insan & toplum
the journal of humanity and society
Araştırma Makalesi

Dijital Gündemlerin Türkiye'deki Kamu Politikalarına Yön Verme Potansiyeli: X Örneği

Yıldız Atmaca*
Çağlar Çiçek

Öz: Dijital gelişim, uluslararası platformda birçok devletin en önemli gündem maddeleri arasında yer almaktadır. Özellikle sosyal medya, toplumsal olayların kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak dijital gündemlerin oluşumuna zemin hazırlayan önemli bir dijital araç olarak kabul edilmektedir. Bu çalışma, bir sosyal medya platformu olan X'i ve hashtag kullanımı yoluyla oluşturulan dijital gündemlerin kamu politikalarına etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Özelde ise oluşturulan kamu politikalarında X platformu gündeminde ele alınan hashtagların etkisini incelemek temel amaçtır. Çalışma, dijital aktivizmin politika döngüsündeki etkisini ele alması ve X platformunda kamu politikalarının oluşturulma sürecine olan yansımalarını analiz etmesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Sonrası (2018-2025) süreçte paylaşılan hashtagler içerik ve Braun- Clarke'ın tematik analiz yaklaşımı bağlamında değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonunda ise dijital gündemlerin kamu politikalarında farkındalık yarattığı ve karar alma süreçlerini etkilediği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Politikası, Sosyal Medya, Hashtag, Gündem Oluşturma, Dijital Etkileşim.

Abstract: Digital development is among the top priorities for many countries on the international stage. Social media, in particular, is considered a crucial digital tool that enables social events to reach large audiences quickly, paving the way for the formation of digital agendas. This study aims to examine the impact of digital agendas created through the use of hashtags on public policy on the social media platform X. Specifically, the main objective is to examine the impact of hashtags discussed on Platform X on the public policies that are formulated. The study is important in that it addresses the impact of digital activism on the policy cycle and analyzes its reflections on the process of creating public policies on the X platform. This study adopted a qualitative research method, evaluating hashtags shared during the post-Presidential Government System period (2018-2025) in terms of content and Braun-Clarke's thematic analysis approach. The evaluation concluded that digital agendas raise awareness of public policy and influence decision-making processes.

Keywords: Public Policy, Social Media, Hashtag, Agenda Setting, Digital Interaction.

*Sorumlu Yazar

Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi,yildizatmaca@yyu.edu.tr
Öğr. Gör. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, caglarcicek@yyu.edu.tr

https://orcid.org/0000-0001-6345-4745
https://orcid.org/0000-0002-9551-1027

DOI: 10.12658/M0814
insan & toplum, 2026.
insanvetoplum.org

Başvuru: 26.10.2025
Revize: 31.07.2026
Kabul: 11.08.2026
Erken Baskı: 09.11.2026

Giriş

Tarihsel süreçte gerek bireysel gerekse toplumsal anlamda ses duyurmak ve toplumsal değişim süreçlerine katılmak amacıyla farklı iletişim araçları kullanılmıştır. Bilgi ve iletişim tabanlı teknolojik gelişim süreci vatandaşların kamu otoritelerinden daha etkili kamu politikaları üretme yönündeki beklentilerini artırmıştır. Bu durum, çağdaş devletlerin vatandaş odaklı yönetim anlayışını benimsemelerine ve kamu taleplerine yanıt verebilmek amacıyla daha şeffaf, katılımcı ve etkin kamu politikaları geliştirme çabalarını yoğunlaştırmalarına neden olmuştur. Kamu politikalarının şekillenmesinde yalnızca hükümetlerin kararları değil, aynı zamanda vatandaş talepleri ve toplumsal katılım da belirleyici rol oynamaktadır.

Literatürde, hashtag temelli dijital gündemlerin politika üzerindeki etkisi genellikle ABD (#BlackLivesMatter) ve İran (#MahsaAmini) gibi örnekler üzerinden incelenmektedir. Üniter bir yapıya sahip Türkiye'de merkezi yönetimin yerinden yönetim kurumları üzerinde denetim yetkisi olan idari vesayet anlayışı söz konusudur. Temsili bir demokrasi anlayışı mevcuttur. Özellikle 2018 yılında kabul edilerek uygulamaya geçilen Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi ile merkeziyetçilik artmıştır. Türkiye'deki özgün yapısal ve siyasal bu dinamikler, özellikle devlet-vatandaş etkileşiminin merkeziyetçi niteliği dijital aktivizmin gündeme gelmesi ile bir esneklik göstermiştir. Dijital aktivizmin, geleneksel katılım kanallarını aşan dönüştürücü bir potansiyel taşıdığı gözlenmiştir. Bu gözlemin en önemli dayanağı, özellikle sosyal medya aracılığıyla yapılan baskılar sonucu karar alım süreçlerinde yaşanan değişimlerdir. 2025 yılının Aralık ayında TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu'ndan geçen kamuda görev yapan üst düzey bürokratlara 30 bin TL seyyanen zam kararı kamuoyu, sivil toplum kuruluşları, muhalefet ve sosyal medya baskısı sonucu TBMM Genel Kurulu'nda kararın destekçileri tarafından verilen önerge ile geri çekilmiştir. Bu haber geri çekilme kararı öncesinde X platformunda en fazla paylaşım alan haberler arasında yer almıştır.

X platformu, vatandaşların politika yapıcılarla doğrudan temas kurmasına olanak tanıyarak kamu politikalarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilecek bir alan açmaktadır. Kamu politikası yapım süreci çok aktörlü ve dinamik bir yapıya sahiptir. Süreçte toplumsal kesimlerin etkisi giderek daha belirgin hale gelmektedir. Hükümetler; sağlık, güvenlik, eğitim, vergi ve dış ticaret gibi alanlarda politika üretirken yalnızca kamu yararını değil, aynı zamanda siyasal meşruiyetlerini ve kurumsal çıkarlarını da gözetmektedir (Yıldız ve Sobacı, 2015a). Ancak bu süreçte resmi aktörlerin yanı sıra, vatandaşlar ve gayri resmî aktörler de önemli ölçüde etkili olmaktadır. Kamu politikalarının etkinliği, bu aktörlerin çeşitliliği ve karar alma süreçlerindeki rollerine bağlı olarak şekillenmektedir.

Dijital teknolojiler ve sosyal medya platformları, bireylerin ve toplumsal grupların görüş ve taleplerini duyurabilecekleri etkileşimli bir alan yaratmaktadır. Özellikle sosyal medya, devletle doğrudan iletişim imkânı sunarak toplumsal sorunların ve taleplerin kısa sürede gündeme taşınmasını sağlamaktadır. Bu araçlar, geleneksel medyaya kıyasla daha hızlı ve geniş kapsamlı etkileşim olanakları sunmaktadır. Mikroblog tabanlı X platformu, güncel gelişmeleri kısa sürede geniş kitlelere ulaştırma kapasitesiyle öne çıkmaktadır.

X platformunda kullanılan hashtagler belirli konular etrafında toplumsal farkındalık oluşturarak kamu gündemini dönüştürme potansiyeline sahiptir. Paylaşımların yoğunluğuna bağlı olarak platformdaki gündem sıralamaları değişmekte ve ilgili meseleler daha geniş kitlelerce görünür hale gelmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın temel iddiası, X platformunda hashtag paylaşımı ile gündeme gelen konuların kamu politikalarının gündem belirleme aşamasını, söylem ve politika üretimi ile birlikte devletin "yapmayı tercih etmediği" kararlarını etkilediğidir.

Türkiye'de X platformu, toplumsal meseleleri hızla görünür kılma ve kamuoyu oluşturma konusunda etkin bir dijital alan olarak işlev görmektedir. Örneğin; Emeklilikte Yaşa Takılanlar (EYT), sokak köpekleri sorunu, öğretmen atamaları ve memur promosyonları gibi çeşitli kamuya dair meseleler, X platformunda oluşturulan hashtagler aracılığıyla yaygınlaşmış ve kamu politikalarının şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu ve buna benzer hashtagler üzerinden gerçekleşen etkileşimler de toplumsal grupların mevcut hükümet politikalarına ilişkin taleplerini doğrudan ifade etmelerine ve devletin de bu talepler karşısında eyleme geçmesine olanak tanımıştır. Bu bağlamda bu çalışma, Bir irade beyanı aracı olan X platformunda gündeme gelen taleplerin dikkate alınma ve politikaya dönüştürülme konusuna dikkat çektiği için önem taşımaktadır. Çalışmada yalnızca X platformunda paylaşılan hashtagler ile gündeme gelen talep ve dönüştürülen politikalar ele alınmış diğer sosyal medya araçları çerçevesinde gündeme gelen talep ve politikalar çalışmanın sınırı dışında bırakılmıştır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışma, dijital kamusal alanda ortaya çıkan toplumsal taleplerin politika süreçlerine nasıl yansıdığını anlamaya yönelik olarak çoklu vaka incelemesi yaklaşımı çerçevesinde yürütülmüştür. Bu bağlamda, X platformundaki gündemlerinin kamu politikaları üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla doküman analizi ve içerik analizi yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Analiz sonrasında çalışmada, Dye'ın (2013) "Kamu politikası, hükümetlerin yapmayı tercih ettikleri kadar, yapmamayı tercih ettikleri şeylerdir" tanımı çerçevesinde X platformunda kullanılan hashtag temalı paylaşımlardan

hükümetin yapmayı tercih ettiği paylaşımlar belirlenmiştir."bilimsel verinin siyasal karar alma mekanizmasında nasıl dönüştürüldüğü veya engellendiği irdelenmiştir. Dönüştürülme sürecinde etkili olan aktörler tespit edilerek X platformunda etkili olan hashtaglerin etkisi analiz edilmiştir. Dijital gündem oluşturmanın kamu politikalarına yansımalarını anlamak amacıyla birbirine bağlı alt birimler olarak değerlendirilmiştir. Veriler, 2018–2025 yılları arasında X platformunda ilgili hashtagler altında paylaşılan gönderilerden seçilmiştir. Bunun sebebi ise Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte dijital katılımın artırılması, bürokratik süreçlerin sadeleştirilmesi ve vatandaş odaklı yönetişim anlayışının güçlendirilmesinin devletin söylem ve politika hedeflerinde öncelikli olmasıdır. Çalışma örneklemi, X platformunda hashtag paylaşımı ile kamuoyunda etki oluşturarak eyleme dönüşen kamu politikalarından oluşmaktadır. Her hashtag için belirlenen zaman aralıklarında yapılan paylaşımlar sistematik biçimde incelenmiş ve politika süreçlerine etkisi bulunan örnekler analiz için belirlenmiştir. Örneklem seçimi, çalışmanın amacına uygun olarak sosyal medya gündemlerinin çeşitliliğini ve temsilini sağlayacak şekilde özenle gerçekleştirilmiştir. Veri analizi, verilerin sistematik, objektif ve tekrarlanabilir şekilde kategorize edilip yorumlanmasını sağlayan bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi yöntemi ile yürütülmüştür. (Krippendorff, 2018). Analiz süreci manuel olarak gerçekleştirilmiş; herhangi bir yazılım ya da otomatik kodlama aracı kullanılmamıştır. Sosyal medya paylaşımlarının kamu politikaları üzerindeki etkileri kapsamlı ve sistematik biçimde analiz edilmiştir. Böylelikle dijital gündem oluşturmanın politika yapım süreçlerindeki işlevi, nitel bir perspektifle ortaya konulmuştur. Çalışmada bilimsel geçerlilik ve güvenilirliği artırmak amacıyla, veri toplama ve analiz süreçleri detaylı ve şeffaf şekilde tanımlanmıştır. Örneklem, politika ile ilişkili ve kamuoyunda yankı bulan X paylaşımlarını temsil eden hashtaglerden oluşturulmuştur.

