de negatif partizanlığın (*negative partisanship*) siyasal iletişim evrenine olan etkisidir. Karşı partiye yönelik olumsuz duyguların bir sonucu olarak partizan seçmenlerin o partiyi asla kabul edilemez bir seçenek olarak görmeleri ve dolayısıyla kendi partilerinin adaylarına oy verme konusunda daha çok motive oldukları varsayımına dayanan negatif partizanlık (Abramowitz ve Webster, 2016: 17), duygusal kutuplaşmayı tırmandırmaktadır. Böylece toplumda etnosentrizm (toplumu “biz” ve “onlar” kamplarına ayırma eğilimi), karşı kampa karşı sosyal hoşgörüsüzlük, ötekiyle uzlaşma ve iş birliği yapma konusunda isteksizlik artmaktadır (Abramowitz ve McCoy, 2019: 140). Bu

durum, pek çok ülkede ortaya çıkan popülist hareketlerle de yakından ilişkilidir. Popülist figürlerin politika gündemini radikal söylemlerle domine etme hevesi, kutuplaştırıcı popülizmi dünya genelinde beslemektedir (Hussain vd., 2023: 421). Kutuplaştırıcı söylemin bir siyasal iletişim taktiğine dönüşmesi ise kapsayıcı ve mutedil bir politik dilin varlık alanını hızla daraltmaktadır.

SONUÇ

Kamusal alanın dijitalleşmesinin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasının diktatörlükleri yıkacağı, sansürü imkânsız kılacağı, hiyerarşiyi bitirerek tabandan tavana doğru bir e-demokrasi ve özgürlük alanı inşa edeceği öngörülmüştür. Oysa söz konusu teknolojik gelişmeler, ortak bir kamusal tartışma zemini inşa etmek yerine yankı odaları yaratarak siyasal kutuplaşmayı beslemiş ve otoriter rejimler için kusursuz birer “gözetim ve manipülasyon” aracına dönüşmüştür. Böylece, bir yandan toplumda dolaşımda olan söylemler, kamuoyu ve dolayısıyla siyasal iletişim faaliyetlerinin icra edildiği zemin temelden değişmiş; diğer yandan ise siyasal iletişim aktörlerinin uymakla yükümlü olduğu yeni oyun kuralları ortaya çıkmıştır.

Dijital dünyada giderek etkisini artıran yankı odaları, nefret söylemi ve siyasal kutuplaşma, seçmen davranışlarını rasyonel tercihlerden kimliksel savunma reflekslerine kaydırmıştır. Siyasal ayrışma, ideolojik bir farklılık olmanın ötesine geçip diğer kimliklere karşı bir “ahlaki üstünlük” ve “kimliksel düşmanlık” meselesine evrilmiştir. Yankı odalarında sürekli karşı tarafın ne kadar tehlikeli olduğuna dair nefret söylemlerine maruz kalan seçmen; artık oyunu kendi partisine duyduğu sevgiden/güvenden dolayı değil, rakip partiye duyduğu korku ve nefretten dolayı vermektedir. Siyaset bir umut inşası değil, “tehlikeyi bertaraf etme” eylemine dönüşür.

Dijital dünyada baskın hâle gelen yankı odaları ve siyasal kutuplaşma, geleneksel siyaset biliminin ve siyasal iletişimin temel paradigmalarını kökünden sarsmıştır. Bu sarsılmanın bir sonucu olarak siyasal iletişim bir “ikna” süreci olmaktan çıkmış ve bir “kışkırtma ve konsolidasyon” mühendisliğine dönüşmüştür. Algoritmaların ılımlı siyasi mesajlara olan ilgisizliği, nefret söyleminin siyasal kampanyalarda taktiksel bir araca dönüşmesiyle sonuçlanmıştır. Siyasal iletişim aktörleri ise kitlesel iletişim yöntemlerini bir kenara bırakarak mikro hedefleme stratejileriyle ulaştıkları homojen grupların duymayı arzuladığı iletilere odaklanan

kampanyalara yönelmişlerdir. Nitekim rasyonel müzakere zeminini kaybeden bu yeni iletişim düzeni, modern demokratik sistemlerin en temel harcı olan çoğulculuk, uzlaşma ve ortak akıl kültürünü kökünden tehdit etmektedir.