Kamu Politikası Analizi Kuramı

Kamu politikası bir kavram olarak, toplumsal sorun veya ihtiyaçları yasal çerçevede gündeme getiren, mevcut çözümler arasından en uygun olanı seçerek sorunları çözmeye ya da ihtiyaçları karşılamaya yönelik kamu aktörlerinin planlı karar ve eylemlerini kapsayan bir süreç olarak ifade edilmektedir (Gül, 2018). Köklü bir geçmişe sahip olan ve literatürde birbirinden farklı tanımlarla ifade edilen kamu politikasının en genel ve kabul görülen tanımı ise Dye'ın (2013) "Kamu politikası, hükümetlerin yapmayı tercih ettikleri kadar, yapmamayı tercih ettikleri şeylerdir" tanımıdır. Başka bir ifade ile kamu politikası, gerçekleşen ya da gerçekleşmeyen eylemler bütünü olarak tanımlanmaktadır.

Kamu politikalarının uygulanmasında etkinliği artırmak ve karşılaşılan sorunları aşmak amacıyla çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmaların en temel unsurlarından biri kamu politikası analizidir. Kamu politikası analizi, kamusal alan sorunlarına çözüm arayan, süreci şekillendiren ve uygulayan çok aktörlü bir süreçtir. Ancak çok aktörlü ve karmaşık yapısı nedeniyle bu alanın kesin ve ortak bir tanımını oluşturmak zordur (Yıldız ve Sobacı, 2015). Politik analiz, politika oluşturma süreçlerine etkin katılım sağlamak ve karar alıcılar üzerinde etkili olabilmek için sosyo-ekonomik koşullar hakkında doğru bilgi edinmeyi amaçlayan çalışmalardır. Başka bir ifadeyle, kamu politikası analizi "devlet müdahalesini açıklamaya çalışan disiplin" olarak tanımlanabilir (Usta, 2013). Kamu politikası analizi, uygulanacak ya da uygulanmayacak politikaların öncesinde, sürecinde ve sonrasında gerçekleştirilen eylemlerin sağladığı yararları ve olumsuz sonuçları ortaya koyan bir süreçtir (Gül, 2015). Esasında, kamu politikası analizi, çoklu ve karmaşık seçenekler arasında en uygun olanı seçmek için yapılan sistematik bir çalışma alanıdır. Bu bağlamda, doğru karar alınabilmesi için gerekli verilerin toplanması, değerlendirilmesi ve analiz edilmesini ifade eder. Kamu politikası çalışmalarında ilk adım, çözülmesi gereken sorunun doğru tanımlanmasıdır. Sorunun eksik ya da yanlış anlaşılması, çözüm üretme sürecini olumsuz etkilemektedir. Doğru kavranan sorun, uygun politikaların geliştirilmesinin ve başarısının temelidir (Yıldız ve Sobacı, 2015). Kamu politikası analizi, karar alma sürecinin tüm aşamalarında eylemlerin ya da eylemsizliklerin etkilerini çok aktörlü ve bütüncül yaklaşımla inceleyen analitik bir çalışma alanıdır. Kamu politikası süreçlerine etki eden, ulusal, uluslararası, resmi ve gayri resmi olmak üzere çok sayıda aktör bulunmaktadır. Türkiye örneğinde, uluslararası aktörler arasında IMF, Dünya Bankası, Avrupa Birliği ve NATO gibi kurumlar yer alır (Eroğlu, 2015). Ulusal aktörler ise resmi ve gayri resmi olarak iki gruba ayrılır. Resmi aktörler genel itibariyle parlamentolar ve hükümetlerdir. Gayri resmi aktörlerde vatandaşlar, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, siyasi partiler ile medya ve sosyal medyayı içermektedir (Yıldız ve Sobacı, 2015). Kamu politikalarının şekillenmesinde, hem ulusal hem de uluslararası aktörler önemlidir. Özellikle uluslararası platformda sosyal medya, son dönemin fenomen aktörlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Sosyal Medya, Mikroblog ve X

Bilgisayar ve internet teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, sosyal medyanın ortaya çıkışına olanak sağlayan altyapıyı oluşturmuş; bireyler arası etkileşim biçimlerinin dijital ortama taşınmasını mümkün kılmıştır (Castells, 2010). 1990'ların sonlarında başlayan dönüşüm, bireylerin iletişim biçimlerinden toplumsal ilişkilerine ve siyasal katılım dinamiklerine kadar kapsamlı değişiklikler yaratmıştır (Van Dijck, 2013). Dijital gerçeklik, başlangıçta gündelik yaşamın dışında konumlanırken; günümüzde

bireylerin iletişim biçimleri ve toplumsal ilişkilerinde belirleyici bir unsur haline gelmiştir.

Sosyal medya; "kullanıcılar tarafından oluşturulan, internet temelli içerik üretme ve paylaşma olanağı sağlayan platformlar" olarak tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sosyal medya, kullanıcı, internet altyapısı ve sosyal ağ etkileşimi olmak üzere üç temel unsur üzerine inşa edilmiştir. Bu altyapıyı oluşturan bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi teknolojik araçlar, dijital yapının işleyişinde temel bileşenlerdir. Sosyal medyanın erken örneklerinden biri olan "Open Diary", kullanıcı temelli dijital etkileşimin gelişiminde önemli bir eşik oluşturmuştur. 1998'de Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulan bu platform, çevrim içi günlük tutma pratiğini yaygınlaştırarak bireylerin kişisel deneyimlerini paylaşabilecekleri yeni bir iletişim alanı sağlamıştır (Rettberg, 2014)."Web günlüğü" kavramıyla tanımlanan bu platform, dijital ortamda bireyler arası etkileşimin temelini atmış; zamanla daha geniş toplulukların bir araya geldiği sosyal ağların gelişimine zemin hazırlamıştır. Ardından, programcılar tarafından "weblog" olarak kısaltılan platform, internet erişiminin yaygınlaşmasıyla popüler hale gelmiş ve sosyal medya kavramının temel unsurlarını oluşturmuştur. Sosyal medya ağlarının zaman içinde gelişimi, MySpace, Facebook gibi platformların ortaya çıkışıyla devam etmiştir.

Kullanım amaçlarına göre değişen platformlar; sosyal ağ siteleri (MySpace, Facebook), görsel içerik paylaşım ortamları (Instagram), bloglar, mikroblog servisleri (X), sanal yaşam simülasyonları, çevrim içi oyunlar ve açık bilgi paylaşım ağları (Wikipedia) gibi farklı kategorilere ayrılmaktadır (Kara, 2013). Her platform, özgün teknik ve içerik yapısıyla kullanıcılar arasında çeşitli etkileşim biçimlerinin gelişmesine imkân tanımaktadır. Çalışma kapsamında sosyal medya çeşitliliği detaylı olarak sınıflandırılmayacak; bunun yerine, konuya doğrudan ilişkin mikroblog yapıları ve özellikle X platformu üzerinde değerlendirmeler yapılacaktır.

Bir Kamu Politikası Aktörü Olarak Sosyal Medya

Sosyal medya, kamu politikalarının şekillenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Dijital platformlar, hızla genişleyen etkileşim alanları aracılığıyla yalnızca yerel değil, aynı zamanda küresel çapta da etkili olmaktadır. Dünya genelindeki herhangi bir olay, çok kısa bir zaman zarfında milyonlara ulaşmakta ve hızla yayılan bilgi akışı karar alma süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda sosyal medya, kamu politikalarının belirlenmesinde ve değiştirilmesinde etkin bir aktör haline gelmiştir. Aktörlerin mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmanın ötesinde, kamuoyu oluşturma ve toplumsal taleplerin gündeme taşınmasında da güçlü bir mecra konumundadır. Ayrıca, uluslararası ilişkilerde sosyal medya kritik bir diplomatik mekanizma olarak

işlev görmektedir. Özellikle ABD Başkanı Donald Trump'ın X platformunu küresel diplomasiye entegre etmesi, platformun güçlü ve stratejik bir araç olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Dijital ortam, kamu politikalarının şekillenmesinde, halkla iletişimde ve küresel diplomatik stratejilerde belirleyici bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır (Yaşar, 2010). Sosyal medya, iletişimde çift yönlü etkileşim imkânı sunarak, iletilerin eşzamanlı gönderilip karşılık bulmasına olanak tanımaktadır. Bu özellik, sosyal medyayı salt bir iletişim aracından çıkarıp, kamu politikalarını etkileme gücü ve gündem belirleme kapasitesiyle toplumsal alanda belirleyici konuma taşımaktadır. Dolayısıyla, kamuoyu oluşturma sürecinde ve kamu politikalarının şekillenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Toplumsal taleplerin görünürlük kazanması ve karar alma süreçlerinin yönlendirilmesinde etkin bir mecra hâline gelmiştir (Göçoğlu ve Aydın, 2015).

Geleneksel medyanın sınırlarını aşan sosyal medya, özellikle gündem belirleme süreçlerinde daha etkin bir konuma yükselmiştir. Kamu politikalarının şekillenmesinde geleneksel medyanın üstlendiği işlev, giderek dijital mecralarla paylaşılmaktadır. Bloglar, sosyal ağlar ve bağımsız haber kaynakları gibi geleneksel yapıya bağlı olmayan dijital kanallar süreçte daha görünür ve yönlendirici olmaktadır (Demir ve Ayhan, 2020). Dijital medyanın etki düzeyi, yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra adeta "dördüncü kuvvet" konumuna gelmiştir. Birey ve toplum yaşamında belirleyici bir rol oynamıştır. Dördüncü kuvvet olarak sosyal medya, gündelik yaşamın pek çok alanını etkisi altına almış; bireylerden topluma, resmi ya da gayri resmi tüm organizasyonları doğrudan etkilemeye başlamıştır (Toplu, 2018).