KAYNAKÇA

- Abramowitz, A., ve McCoy, J. (2019). United States: Racial Resentment, Negative Partisanship, and Polarization in Trump's America. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1), 137-156. doi:10.1177/0002716218811309
- Abramowitz, A. ve Webster, S. (2016). The Rise of Negative Partisanship and the Nationalization of U.S. Elections in the 21st Century. *Electoral Studies*, 41, 12-22. doi:10.1016/j.electstud.2015.11.001
- Algül, Y. (2024). Artificial Intelligence and Service, Industrial, and Agricultural Employment: Comprehensive International Macroeconomic Evidence. *KAUJEASF*, 15(30), 605-629.
- Altan, M. Z. ve Yıldırım, T. (2025). Toplumsal Çöküş Doğru: Kutuplaşma, Öfke ve Anlaşmazlıklar Öğretmenler Ne Yapabilir? *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 14(40), 125-146. <https://izlik.org/JA49UW94DS>
- Aminudin, A. (2025). The Echo Chamber Phenomenon on Instagram Social Media in the Case of the Revision of the 2024 PILKADA Law. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 23(1), 868-878. doi:10.57239/PJLSS-2025-23.1.0069
- Bloom, P. (2023). The Danger of Smart Ideologies: Counter-hegemonic Intelligence and Antagonistic Machines. In S. Lindgren (Ed.), *Handbook of Critical Studies of Artificial Intelligence* (pp. 33-42). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. doi:10.4337/9781803928562.00008
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G. Galeazzi, A. Quattrociocchi, W. ve Starnini, M. (2021). The Echo Chamber Effect on Social Media, *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.*, 118(9), e2023301118, doi:10.1073/pnas.2023301118.
- Davis, B. (2013). Hashtag Politics: The Polyphonic Revolution of #Twitter. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 1(4), 15-22.
- Duskin, K., Schafer, J. S., West, J. D. ve Spiro, E. S. (2024). Echo Chambers in the Age of Algorithms: An Audit of Twitter's Friend Recommender System. In *Proceedings of the 16th ACM Web Science Conference (WEBSCI'24)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 11-21. doi:10.1145/3614419.3643996
- Gençay, Y. (2025). Yapay Zekâ Çağında Siyasal İktidarın Dönüşümü: Dijital Otoriteryanizm ve E-demokrasi Bağlamında Bir İnceleme. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(30), 1080-1109.
- Greenhill, K. M., ve Oppenheim, B. (2017). Rumor Has It: The Adoption of Unverified Information in Conflict Zones. *International Studies Quarterly*, 61(3), 660-676. <https://www.jstor.org/stable/48539042>
- Hussain, H., Al Tajir, K., Habib, R. Abboud, S. ve Fade, S. (2023). The Effects of Political Polarization on Financial Decision Making. *Fusion of Multidisciplinary Research, An International Journal*, 4(1), 420-431. doi:10.63995/SIVB6153
- Kubin, E. ve von Sikorski, C. (2021). The Role of (Social) Media in Political Polarization: A Systematic Review, *Annals of the International Communication Association*, Volume 45, Issue 3, 188-206, doi:10.1080/23808985.2021.1976070
- Kuş, O. (2016). Dijital Nefret Söylemini Anlamak: Suriyeli Mülteci Krizi Örnek Olayı Bağlamında BBC World Service Facebook Sayfasına Gelen Yorumların Metin Madenciliği Tekniği ile Analizi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 51, 97-121. doi:10.17064/iuifd.289373
- Kuş, O. (2021). Kovid-19 Salgını ve Mültecilere Yönelik Dijital Nefret Söylemi: Büyük Veri Perspektifinden Metin Madenciliği Tekniği ile Kullanıcı Kaynaklı İçeriklerin Analizi. *TRT Akademi*, 6(11), 106-131. doi:10.37679/trta.830736