Dijital ortam, eğitimden sağlığa, özel yaşamdan toplumsal ilişkilere kadar hayatın hemen her alanını etkileyerek yalnızca bireysel değil, toplumsal ölçekte de önemli hareketlilik yaratmaktadır (Kartal ve Amini, 2021). Bu sebeple, sosyal medya kamu politikasının bir aktörü olarak bireyden topluma kadar geniş bir etki alanına sahiptir. Ancak, sosyal medyada tartışılan her konu veya meselenin doğrudan meşru bir gündem oluşturduğu anlamına gelmemektedir. Bir konunun sosyal medyada öne çıkması, mutlaka çözüm gerektirdiği ya da her bağlamda benzer sonuçlar doğuracağı anlamını taşımamaktadır. Örneğin, Avrupa'da farklı ülkelerde eşcinsel evlilikle ilgili yürütülen tartışmalar, konunun her ülkede yasalaşacağını değil, yalnızca görünürlüğünün arttığını gösterir. Sosyal medya, çeşitli toplumsal grupların savundukları veya üzerinde düşündükleri meseleleri geniş kitlelere duyurma aracıdır. Ancak, bu mecrada gündeme getirilen her konu toplumda aynı düzeyde yankı uyandırmamaktadır. Dolayısıyla her ülkede aynı sonuçların çıkması da beklenemez (Akdoğan, 2015).

Sosyal medya, farklı toplumsal grupların bir araya gelerek ortak söylem oluşturabileceği etkili bir mecra hâline gelmiştir. Geleneksel mecralarda, bireylerin tek başına belirli konuda görüş bildirmesi çoğunlukla yer, zaman ve erişim açısından sınırlıdır. Buna karşın sosyal medya, bu tür kısıtlamaları ortadan kaldırarak bireylerin görüşlerini geniş kitlelere paylaşmasını mümkün kılmaktadır. Bu özgürlük, sosyal medyanın hızla gündem oluşturmasına ve geniş çapta etki yaratmasına imkân tanımaktadır. Sosyal medyada gelişen gündemler kısa sürede toplumsal yansımalar oluşturmaktadır. Kamuoyunun da oluşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca geleneksel medya araçlarında yer almayan konular da sosyal medyada gündeme gelebilmektedir. Örneğin çevre sorunları, altyapı eksiklikleri, işsizlik, enflasyon, adalet meseleleri ve memur maaşları gibi kamuyu ilgilendiren müşterek konular sosyal medya sayesinde gündem oluşturabilmektedir. Sosyal medyanın sağladığı hızın, geleneksel medyaya kıyasla çok daha fazla olması meselelerin geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bireylerin çevresinde yaşanan herhangi bir olay ya da gelişme, aynı hızla sosyal medyada paylaşılmaktadır. Dolayısıyla gündemin hızlı şekillenmesine ve toplumsal etki yaratmasına imkân tanımaktadır (Kılıç, 2020). Bu durum, sosyal medyanın bir gayri resmi aktör olmasına rağmen kamu politikalarının belirlenmesinde ve gündeme taşınmasında önemli bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Bir Sosyal Ağ Sitesi Olarak Mikroblog

Mikrobloglar, kısa ve anlık paylaşımlar yaparak içerik üretimini mümkün kılan sosyal medya formatlarıdır (Java, Song, Finin ve Tseng, 2007). Bu tür platformlar, kullanıcıların kısa süre içerisinde duygu, düşünce veya bilgi aktarımı yapmasına imkan tanıyan dinamik iletişim ortamlarıdır. Geleneksel bloglardan farklı olarak, mikrobloglarda karakter sınırlaması (örneğin X platformunda 280 karakter), gerçek zamanlı etkileşim ve hızlı geri bildirim özellikleri ön plana çıkmaktadır (Boyd, Golder ve Lotan, 2010).

Mikroblog platformları, kullanıcı etkileşimlerini retweet, beğeni ve yorum gibi araçlarla görünür kılarak, bilgi ve içeriklerin hızlı ve geniş çapta yayılmasını mümkün kılmaktadır (Zhao ve Rosson, 2009). Özellikle akademisyenler, gazeteciler ve politikacılar gibi profesyonel kullanıcılar tarafından bilgi ve haber iletimi amacıyla sıklıkla tercih edilen etkili dijital mecralar arasında yer almaktadır. Geleneksel blog türleri, genellikle bireysel deneyim ve düşüncelere dayalı içeriklerin günlük formatında sunulduğu yapılar olarak öne çıkarken, mikrobloglar bu yapılar ile sosyal ağlar arasında köprü niteliğinde bir işlev üstlenmektedir (Kara, 2013). Web 2.0 teknolojileri üzerine inşa edilen mikrobloglar, kullanıcıların çevrimiçi sosyal ağlar aracılığıyla çift yönlü iletişim kurabildiği, etkileşim temelli bir paylaşım ortamı sunmaktadır. Bu tür platformların belirleyici özelliği, kısa, anlık ve yoğun etkileşim

potansiyeli taşıyan iletiler aracılığıyla bilginin hızlı biçimde dolaşıma girmesine ve kamuoyu oluşturma süreçlerine katkı sunmasına olanak tanımasıdır. Plurk, Jaiku ve Yammer gibi platformlar mikroblog uygulamalarının erken örnekleri arasında yer almakla birlikte, günümüzde en yaygın kullanılan mikroblog platformu, X olarak kabul edilmektedir (Kwak, Lee, Park ve Moon, 2010).

X Platformu ve Kullanıcı Dinamikleri

X, eski adıyla Twitter, 2006 yılında kullanıma sunulan ve kullanıcıların kısa iletiler paylaşabildiği bir mikroblog platformudur. Başlangıçta 140 karakterle sınırlı olan gönderiler, 2017 yılında 280 karaktere çıkarılmıştır. 2023 yılında, ismi Twitter olan platform, X ismini alarak yeniden markalanmıştır. Günümüzde standart kullanıcılar için 280 karakterle sınırlı olan paylaşım imkânı, Premium abonelikle 25.000 karaktere kadar genişletilebilmektedir. Bu yapı, düşüncelerin kısa, özlü ve aynı zamanda geniş kitlelere ulaşabilecek şekilde dolaşıma girmesini amaçlayan iletişim ortamı olarak işlev görmesini sağlamaktadır. X, özellikle profesyonel kullanıcılar (akademisyenler, gazeteciler, politikacılar) tarafından bilgi ve haber paylaşımı amacıyla tercih edilmektedir (Bruns ve Burgess, 2011). X, istenilen herhangi bir konu ile ilgili olarak yazılanların veya görsellerin paylaşıldığı, kullanıcılar arasında etkileşim sağlayan mikroblog platformudur. Diğer sosyal medya araçlarından farklı olarak bazı özgün özellikleri bulunmaktadır. Örneğin, ''X internetin SMS'i olarak tanımlanmaktadır'' (Toplu, 2018). X'in diğer bir ayırt edici özelliği ise, veri üretimini kullanıcıların iletişim kurma ihtiyaçlarına göre şekillendirmesidir. Konu sınırlaması olmaksızın, kullanıcılarına içerik üretme konusunda geniş bir özgürlük sunan X, bu yönüyle kullanıcıların istekleri doğrultusunda paylaşım yapmalarına imkân tanıyan bir platform olarak öne çıkmaktadır (Hüseyin, 2018). Platformda yaklaşık olarak günlük 500 milyon tweet paylaşılmaktadır. X, arama motoru üzerinden ise günlük yaklaşık 2 milyon arama gerçekleştirilmektedir (www.websiterating.com, 2023). X arama motoru, kullanıcıların herhangi bir kelime veya konuyla ilgili arama yapmasına da olanak sağlamaktadır.

2022 yılında X platformu, Elon Musk tarafından 44 milyar dolar karşılığında satın alınmıştır. Bu satın alma işlemi, bir sosyal medya aracına yönelik şimdiye dek ödenmiş en yüksek tutarlardan biri olması bakımından, dijital platformların ekonomik ve toplumsal değerini çarpıcı biçimde ortaya koymaktadır. Ödenen bedelin büyüklüğü, X'in yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesinde, küresel ölçekte etki gücüne sahip stratejik bir dijital altyapı olarak konumlandığını göstermektedir.2025 yılı itibariyle X platformu, dünya genelinde 585,8 milyon aktif kullanıcıya ulaşarak en çok kullanılan sosyal medya mecraları arasında üçüncü sırada yer almıştır. Dijital Türkiye Raporu'na göre, Türkiye'de 20,67 milyon kullanıcı X platformunu aktif biçimde kullanmakta olup,

bu sayı 13 yaş üstü nüfusun yaklaşık %30'una karşılık gelmektedir. Ayrıca X kullanıcı yoğunluğu bakımından Türkiye, küresel sıralamada yedinci konumda bulunmaktadır. Bu veriler, hem platformun küresel erişim kapasitesini hem de Türkiye'deki yaygın kullanım düzeyini ortaya koymaktadır (datareportal.com, 2025).

X platformu, küresel çapta milyonlarca kullanıcıyı bir araya getiren ve yapay zekâ tabanlı algoritmalarla desteklenen etkili bir dijital iletişim ağıdır. Platform, etiketleme (#) sistemi, entegre arama motoru ve karakter sınırıyla belirlenen metin paylaşımları gibi özelliklerle öne çıkmaktadır. Ayrıca, görsel içerik yükleme, karşılıklı veya tek yönlü takip, içerik beğenme ve yeniden paylaşma (retweet) işlevleriyle diğer sosyal medya araçlarından ayrılmaktadır. Bu özellikler, X'i yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkarıp, bireylerin dijital kamusal alanda düşüncelerini, tutumlarını ve kimliklerini ifade ettiği etkileşimli bir mecra haline getirmektedir. Platformda öne çıkan gündemler, kamu politikalarının şekillenmesinde devlet yöneticilerinin karar alma süreçlerine yansıyabilmektedir.

X'in Kamu Politikalarına Yansıyan Negatif Yönleri

Sosyal medya platformlarının kullanım oranı ve etkisi hızla artmaktadır. Bunun sonucu olarak ise dijital ortamda büyük miktarda veri üretimi olmaktadır. Ancak veriler arasında doğru bilgi ile yanıltıcı içeriklerin ayrımı her zaman mümkün olmamaktadır. Özellikle X gibi platformlar, bilgi boşluklarının oluşmasına ve manipülasyonun yaygınlaşmasına uygun zemin sağlamaktadır. Bu durum, bireyler ve topluluklar üzerinde çeşitli toplumsal ve psikolojik etkiler yaratabilmektedir (Cerrah, 2016). Örneğin, bir tweetin bağlamından koparılması, konunun yanlış yorumlanmasına ve algının çarpıtılmasına neden olabilmektedir. Dijital mecralarda algı operasyonlarının işleyiş biçimi, dezenformasyon araştırmalarının temel inceleme alanını oluşturmaktadır.

Sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler, kamuoyunun güvenini sarsmak ve tartışmaları yönlendirmek amacıyla bilinçli olarak üretilebilmektedir (Wardle veDerakhshan, 2017). Ampirik çalışmalar, tek bir yanlış bilginin on binlerce kişiye ulaşarak toplumsal panik yaratabileceğini ve yanlış politika taleplerini tetikleyebileceğini göstermektedir (Vosoughi, Roy ve Aral, 2018). Bu tür içerikler, sosyal medya aracılığıyla hızla yayılmakta ve kamuoyunu etkileyebilmektedir. Örnek olarak, X ve diğer platformlarda yayılan "çipli hayvan başına vergi alınacak" iddiası geniş yankı uyandırmıştır. Ancak Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2023) tarafından yayımlanan Dezenformasyon Bülteni'nde bu iddia yalanlanmış, çipli hayvan uygulamasının vergi amacı taşımadığı; sahipsiz hayvanların takibini kolaylaştırmak ve evcil hayvanların sokağa terk edilmesini önlemek için geliştirildiği belirtilmiştir (www.iletisim.gov.tr, 2023).

Anlık mesajlaşma özelliği ve geniş kullanıcı kitlesiyle X platformu, algı yönetimine açık bir dijital alan sunmaktadır. Dijital ortamlarda oluşan algıların doğruluğu genellikle zamanla ortaya çıkmakta, bu durum ise bilgi kirliliğine yol açmaktadır. Araştırmalar, yanlış veya yanıltıcı içeriklerin doğrulanmış bilgilere kıyasla çok daha hızlı yayıldığını göstermektedir. Örneğin, Ocak 2013'te, X platformunda 16 milyondan fazla takipçisi bulunan Associated Press hesabından, ABD Beyaz Sarayı'nda iki patlama olduğu ve Başkan Barack Obama'nın yaralandığına dair bir paylaşım yapılmıştır. Bu paylaşımlar kısa sürede yoğun biçimde yayılmış ve Dow Jones borsasında yaklaşık 150 milyar dolarlık kayba neden olmuştur. İlgili ajans daha sonra hesabının kötü niyetli kişilerce ele geçirildiğini ve bilginin gerçek olmadığını açıklamıştır (www.haberturk.com, 2025). Bu sebeple editoryal denetim mekanizmalarının sınırlı olduğu sosyal medya ortamlarında içeriklerin anlık doğruluğunun teyit edilmemesi, bilgi güvenliği açısından önemli riskler doğurmaktadır. Yanlış bilgilerin yayılması, geri dönüşü zor olan olumsuz sonuçlar yaratabilmektedir.

Hashtag Kullanımı ve X Platformunda Hashtag ile Gündem Oluşturma

Hashtag, kullanıcıların gündemde olan veya gündeme taşımak istedikleri konuları belirtmek amacıyla oluşturdukları, başında "#" sembolü bulunan kelime veya kelime gruplarından oluşan bir etiketleme sistemidir. Sosyal medya içeriklerinin düzenlenmesinde önemli bir araç olan hashtagler, X platformunda paylaşılan gönderi sayısına bağlı olarak "trendtopic" yani gündemin öncelikli konuları haline gelmektedir (Zappavigna, 2015; Güdekli, 2016). Bir hashtag'in gündemde yer alması, o konu hakkında yapılan paylaşım sayısının artışıyla doğrudan ilişkilidir. Ayrıca, X'in arama motoru kullanıcıların kelime araması yapmasına olanak tanımakta, "#" işaretinin eklenmesi ise arama sonuçlarını daha hedefli ve hızlı erişilebilir kılmaktadır (Graham, Hogan, Strauman ve Medhat, 2014). Örneğin, #BlackLivesMatter etiketi ABD'deki ırkçılık karşıtı hareketin dijital sembolü, #MahsaAmini etiketi ise 2022'de İran'da başlayan toplumsal protestoların simgesi olarak ön plana çıkmıştır. Milyonlarca kullanıcının bu etiketleri paylaşması, günlük iletişimi aşarak küresel ölçekte kamuoyunun oluşumuna katkı sağlamaktadır. Hashtag kullanımı, yerel veya uluslararası öneme sahip toplumsal meselelerin dijital kamusal alanda görünürlüğünü artırmakta ve kullanıcılar arasında ortak farkındalık ile dayanışma ortamı yaratmaktadır.

Fiziksel buluşmaların sınırlı veya imkânsız olduğu dönemlerde, dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilen örgütlenmeler ve içerik paylaşımları, toplumsal taleplerin daha geniş kitlelere ulaşmasına imkân tanımaktadır. Bahse konu duruma yönelik örneklerden biri, 2013 yılında Türkiye'de gerçekleşen Taksim Gezi Parkı eylemleridir. Söz konusu süreçte katılımcılar, eylemleri organize etmek ve kamusal görünürlük

sağlamak amacıyla X platformunu etkin biçimde kullanmış; metin, görsel ve video içerikleri aracılığıyla dijital bir mobilizasyon ağı oluşturmuşlardır (Yeniçıktı, 2014). Gezi Parkı eylemlerinin ilk üç günü içerisinde yaklaşık 50 milyon tweetin paylaşılmış olması (Acar, 2013), sosyal medya mecralarının toplumsal hareketler üzerindeki iletişim ve mobilizasyon kapasitesini somut biçimde ortaya koymaktadır. Bu süreçte kullanılan #direngeziparkı ve #occupygezi gibi etiketler, dijital iletişimin gündem belirleyici niteliğini öne çıkarmış; sosyal medyanın geleneksel medyadan bağımsız bir kamusal alan olarak işlev gördüğünü göstermiştir. Yeni medya ortamı, yalnızca bilgi akışını hızlandırmakla kalmamış; toplumsal hareketin söylemsel çerçevesini, eylem biçimlerini ve mekânsal sınırlarını da dönüştürmüştür. Katılımcıların hem dijital hem fiziksel alanlarda eşzamanlı olarak örgütlenebilmesi, dijital mecraların protesto pratiklerinde oynadığı yapısal rolü daha görünür kılmıştır. Bu durum, siber ve fiziksel alanlar arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığı bir protesto formunun oluşmasına ve hareketin etkisinin mekânsal ve zamansal olarak genişlemesine katkı sağlamıştır. Gezi Parkı eylemleri, iktidar tarafından benimsenmeyen ve toplumun belirli kesimlerince meşru kabul edilmeyen kamu politikalarına karşı geliştirilmiş kolektif bir itiraz biçimi olarak değerlendirilmektedir (İnceoğlu, 2015). Geleneksel protesto yöntemleri ile dijital iletişim araçlarının eşzamanlı kullanımı, hareketin hem içsel koordinasyonunu hem de dışa dönük görünürlüğünü önemli ölçüde artırmıştır. Bununla birlikte, yeni medya pratiklerinin toplumsal hareketlerdeki rolü eleştirel bir çerçevede ele alınmalıdır. Dijital ortamlarda gerçekleşen hızlı bilgi dolaşımı, katılım biçimlerinin yüzeyselleşmesine; içerik doğruluğunun denetlenememesi ise bilgi kirliliğine yol açabilmektedir. Ayrıca, dijital mecralarda yürütülen algı yönetimi stratejileri, kamuoyu yönlendirmelerinde belirleyici hale gelerek hareketin söylemsel bütünlüğünü zayıflatma potansiyeli taşımaktadır. Bu yönleriyle yeni medya, protesto hareketlerine fırsatlar sunarken, çeşitli sınırlılık ve riskleri de beraberinde getirmektedir.

Dijital gündemler, kimi zaman saha gerçekliklerinden koparak kısa süreli etkilerle sınırlı kalabilmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya platformlarında içeriklerin görünürlüğünü belirleyen algoritmalar, halkın talepleri ile platform sahiplerinin ticari veya politik öncelikleri arasında bir gerilim alanı oluşturabilmektedir (Şener, 2015). Ancak Türkiye'de hükümet yetkilileri, siyasi parti liderleri ve siyasetçiler X platformunu aktif olarak kullanmaktadır. Fiziki mekânlarda düzenlenen toplantılarda lojistik gereklilikler, güvenlik ve katılım organizasyonu gibi unsurlar ön plandayken, X aracılığıyla canlı sohbetler, video paylaşımları ve doğrudan iletişim mümkün hale gelmektedir. Kamu politikası yapıcıları ve diğer paydaşların aynı dijital ortamda bulunması, karşılıklı etkileşim açısından önemli avantajlar sağlamaktadır.

Dijital hareketlerin içeriği, katılımcı profili, motivasyon kaynakları ve siyasal sistemle ilişkileri bütüncül biçimde ele alınmalıdır. Böyle bir yaklaşım, X kaynaklı toplumsal taleplerin kamu politikalarına nasıl yansıdığını anlamada daha derinlikli bir çerçeve sunacaktır. Bu çerçevede son beş yılda Türkiye'deki kamu politikalarının oluşturulmasında etkili olan en önemli Hashtagler şu halde özetlenmektedir.

Tablo 1

Türkiye'de Hashtag Hareketleri ve Kamu Politikası Üzerindeki Etkileri (2020–2025)

Yıl	Kullanılan Hashtag	Konu/İçerik	Sonuç/Etki
2020	#CBdenMüjde60	Öğretmen atamaları talebi	Yaklaşık 2 milyon paylaşım, öğretmen atamaları konusunun gündemde kalmasına ve karar alıcıların dikkatini çekmesine katkı sağlayarak öğretmen ataması yapılmıştır.
2022 (Nisan)	#polispromosyon	Memur maaş promosyonları	Yoğun sosyal medya baskısı sonucunda Emniyet Genel Müdürlüğü protokolü revize etmiş; personele 27.000 TL ek ödeme açıklanmıştır.
2022 (Aralık)	#EYTdeYaşKoşulunaHayır	Emeklilikte Yaşa Takılanlar (EYT) düzenlemesi	Yaklaşık 1,3 milyon paylaşım yapılan #EYTdeYaşKoşulunaHayır etiketi, dijital kamuoyu baskısı sonucunda yaş şartının kaldırılmasını ve düzenlemenin yasalaşmasını sağlamıştır.
2023	#StajEmektir	Staj mağdurlarının EYT kapsamına dâhil edilmesi talebi	Yaklaşık 1,1 milyon paylaşım; konunun politika yapıcıların gündeminde tutulmasını sağlamıştır.