- Kuş, O. (2022). Metaverse ve Dijital Nefret Söylemi: Toksik İçeriğin Potansiyel Yayılım Örüntüleri ve Proaktif Çözüm Önerileri Hakkında Bir Tartışma. *Yeni Medya*, 2022(12), 355-368. doi:10.55609/yenimedya.1085379
- Kumar, S. (2025). *Political Polarization and Its Impact on Governance*. Palwal Haryana, India: Chyren Publication.
- Matthes, J., Karsay, K., Schmuck, D., ve Stevic, A. (2020). "Too Much to Handle": Impact of Mobile Social Networking Sites on Information Overload, Depressive Symptoms, and Well-being. *Computers in Human Behavior*, 105, 106217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106217>
- Meghani, C. ve Tripathi, K. (2025). Social Media Algorithms and the Creation of Echo Chambers. *JYANAVI*, 1(4), 40-54.
- Mertoğlu, S., ve Azboy, G. (2025). Female Representation in the Shadow of Hate Speech in the Digital Public Sphere: An Analysis Based on the Case of Miss Turkey 2024. *Communicata*, 30, 17-31. doi:10.32952/communicata.1703204
- Miller, L. (2020). La Polarización Política en España: Entre Ideologías y Sentimientos. *PAPELES de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 152, 13-22. https://www.fuhem.es/papeles_articulo/la-polarizacion-politica-en-espana-entre-ideologias-y-sentimientos/.
- Mohammad, F., Fulkerson, G. (2015). The "War on Drugs": A Failed Paradigm. In Brien, M.W., Rosen, J.D. (Eds) *New Approaches to Drug Policies* (pp. 229-250). Palgrave Macmillan, London. doi:10.1057/9781137450999_14
- Moosman, M. (2021). Converging moral Views in Social Networks and Their Impact on Protest Violence. In J. W. Van Prooijen (Ed.), *The Psychology of Political Polarization* (pp. 135-148). New York: Routledge.
- Okcu, C. (2025). Dijital Kamusal Alanın Sınırları Üzerine Kuramsal ve Güncel Bir İnceleme. *İletişim, Sosyoloji ve Tarih Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 25-33. doi:10.53723/cosohis.56
- Palau-Sampio, D. ve López-García, G. (2025). Challenges in a Hostile Scenario. In D. Palau-Sampio ve G. López-García (Eds.), *News, Media, and Communication in a Polarized World*. SpringerBriefs in Political Science. Cham, Switzerland: Springer. doi:10.1007/978-3-031-86620-3_4
- Russell-Bennett, R., Gasparin, I., Gnusowski, M., Vredenburg, J., Ahmed J. ve Ercan, S. (2026). Designing Transformative Service Initiatives (TSIs) in Polarised Contexts: A Framework for Effective Practice. *Journal of Services Marketing*, 40(1), 49-63. doi:10.1108/JSM-08-2025-0570
- Schmitt, J. B., Debbelt, C. A., ve Schneider, F. M. (2018). Too Much Information? Predictors of Information Overload in the Context of Online News Exposure. *Information, Communication ve Society*, 21(8), 1151-1167. doi:10.1080/1369118X.2017.1305427
- Soares F. B. ve Recuero R. (2021). Hashtag Wars: Political Disinformation and Discursive Struggles on Twitter Conversations During the 2018 Brazilian Presidential Campaign. *Social Media + Society*, 7(2), 1-13. doi:10.1177/20563051211009073
- Song X, Guo S and Gao Y (2024). Personality Traits and Their Influence on Echo Chamber Formation in Social Media: A Comparative Study of Twitter and Weibo. *Front. Psychol.* 15:1323117. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1323117
- Steinert-Threlkeld, Z. C. (2017). Spontaneous Collective Action: Peripheral Mobilization During the Arab Spring. *American Political Science Review*, 111(2), 379-403. doi:10.1017/S0003055416000769
- Walker, C. J. and Blaine, B. (1991). The Virulence of Dread Rumors: A Field Experiment. *Language and Communication*, 11(4), 219-297.

- Wang, C-H. (2024). Political Polarization and Attitudes toward Democracy. In C. Tsai ve Y.-Y. Yeh (Eds.), *Public Opinion, Policy Responses, and Party Politics Under the COVID-19 Pandemic* (pp. 105-128). Lanham, Maryland: Bloomsbury Publishing.
- Yukaruç, U. (2022). Aşırı Sağ Terör, Komplo Teorileri ve Yeni Medya Üzerine İnceleme. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 527-546. doi:10.30784/epfad.1082092
- Zeynel, Ş. Ş. (2022). Politik Psikoloji Kapsamında Katı Siyasi Tutumların Oluşumuna Ebeveynlerin Etkisi: Isparta İli Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 49, 479-494. doi:10.30794/pausbed.973813