Yıl	Kullanılan Hashtag	Konu/İçerik	Sonuç/Etki
2024	#SokakKöpekleri, #HayvanHakları	Sokak hayvanları ve kamu güvenliği tartışması	Dijital ortamda karşıt görüşlerin etkileşimi, çok sesli kamusal alanın görünürlüğünü artırmış ve belediyeler tarafından sokak köpekleri projeleri gerçekleştirilmiştir.
2025	#KabulEtmiyoruz	Üst düzey kamu yöneticilerine seyyanen zam	Kamuoyunda oluşan yoğun eleştiriler ve siyasi tartışmaların ardından TBMM Genel Kurulu aşamasında teklif metninden çıkarılmıştır.

Tablo 1'de sunulan veriler, dijital mecralardaki toplumsal hareketliliğin kamu politikalarını doğrusal bir sebep-sonuç ilişkisiyle inşa ettiği iddiasından ziyade; X (Twitter) ortamında belirginleşen taleplerin, resmî karar alma mekanizmalarıyla hangi kesişim kümelerinde birleştiğini ve karar alma birimlerinin talep karşısındaki eylem düzeyini irdelemektedir. Yapılan analiz, toplumsal hareketliliğin karar vericiler üzerindeki etkisini ''doğrudan belirleyicilik'' üzerinden değil; resmî beyanatlar, kurumsal duyurular ve yasama belgeleri üzerinden sürülebilen ''izlenebilirlik'' ve ''belgelenebilirlik'' kriterleri çerçevesinde ele almaktadır. Bu etki, karar alma süreçlerinde gündem oluşturma ve söylemsel referans üretme düzeyiyle sınırlı tutulmaktadır.

Hashtagler, kamu politikası karar süreçlerine etkileriyle özellikle öğretmen atamaları konusundaki sosyal medya kampanyalarında görülmektedir. Atama bekleyen öğretmen adayları, taleplerini duyurmak ve siyasi karar alıcıları etkilemek amacıyla uzun süre dijital platformlarda farkındalık çalışmaları yürütmüştür. 2020 yılında X'de Cumhurbaşkanı'na doğrudan hitaben başlatılan "#CBdenMüjde60" kampanyası kapsamında 2 milyondan fazla tweet paylaşılmıştır (www.kamudanhaber.net, 2023). 20 Şubat 2020 tarihinde Millî Eğitim Bakanı Ziya Selçuk, AA Editör Masası programına katılımı sırasında, kamuoyunda öğretmen atamalarına ilişkin yoğun beklentilerin bulunduğuna dikkat çekmiş; özellikle sosyal medyada dile getirilen taleplerin farkında olunduğunu ifade etmiştir. Bakan Selçuk, yaptığı açıklamada üniversite mezunu gençlerin istihdam beklentilerine vurgu yaparak, bu doğrultuda yürütülen çalışmalar kapsamında 20 bin ek öğretmen atamasının gerçekleştirileceğini ifade etmiştir (www.aa.com.tr,2026) Söz konusu açıklamanın ardından, 21 Ağustos 2020 tarihinde Millî Eğitim Bakanlığı tarafından 20 bin ek öğretmen atamasına

ilişkin resmî takvim yayımlanmış ve süreç kurumsal olarak başlatılmıştır (personel.meb.gov.tr,2026).Yaşanan bu süreç, dijital kamusal alanda görünürlük kazanan taleplerin, resmî söylemler vasıtasıyla politika gündemine nasıl dâhil edilebildiğini göstermesi bakımdan önem taşımaktadır.

Benzer biçimde, Emniyet Genel Müdürlüğü personeline yönelik maaş promosyonlarına ilişkin tartışmalar, 2022 yılı içerisinde sosyal medya platformlarında yoğun biçimde gündeme gelmiştir. Yaşanan süreçte #polispromosyon etiketi etrafında şekillenen paylaşımların ardından, Emniyet Genel Müdürlüğü 15 Nisan 2022 tarihinde bir basın açıklaması yaparak, bazı sosyal medya platformlarında yer alan paylaşımlar üzerine kamuoyunu bilgilendirme ihtiyacı doğduğunu belirtmiştir. Açıklamada, Vakıfbank ile 18 Mart 2022 tarihinde imzalanan promosyon protokolü uyarınca personele aylık 300 TL ilave ödeme yapılacağı ifade edilmiştir. Devam eden süreçte, kamuoyunda oluşan beklentiler ve taleplerin etkisiyle yeniden değerlendirilmiş Vakıfbank ile yeniden görüşmeler gerçekleştirilmiş; 28 Eylül 2022 tarihinde yapılan ikinci açıklama ile mevcut protokolün revize edildiği, sürenin üç yıl olarak belirlendiği ve personele tek seferde 27.000 TL ödeme yapılmasına karar verildiği duyurulmuştur (www.egm.gov.tr,2026).

Emeklilikte Yaşa Takılanlar (EYT) düzenlemesine ilişkin süreçte de benzer bir görünürlük söz konusudur. 7 Aralık 2022 tarihinde "#EYTdeYaşKoşulunaHayır" etiketiyle yaklaşık 1,3 milyon tweet paylaşılmıştır (www.tccb.gov.tr, 2023).Dijital ortamda sürdürülen yoğun kamuoyu baskısı sonucu, aynı ay içinde Cumhurbaşkanı, kamuoyunda uzun süredir tartışılan EYT düzenlemesine ilişkin yaptığı açıklamada, vatandaşların taleplerinin ve beklentilerinin yakından takip edildiğini belirtmiş; yürütülen çalışmalar sonucunda yaş şartının uygulanmayacağını ifade etmiştir. Yapılacak düzenleme ile yaklaşık 2 milyon 250 bin kişinin doğrudan hak sahibi olacağı kamuoyuna duyurulmuştur (www.aa.com.tr, 2026a). Söz konusu açıklamaların ardından, EYT düzenlemesi 3 Mart 2023 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanan Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile yasalaşmıştır. Kanunun Geçici 95. maddesinde, yaş şartı hariç diğer koşulları sağlayanların yaşlılık aylığından yararlanabileceği hükme bağlanmış ve yaş kriteri kanun metninden çıkarılmıştır(Resmi Gazete,2023) Bu gelişmenin ardından, EYT kapsamında 1999 öncesi staj yapmış bireylerin de kapsama dâhil edilmesi yönündeki talepler, "#StajEmektir" etiketi altında sosyal medya gündeminde tutulmaya devam etmiştir. Söz konusu etiket ile yaklaşık 1,1 milyon paylaşım gerçekleştirilmiştir (getdaytrends.com, 2023). Son dönemde Türkiye'de gündem oluşturan sokak köpekleri meselesi sosyal medyada yoğun tartışmalara neden olan hashtaglerden biri olmuştur. İlgili paylaşımların sayısı ve

etkileşim oranları önemli ölçüde artmıştır (Karaca, 2024). Özellikle sahipsiz hayvanlara ilişkin düzenlemeleri içeren Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi kapsamında yürütülen tartışmalar, dijital kamusal alanda yoğun biçimde yer bulmuştur. Sürecin sonunda ilgili düzenleme, 30 Temmuz 2024 tarihinde kabul edilmiş ve 2 Ağustos 2024 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 7527 sayılı Kanun ile hayvanların korunmasına ilişkin yasal çerçeve güncellenmiş ve düzenleme resmiyet kazanmıştır (Resmi Gazete,2024).

TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu'nda Aralık 2025'te kabul edilen ve üst düzey kamu yöneticileri ile bazı kariyer meslek mensuplarına ilave mali hak tanınmasını öngören düzenleme, kamuoyunda ve özellikle X platformunda yoğun tartışmalara neden olmuştur. Düzenlemeye tepki gösteren kamu görevlileri, meslek kuruluşları ve kullanıcılar tarafından yürütülen sosyal medya paylaşımları kısa sürede geniş bir görünürlük kazanmıştır. GetDayTrends verilerine göre, düzenlemeye ilişkin oluşturulan #KabulEtmiyoruz etiketi 4 Aralık 2025 tarihinde X platformunda Türkiye gündeminde 1. sıraya yükselmiştir. Aynı süreçte ''Gelir Uzmanları Türkiye'' başlığı Türkiye gündeminde 5. sıraya kadar yükselmiş ve 2–5 Aralık 2025 tarihleri arasında trend listelerinde yer almıştır. Benzer şekilde ''30 Bin Türkiye'' başlığı X, Türkiye gündeminde 7. sıraya kadar yükselmiş ve 3–5 Aralık 2025 tarihleri arasında gündemde kalmıştır (GetDayTrends, 2025). Söz konusu sosyal medya hareketliliği, yalnızca belirli meslek gruplarıyla sınırlı kalmamış aynı zamanda sendikalar, muhalefet partileri, sivil toplum kuruluşları ve çok sayıda kullanıcı tarafından yürütülen paylaşımlarla geniş bir kamuoyu tartışmasına dönüşmüştür. Nitekim düzenleme, kamuoyunda oluşan yoğun eleştiriler ve siyasi tartışmaların ardından TBMM Genel Kurulu aşamasında teklif metninden çıkarılmıştır.

Bu bağlamda, dijital alanda (X) yoğunlaşan talep ve beklentilerin resmî söylemlerde, kurumsal açıklamalarda ve yasama belgeleri üzerinde dolaylı ve gündem kurucu bir etkileşim ürettiği görülmektedir. Sosyal medya aracılığıyla yapılan etkileşim, bireylerin ve toplulukların taleplerinin politika yapıcılar tarafından fark edilmesini ve dikkate alınmasını mümkün kılmıştır. Özellikle hashtagler, yalnızca dijital bir ifade aracı olmanın ötesine geçerek, toplumsal taleplerin doğrudan politika süreçlerine girmesini sağlayan aktif bir araç hâline gelmiştir. Verilen örnekler ise dijital platformların kamu politikalarının şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını ve toplumsal taleplerle karar alma süreçleri arasındaki etkileşimi güçlendirdiğini göstermektedir.

Hashtag Stratejileri İle Dijital Gündem Oluşturmanın Kamu Politikalarına Yansımaları

Kamu politikalarında yalnızca dijital gündemlerin oluşumu değil, gündemlerin karar alma süreçleri üzerindeki somut etkileri de analitik biçimde değerlendirilmelidir. Sosyal medya aracılığıyla kamuoyunda görünürlük kazanan örnek olaylar, yalnızca içeriklerinin yaygınlığı üzerinden değil, aralarındaki yapısal farklılıklar ve ortak özellikler bakımından da incelenmelidir. Örneğin, Gezi Parkı eylemleri ile Emeklilikte Yaşa Takılanlar (EYT) hareketi karşılaştırıldığında, her iki toplumsal hareketin dijital mobilizasyon süreçlerinin farklı örgütlenme biçimlerine dayandığı görülmektedir. Gezi Parkı örneğinde dijital ve fiziksel alanların iç içe geçtiği melez bir örgütlenme yapısı ön plana çıkarken (İnceoğlu, 2015) EYT hareketi, daha çok algoritmik filtreler aracılığıyla yönlendirilen hedefe odaklı bir dijital seferberlik örneği sergilemektedir. Her iki durumda da sosyal medya, geleneksel protesto biçimlerinin dönüşümüne katkıda bulunmuş ve kamu politikalarına yönelik taleplerin dijital ortamda yeniden biçimlenmesini mümkün kılmıştır. Bununla birlikte, dijital platformlar farklı toplumsal aktörler arasında hem çok sesliliği hem de söylemsel çatışmayı aynı anda barındırabilmektedir. Bu durum, sosyal medya temelli hareketlerin hem potansiyel etkisini hem de çözümlemesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, söz konusu hareketlerin motivasyon kaynakları, aktör yapıları, algoritmik araçlar tarafından şekillenen iletişim pratikleri ve siyasal sistemle kurdukları ilişki çok boyutlu ve kavramsal bir analiz çerçevesinde ele alınmalıdır.

Kamu politikalarının uygulanma sürecindeki toplumsal etkilerin değerlendirilmesi, dijital ortamda ortaya çıkan tepkilerin sistematik biçimde incelenmesiyle mümkün hale gelmektedir. Sosyal medyanın yaygınlaşması ve kullanıcı sayısındaki artış, bu mecraları kamu politikası süreçlerinde etkileşim sağlayan önemli birer iletişim aracı konumuna getirmiştir. Dijital platformlarda sergilenen katılım biçimleri, yurttaşların yalnızca izleyici değil, sürece doğrudan müdahil aktörler olarak rol almalarına imkân tanımaktadır (Toplu, 2018).Bu etkileşim ortamı, bireylerin kamu kurumlarına ve karar alıcılara doğrudan ulaşabilmesini kolaylaştırmakta; böylece iletişim süreçlerinin zaman ve mekân sınırlamaları büyük ölçüde ortadan kalkmaktadır. Geleneksel medyanın merkezi ve tek yönlü bilgi akışı modeli, yerini daha yatay, katılımcı ve etkileşimli iletişim ortamlarına bırakmaktadır. Özellikle X gibi sosyal medya araçları, yalnızca haber alma ve bilgi yayma işlevi görmekle kalmayıp, aynı zamanda yurttaşların politik süreçlere müdahalesini mümkün kılan yeni kamusal alanlar oluşturmuştur (Papacharissi, 2002). Bu dijital kamusal alanın en önemli yapısal unsurlarından biri, hashtag kullanımının ortaya çıkardığı kolektif gündem oluşturma pratikleridir. Hashtagler, belirli içerikleri sınıflandırmanın ötesinde kullanıcıları etkileşimsel

biçimde bir araya getirerek ad hoc (kendiliğinden oluşan) dijital kamusal alanlar yaratmaktadır. Böylece bireyler, siyasal veya toplumsal meselelerde anlık ve kolektif tepkiler geliştirebilmekte, taleplerini görünür ve baskı oluşturacak şekilde ifade edebilmektedir (Dahlberg, 2011).

Bu durum, Easton'un kamu politikasının oluşturulmasına etki eden "politik sistem modeli" ni hatırlatmaktadır. Easton'un politik sistem modelinde güçler ayrılığı vardır. Bu güçler devleti oluşturmaktadır. Devlet ise kamu politikasını üreten temel sistemdir. Bir devletin ani bir karar vermesi veya bir duruma müdahale etmesi ise aşağıdan kendisine bildirilen talep ve destekler sayesindedir. Aktörlerin görevi devletten talepte bulunmaktır. Devlet ise bu talepleri vatandaşın yaşam kalitesine hizmet anlayışı kapsamında yerine getirmeye ve sistemi dengede tutmaya çalışmaktadır. Model, bir anlamda demokrasi ile ilişkilendirilen "halk tarafından yönetim" yaklaşımını ifade etmektedir (Demir, 2018:6). Model X platformu bağlamında değerlendirildiğinde X'de vatandaş oluşturduğu hashtagler ile geniş bir halk talebi oluşturmakta, bu talep beklenmedik bir anda hükümetin gündemine nüfuz ederek yerine getirilmesi gereken önemli bir sorumluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü gelen tepkiler, oy kaygısı taşıyan siyasileri ilgili hususu ülkenin birincil halletmesi gereken sorunu olarak kabul ederek karar verme sürecine itmektedir. Bu sebeple bu durumu, Easton'un halk tarafından yönetim anlayışının uygulamadaki önemli bir görünümü olarak kabul etmek mümkündür. X platformu ve Politik Sistem Modeli çerçevesinde politika oluşturulması sürecinde etkili olan somut veriler aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir.

Tablo 2

David Easton'un Politik Sistem Modeli ile X Platformunda Hashtag Kullanımına Dayalı Politika Yapım Sürecinin Karşılaştırılması

David Easton (Politik Sistem Modelinde Politika Yapım Süreci)	X Platformunda Hashtag (#) Kullanımı ile Politika Yapım Süreci
Talepler	Etiketler (#)
Destekler	Geniş halk kitlesi, etkileşim ve dijital kamuoyu desteği
Kararlar ve Eylemler	Politik kararlar, düzenlemeler ve yönetimsel uygulamalar

Vatandaşın devlete en hızlı sesini yükselttiği ve talepte bulunduğu mecra, sosyal medya platformlarıdır. Hashtag bu erişilebilirlik hızını arttırmıştır. Bir günde sayısız hashtag etiketi gündemin konusunu hemen değiştirebilmektedir. Böylelikle Hashtag

kullanımı, salt dijital bir araç olmaktan çıkarak, kamu politikalarının gündem belirleme, karar alma ve değerlendirme aşamalarında etkili bir dijital aktör haline dönüşmüştür. Araştırmacı Benkler (2006) ise dijital ağların kolektif eylemi destekleyerek yurttaşların kamu politikalarına müdahale kapasitesini artırdığını vurgulamaktadır. Hashtag'ler, bu kapasiteyi işlevselleştiren temel yapısal unsurlardan biri olmuştur. Yurttaş, sosyal mecralar aracılığıyla da talepleri organize biçimde politik aktörlerin gündemine taşıyabilmektedir. Bu çerçevede sosyal medya, sadece bilgi dolaşım kanalı olmayıp, kamuoyu baskısının üretildiği ve karar alma süreçlerini etkileyen bir mücadele alanı haline gelmiştir (Yasseri, Margetts ve Hale, 2016; Tufekci :2017) ise dijital kampanyaların bireysel ifadeleri aşarak siyasal baskı gücüne dönüştüğünü ve bu şekilde karar alıcıların davranışlarını değiştirebildiğini ifade etmektedir.

Kamu politikası döngüsü; sorun tanımlama, politika oluşturma, karar alma, uygulama ve değerlendirme aşamalarından oluşmaktadır (Howlett, Ramesh ve Perl, 2009). Bu döngünün her aşaması, sosyal medya kampanyaları tarafından etkilenebilmektedir. İlk olarak, toplumsal sorunların dijital kamusal alanda görünürlüğü çoğunlukla hashtagler aracılığıyla sağlanır. Bu görünürlük, siyasal aktörlerin dikkatini çekerek gündem önceliklerinin değişmesine yol açabilir (Habermas, 1989). İkinci olarak, kampanyalar etrafında oluşan kolektif söylemler yeni politika alternatiflerinin geliştirilmesine katkı sunar (Jungherr, 2014). Son olarak, sosyal medyada oluşan dijital baskı, siyasal maliyetleri artırarak karar alıcıların daha duyarlı hareket etmesini sağlar (Tufekci, 2017).Uygulama ve değerlendirme aşamasında ise sosyal medya, kamu politikalarının izlenmesi ve hesap verebilirliğin sağlanması için yurttaş temelli bir denetim mekanizması işlevi görür (Fung, 2015). Dijital kampanyaların başarısı ise kampanyanın sürekliliği, katılım düzeyi ve kolektif söylemin politik dile dönüştürülebilme kapasitesine bağlıdır. Edelman (1985), siyasal kararların yalnızca rasyonel gerekçelerle değil, sembolik tepkilerle de şekillendiğini vurgular. Dolayısıyla sosyal medya kampanyaları, somut politika değişikliklerinin yanı sıra sembolik düzenlemelere de yol açabilmektedir. Bu nedenle dijital baskı döngüsü, gerçek dönüşümlerin yanı sıra iletişimsel stratejiler ve kamuoyu yönetimini de içermektedir. Örnek olarak, #BlackLivesMatter etiketiyle örgütlenen küresel dijital protesto hareketi, George Floyd'un öldürülmesinin ardından yalnızca ABD'de değil birçok ülkede kamuoyunun dikkatini çekmiş ve kamu politikalarının yeniden değerlendirilmesini tetiklemiştir (Gölünü ve Şimşek, 2024). Bu örnek, dijital gündem oluşturmanın sadece görünürlük sağlamadığını, aynı zamanda dönüştürücü bir kapasiteye de sahip olduğunu göstermektedir.

Bu kapsamda, hashtag kullanımının kamu politikalarının şekillenmesinde salt iletişim biçimi olmaktan çıkarak siyasal katılımın, kamusal tartışmanın ve yönetsel karar alma süreçlerinin yeni biçimlerini ortaya çıkaran dijital bir aktör haline geldiğini

söylemek mümkündür. Bu dönüşümün tam olarak kavranabilmesi için hashtag temelli dijital aktivizmin çok katmanlı etkilerini açıklayabilecek özgün kuramsal çerçeveler, süreç odaklı modeller ve karşılaştırmalı içerik analizlerine dayalı analitik yaklaşımlar gerçekleştirmek gereklidir.

Sonuç ve Değerlendirme

Dijital platformlar aracılığıyla oluşturulan etkileşimler, toplumsal taleplerin politika yapıcılar tarafından fark edilmesine ve dikkate alınmasına olanak tanımakta; kamu politikalarının şekillenme süreçlerine ise doğrudan yansımaktadır. Bu sebeple sosyal medya, yalnızca bilgi paylaşımını hızlandırmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal talepler ile karar alma mekanizmaları arasındaki etkileşimi güçlendiren merkezi bir araç hâline gelmektedir. Bir sosyal medya örneği olan X platformu, yalnızca bireysel görüşlerin ifade edildiği bir alan olmanın ötesinde, farklı toplumsal grupların taleplerini ileten ve bu taleplerin siyasal süreçler üzerinde etkili olmasını sağlayan önemli bir sosyal medya aracı olarak kabul edilmektedir.

Çalışma, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi sonrası X platformunda hashtag kullanımı ile oluşturulan dijital gündemlerin kamu politikaları üzerindeki etkisini incelemiştir. Nitel araştırma yöntemi kapsamında gerçekleştirilen çoklu vaka incelemesi, dijital gündemlerin politika yapım sürecinde karar alma mekanizmalarını etkilediği gerçeğini ortaya koymuştur. Çalışmada, X platformunda belirli hashtagler etrafında toplanan paylaşımların kamuoyunda farkındalık oluşturduğu ve bu farkındalığın politika oluşum sürecinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Analiz sürecinde dijital gündemin geleneksel yönteme göre daha hızlı yayıldığı ve bu durumun kamu politikası döngüsünde karar alma ve gündem belirleme aşamalarına nüfuz ettiği anlaşılmıştır. Ele alınan örnekler, kamu politikasının sadece uygulanması yönünde değil geri çekilmesi veya revizyona çevrilmesi yönünde de bir etkileşim yarattığı sonucunu çıkarmıştır. Özellikle, tepki çeken düzenlemelerin X platformundaki paylaşılan hashtagler sonrasında tekrar değerlendirmeye alınması hashtaglerin dönüştürücü bir gücünün olduğunu göstermektedir. Bu durumda Dye'ın (2013) kamu politikası tanımı kapsamında ele aldığı "hükümetlerin yapmamayı tercih ettiği" kararlarında dijital gündemlerin dönüştürücü bir nitelik gösterebileceğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada sosyal medya gündeminin kamu politikaları üzerinde aynı ölçüde etkili olmadığı da belirtilmektedir. Kısa vadeli dikkat ekonomisine dayalı kampanyalar veya siyasal motivasyonlarla şekillenen içerikler, kamuoyunda geçici etki yaratsa da yapısal değişim açısından sınırlı kalabilmektedir. Bu bağlamda, dijital taleplerin kamu politikasına yansıyabilmesi için "süreklilik", "geniş halk kitlesi", "karar alma süreçleri" ve "kurumsal etkileşim" gibi belirleyici faktörler öne çıkmaktadır. Karar alıcıların

dijital mecralarda şekillenen gündemleri dikkate alması, katılımcı ve duyarlı bir kamu yönetimi anlayışının gelişimini desteklemektedir. Ancak sürecin sağlıklı biçimde işlemesi, yalnızca katılım olanaklarının artmasıyla değil; aynı zamanda bilgi doğruluğu, içerik güvenilirliği ve dijital etkileşimlerin denetimiyle de doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla dijital platformların kamu politikalarındaki rolünün sürdürülebilir ve yapıcı olabilmesi için şeffaf, hesap verebilir ve denetlenebilir bir dijital yönetişim çerçevesi geliştirilmesi gereklidir. Böyle bir yapı, hem ifade özgürlüğünü koruyacak hem de dijital kamusal alanın yanlış bilgilendirme, manipülasyon ve kutuplaşma gibi risklerinden arındırılmasını mümkün kılacaktır. Bu çerçevede, sosyal medyanın yalnızca talep iletme aracı değil; aynı zamanda toplumsal uzlaşı ve demokratik temsilin gelişimine katkı sunan yapısal bir bileşen olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda bu çalışma, dijital aktivizmin Türkiye'deki karar alma politikalarında etkili olarak temsili demokrasi mekanizmalarında tamamlayıcı bir işlev üstlendiğini ve dijital gündemler ile temsili demokrasiden doğrudan demokrasiye evrilen bir yönetim anlayışına geçildiğini göstermektedir. Sosyal medya örneği olan X platformunda paylaşılan hashtaglerin kamu politikalarında sembolik bir etkileşim taşımadığını aksine farkındalığı arttırarak etkili kamu politikalarının oluşturulmasına katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bu sebeple bu çalışma, dijital etkileşimi ve dijital katılım ile politika yapım süreçlerinde etkili olan kamu politikalarını Türkiye örneği üzerinden inceleyerek alana özgün bir katkı sunma potansiyeli taşımaktadır.

insan & toplum
the journal of humanity and society
Extended Abstract

The Potential of Digital Agendas to Shape Public Policies in Türkiye: The Case of X

Yıldız Atmaca*
Çağlar Çiçek

Introduction

Digital transformation has fundamentally reshaped the relationship between citizens and governments by expanding the channels through which public demands are communicated. Among digital communication platforms, X (formerly Twitter) has evolved into a prominent digital public sphere where citizens, policymakers, journalists, public institutions, and civil society organizations interact in real time. Through hashtags, the platform enables dispersed individual concerns to evolve into collective digital agendas, increasing the visibility of public demands and influencing political debate.

Existing research primarily examines the relationship between digital activism and public policy through internationally recognized movements such as #BlackLivesMatter and #MahsaAmini. However, relatively few studies investigate how hashtag-based digital agendas influence public policymaking in Türkiye. This gap is particularly significant following the transition to the Presidential Government System in 2018, which introduced a more centralized administrative structure while digital platforms simultaneously emerged as important channels for citizen participation.

*Corresponding Author

Assoc. Prof., Van Yüzüncü Yıl University,yildizatmaca@yyu.edu.tr
Asst. Prof., Van Yüzüncü Yıl University, caglarcicek@yyu.edu.tr

https://orcid.org/0000-0001-6345-4745
https://orcid.org/0000-0002-9551-1027

DOI: 10.12658/M0814
insan & toplum, 2026.
insanvetoplum.org

Received: 26.10.2025
Revised: 31.07.2026
Accepted: 11.08.2026
Online First: 26.10.2026

Rather than assuming that social media directly determines governmental decisions, this study examines how digital agendas become visible within official policymaking processes and contribute to agenda-setting, policy revision, policy withdrawal, and governmental responsiveness. By analyzing hashtag-based digital agendas on X between 2018 and 2025, the study offers an original perspective on the interaction between digital participation and public policymaking in Türkiye.

Methodology

This study adopts a qualitative multiple case study design combining document analysis with qualitative content analysis. The study covers the 2018–2025 period following the implementation of the Presidential Government System.

Cases were selected through purposive sampling based on four criteria: extensive public visibility on X, coverage in national media, references in official governmental statements or parliamentary documents, and observable links with policy discussions or governmental responses. Rather than relying solely on engagement metrics such as likes or reposts, the analysis focuses on cases whose policy relevance can be documented through official institutional sources.

The analytical framework is grounded in Thomas Dye's (2013) definition of public policy as *"whatever governments choose to do or not to do."* Accordingly, the study examines both policies adopted following digital campaigns and policy proposals that were revised or withdrawn after widespread public reactions. Data were analyzed manually using Braun and Clarke's thematic analysis approach. The analysis followed the six-stage procedure of familiarization, coding, theme development, theme review, theme definition, and reporting, ensuring transparency and analytical consistency throughout the research process.

Public Policy Analysis and Digital Participation

Public policy refers to governmental decisions and actions undertaken to address public problems within legal and institutional frameworks. Contemporary policymaking increasingly involves interactions between governmental institutions and non-state actors, including citizens, civil society organizations, interest groups, traditional media, and digital platforms. By facilitating multidirectional communication and increasing the visibility of public demands, digital technologies have made citizen participation an increasingly important component of contemporary public governance.

Social Media, X, and Hashtag-Based Digital Agendas

Among social media platforms, X provides a distinctive environment for real-time political communication. Through hashtags, dispersed individual opinions become visible digital agendas that facilitate collective action and attract policymakers attention. Within the Turkish context, hashtag-based digital agendas increasingly function as informal agenda-setting mechanisms by amplifying public demands and enhancing their visibility within official policymaking processes.

Case Studies: Hashtag Campaigns and Public Policy Outcomes

The analysis examines major hashtag campaigns on X between 2020 and 2025 that generated widespread public attention and were followed by observable governmental responses. Collectively, these cases demonstrate that digital agendas may contribute to policy prioritization, policy revision, policy withdrawal, and the continued visibility of issues on the governmental agenda.

The #CBdenMüjde60 campaign, initiated by teacher candidates, was followed by additional teacher appointments announced by the Ministry of National Education, illustrating how sustained digital visibility can contribute to policy prioritization. Similarly, the #polispromosyon campaign preceded the revision of salary promotion payments for police officers after the General Directorate of Security renegotiated its agreement with the participating bank.

The #EYTdeYaşKoşulunaHayır campaign represents one of the most prominent examples of long-term digital mobilization. Although the subsequent legislative reform resulted from broader political dynamics, sustained public engagement on X contributed to maintaining the issue on the governmental agenda. Likewise, the #StajEmektir campaign has continued to sustain public debate regarding internship rights despite the absence of comprehensive legislative reform.

The study also examines competing hashtag campaigns concerning animal protection legislation, demonstrating that X serves as a platform where conflicting societal perspectives shape public debate before legislative decisions are finalized. Finally, the #KabulEtmiyoruz campaign illustrates that digital agendas may contribute not only to policy adoption but also to policy withdrawal, as the contested proposal was removed during parliamentary deliberations following widespread public criticism.

Theoretical Interpretation Through Easton's Political System Model

The findings are interpreted through David Easton's Political System Model, which conceptualizes policymaking as a process through which societal inputs

are transformed into governmental outputs. Within this framework, hashtags function as digital policy inputs, public engagement represents societal support, governmental institutions constitute the conversion process, and policy decisions, legal amendments, administrative actions, or policy revisions represent policy outputs. This perspective demonstrates that digital participation can be incorporated into established public policy theory without replacing the institutional foundations of representative democracy.

Discussion

The findings suggest that digital agendas influence public policymaking indirectly rather than deterministically. Although governmental decisions continue to depend on legal authority, institutional capacity, political priorities, and economic conditions, sustained hashtag campaigns increase issue visibility, shape public debate, and encourage governmental responsiveness. Successful campaigns generally combine sustained participation, media visibility, and interaction with formal political actors.

The findings also support Dye's understanding of public policy by illustrating that digital agendas may contribute not only to policy adoption but also to policy revision, policy withdrawal, and governmental decisions not to implement proposed measures. At the same time, misinformation, algorithmic bias, and coordinated manipulation highlight the need for transparent, accountable, and evidence-based policymaking.

Conclusion

This study demonstrates that hashtag-based digital agendas on X increasingly influence public policy processes in Türkiye, particularly during agenda-setting, policy formulation, policy revision, and policy withdrawal. Based on qualitative multiple case analysis conducted between 2018 and 2025, the findings indicate that digital activism strengthens public visibility, governmental responsiveness, and policy debate without replacing formal democratic institutions. Instead, hashtag-based digital agendas increasingly function as informal agenda-setting mechanisms that facilitate the transmission of public demands into official policymaking processes.

Accordingly, this study contributes to the public policy literature by integrating digital activism with Easton's Political System Model and proposing a conceptual framework explaining how hashtag-based digital agendas interact with formal policymaking processes within Türkiye's centralized governmental system.

Kaynakça

Acar, N. O. (2013). Özgürlük alanı olarak sunulan sosyal medya ve taksim gezi parkı eylemleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (20), 178-193.

Akdoğan, A. H. (2015). *Kamu Politikası Kuram ve Uygulama*(2. Baskı, s. 210-228) içinde. Adres Yayınları.

Aydın, U. (2013). Kamu politikaları analizine kuramsal bir bakış. *Yasama Dergisi*, (24), 78-102.

Benkler, Y.(2006). TheWealth of Networks: How SocialProductionTransformsMarketsandFreedom. New HavenandLondon: Yale UniversityPress. 528 pp. *SocialScienceComputerReview*, *26*(2), 259-261.

Boyd, D.,Golder, S., & Lotan, G. (2010, January). Tweet, tweet, retweet: Conversationalaspectsof retweeting on twitter. In *2010 43rd Hawaii internationalconference on systemsciences* (pp. 1-10). IEEE.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3(2)*, 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Bruns, A.,&Burgess, J. (2011). Theuse of Twitterhashtags in theformation of ad hoc publics. In *Proceedings of the 6th Europeanconsortiumforpoliticalresearch (ECPR) general conference 2011* (pp. 1-9). TheEuropeanCo nsortiumforPoliticalResearch (ECPR).

Castells, M. (2011). The Rise of the Network Society**.** John wiley&sons.

Cerrah, L. (2016). Sosyal medya ve bazı kurumsal etkileşimler ve sosyal medyaya eleştirel yaklaşım/Somecorporatesocialmediaandınteractionandcriticalapproachtosocialmedia. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *20*(4), 1393-1414.

Dahlberg, L. (2011). Re-constructingdigitaldemocracy: An outline of four 'positions'. *New media&society*, *13*(6), 855-872.

Demir, Y.,& Ayhan, B. (2020). Sosyal medyanın gündem belirleyicileri: X'da gündem belirleme süreci üzerine bir sosyal ağ analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, *2020*(51), 1-19.

Demir, F. (2018). *Kamu politikasına giriş*. Gazi KitabEvi.Ankara

Dilek, E.,Ekmekci, G., İnce, M., & Koçak, M. C. (2025). Sokak köpekleri hakkında yazılan köşe yazılarında söylem ve ideoloji. *Journal of HumanitiesandTourismResearch*, *15*(1), 18-41.

Dye, T. R. (2013). *Understanding public policy* (14th ed.). Pearson.

Edelman, M. J. (1985). *The symbolic uses of politics*. University of Illinois Press.

Eroğlu, H. (2015). *Kamu Politikası kuram ve uygulama (2. Baskı, s. 148- 165) içinde*. Adres Yayınları.

Fung, A. (2015). Puttingthepublicbackintogovernance: Thechallenges of citizenparticipationanditsfuture. *Publicadministrationreview*, *75*(4), 513-522.

Göçoğlu, V.,& Aydın, M. D. (2015). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisinin Toplumsal Hareketler Bağlamında İncelenmesi. *Journal of International SocialResearch*, *8*(37).

Gölönü, S.,& Şimşek, E. (2024). Bir toplumsal hareket olarak "blacklivesmatter": georgefloyd örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (67), 16-31.

Graham, M.,Hogan, B., Straumann, R. K., &Medhat, A. (2014). UnevenGeographies of User-generatedİnformation: patterns of increasinginformationalpoverty. *Annals of theAssociation of AmericanGeographers*, *104*(4), 746-764.

Güdekli, A. (2016). Gündem belirleme kuramı bağlamında yazılı basın ile X gündeminin karşılaştırmalı analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 151-163.

Gül,H. (2018). Dijitalleşmenin kamu yönetimi ve politikaları ile bu alanlardaki araştırmalara etkileri. *Yasama dergisi*, (36), 5-26.

Gül,H. (2015). Kamu politikası analizi, yöntemleri ve teknikleri. *Yasama Dergisi*, (29), 5-31.

Habermas, J. (1989). *TheStructuralTransformation of thePublic Sphere*. MIT Press.

Howlett, M.,Ramesh, M., &Perl, A. (2009). *Studyingpublicpolicy: Policycyclesandpolicysubsystems* (Vol. 3). Oxford: Oxford universitypress.

İnceoğlu, Y. (2015). İnternet ve Sokak. In Y. İnceoğlu (Ed.), Direnişin@ hali: İnternet, Sokak ve Sosyal Hareketler (s. 8*).*İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Java, A.,Song, X., Finin, T., &Tseng, B. (2007). Whywetwitter: understandingmicrobloggingusageandcommunities. In *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web miningandsocial network analysis* (pp. 56-65).

Jungherr, A. (2014). Thelogic of politicalcoverage on Twitter: Temporaldynamicsandcontent. *Journal of communication*, *64*(2), 239-259.

Kaplan, A. M.,&Haenlein, M. (2010). Users of theworld, unite! Thechallengesandopportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68.

Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. *İstanbul: Beta Yayıncılık*, *11*.

Karacaİ. (2024). Hayvandışılaştırma: sokak köpekleri sorunu üzerinden bir postmodern mevzi kazanma stratejisi. *Türkiye Araştırmaları Dergisi*, *1*(1), 77-102.

Kartal, T.,& Amini, K. Üniversite Öğrencilerinin Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi Hakkında Tutumları: Nevşehir Üniversitesi Örneği.

Kılıç, S. (2020). Gündem belirleme kuramı bağlamında X ve internet gazetelerinin karşılaştırılması: hürriyet ve milliyet gazeteleri örneği. *Selçuk İletişim*, *13*(1), 91-129.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introductiontoitsmethodology*. Sagepublications.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010, April). What is Twitter, a social network or a newsmedia?. In *Proceedings of the 19th internationalconference on World wide web* (pp. 591-600).

McCombs, M. E.,&Shaw, D. L. (1972). Theagenda-settingfunction of massmedia. *Publicopinionquarterly*, *36*(2), 176-187.

Meraz, S. (2011). Using time seriesanalysistomeasureintermediaagenda-settinginfluence in traditionalmediaandpoliticalblognetworks. *Journalism&masscommunicationquarterly*, *88*(1), 176-194.

Papacharissi, Z. (2002). Thevirtualsphere: The internet as a publicsphere. *New media&society*, *4*(1), 9-27.

Rettberg, J. W. (2014). Blogging. Polity.

Şener, G. (2015). *Toplumsal hareketler ve anonim örgütlenmeler: Gezi hareketinde dijital direniş taktikleri. In Y. İnceoğlu (Ed.), Direnişin@ hali: İnternet, sokak ve sosyal hareketler (s. 30).*İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Resmi Gazete (2023). "*Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu* **İle** *375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*". Sayı.32121

Resmi Gazete (2024)." *Hayvanları Koruma Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun".* Sayı.32620

Toplu, M. (2018). Kamu politikalarının oluşumu ve uygulanmasında medya/sosyal medya'nın rolü. *Journal of CommunicationTheory&Research/Iletisim Kuram ve Arastirma Dergisi*, (46).

Tufekci, Z. (2017). *Twitterandteargas: Thepowerandfragility of networked protest*. Yale UniversityPress.

Usta, A. (2013). Kamu politikaları analizine kuramsal bir bakış. *Yasama Dergisi*, (24), 78-102.

Van Dijck, J. (2013). *TheCulture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford UniversityPress.

Vosoughi, S.,Roy, D., & Aral, S. (2018). Thespread of trueandfalsenews online. *science*, *359*(6380), 1146-1151.

Wardle,C.,&Derakhshan,H.(2017). *Informationdisorder:Towardaninterdisciplinaryframeworkforresearchandpolicymaking* (Vol. 27, pp. 107-1). Strasbourg: Council of Europe.

Yasseri, T.,Margetts, H., John, P., & Hale, S. (2016). *Politicalturbulence: How socialmediashapecollectiveaction*. Princeton UniversityPress.

Yaşar, İ. H. (2020). *Sosyal medya ve siyaset*. Ankara: Orion AkademiYayınları.

Yeniçıktı, N. T. (2014). İletişimsel eylem ve facebook: gezi parkı olaylarında sosyal medyanın gücü. *Selçuk İletişim*, *8*(2), 263-284.

Yıldız, M.,& Sobacı, M. Z. (2015). *Kamu politikası kuram ve uygulama*. Ankara: Adres Yayınları, 2. Baskı.

Zappavigna, M. (2015). Searchable Talk: HashtagsandSocial Media Metadiscourse. Discourse&Communication, 9(3), 1-20. https://doi.org/10.1177/1750481315574427

Zhao, D.,&Rosson, M. B. (2009, May). How andwhypeopleTwitter: the role thatmicro-bloggingplays in informalcommunication at work. In *Proceedings of the 2009 ACM International Conference on SupportingGroupWork* (pp. 252-243).

İnternet Siteleri

https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/142320/-emeklilik-hakkinin-kullanilmasi-hususunda-herhangi-bir-yas siniri-uygulanmayacaktir- (E.T. 16.01.2023).

https://www.websiterating.com/tr/research/X-statistics/# chapter-1 (E.T. 16.01.2023)

https://www.kamudanhaber.net/ogretmen-adaylari-60-bin-atama-icin-2-milyon-twit-attilar(E.T. 16.01.2023)

https://getdaytrends.com/tr/turkey/2/ (E.T. 18.01.2023).

https://datareportal.com/reports/digital-2022-turkey(E.T. 20.01.2025)

https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/9-15_Ocak_Bulteni.pdf(E.T. 18.01.2023)

https://www.haberturk.com/medya/haber/838444-bomba-etkili-hack (15.07.2025).

(www.aa.com.tr)/tr/egitim/milli-egitim-bakani-selcuk-20-bin-ek-ogretmen-atamasi-yapilacak/1739208 (E.T. 08.02.2026).

https://personel.meb.gov.tr/www/2020-haziran-sozlesmeli-ogretmen-atama-takvimi-ve-kontenjanlar/icerik/1029 (E.T. 08.02.2025).

https://www.egm.gov.tr/15042022tarihlibasinaciklamasi#:~:text=Genel%20M%C3%BCd%C3%BCrl%C3%BC%C4%9F%C3%BCm%C3%BCz%20ile%20Vak%C4%B1fbank%20aras%C4%B1nda,300%20TL%20ilave%20%C3%B6deme%20yans%C4%B1t%C4%B1lacakt%C4%B1r. (E.T. 08.02.2026).

https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-eytduzenlemesiniacikladi/2774692(E.T.08.02.2026a).

GetDayTrends. (2025). Turkey X Trends. https://getdaytrends.com/tr/turkey/(E.T.02.08.2026)