

Atıf (Cite as): Yurdakul, H. (2025).
Dijital Göçün Dinamikleri: Twitter'dan (X) Kaçış, BlueSky'a Geçiş.
Akdeniz İletişim, (50), 153-176.
<https://doi.org/10.31123/akil.1705189>

Dijital Göçün Dinamikleri: Twitter'dan (X) Kaçış, BlueSky'a Geçiş

The Dynamics of Digital Migration: The Exodus from Twitter (X) and the Transition to BlueSky

Hasan YURDAKUL¹

Öz

Bu çalışma dijital göç kavramı bağlamında, Twitter'dan (X), BlueSky'a geçişi ele almaktadır. Son yıllarda sosyal medya platformlarının sahiplik yapısından, platform politikalarına kadar birçok açıdan yaşadığı değişimler, sosyal medya kullanıcılarını alternatif sosyal medya platformları arayışına itmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada klasik göç literatürünün önemli teorilerinden biri olan itme-çekme teorisini, dijital alana taşıyarak, sosyal medya platformları arasındaki göç sürecinin dinamiklerini oluşturan faktörlerin neler olduğunu tespit etmektedir. Ayrıca, dijital sermaye, platform sermayesi ve kamusal alan tartışmalarını da dijital göç çerçevesinde ele alarak, itme-çekme teorisinin nasıl işlediğini de ortaya koymaktadır. Bu kuramsal çerçeveye birlikte X'den BlueSky'a geçiş sürecini anlamada dikkat ekonomisi kavramından da yardım alınmıştır. Çalışmanın temel amacı, son yıllarda dünya kamuoyuna sunulan BlueSky sosyal medya platformunun teknopolitik tutumunun ortaya çıkardığı etkileşim dinamiklerini inceleyerek, BlueSky'ın sahip olduğu algoritmalar, içerik yönetim politikaları ve kullanıcı etkileşim biçimlerinin dijital kamusal alanda nasıl bir etki yarattığını güncel veriler üzerinden analiz etmektir. Araştırma, 2022-2025 döneminde Twitter ve BlueSky arasındaki kullanıcı hareketliliğine odaklanmıştır. Nitel bir desenin benimsendiği çalışmada veriler üzerinden durum tespiti yapılmış ve betimsel analiz yoluyla platformların özellikleri ortaya konmuştur. Çalışmada elde edilen temel sonuçların başında ise BlueSky'ın sosyal medya ekosistemi içerisinde yeni bir paradigma yaratma eğiliminde olduğu yönündedir.

Anahtar Kelimeler: BlueSky, Twitter (X), Dijital göç, Dijital sermaye, Sosyal medya, Platform göçü, Dijital iletişim

Abstract

This study examines the concept of digital migration in the context of the transition from Twitter (X) to BlueSky. Recent changes in the ownership structures and platform policies of social media platforms have driven users to seek alternative platforms. In this context, the study applies one of the key theories in classical migration literature, the push-pull theory, to the digital realm, aiming to identify the factors that shape the dynamics of migration between social media platforms. Furthermore, by discussing digital capital, platform capital, and public sphere debates within the framework of digital migration, the study also explores how the push-pull theory functions in this new context. Within this theoretical framework, the concept of the attention economy has also been employed to better understand the transition process from X to BlueSky. The primary goal of the study is to analyze the interaction dynamics created by the technopolitical stance of the BlueSky social media platform, which has emerged in recent years, by examining the algorithms, content management policies, and user interaction patterns of BlueSky and their impact on the digital public sphere using current data. The research focuses on user mobility between Twitter and BlueSky during the 2022-2025 period. Adopting a qualitative research design, the study conducts a situational analysis based on data and presents a descriptive analysis of the characteristics of the platforms. The main finding of the study is that BlueSky tends to create a new paradigm within the social media ecosystem.

Keywords: BlueSky, Twitter (X), Digital Migration, Digital Capital, Social Media, Platform Migration, Digital Communication

¹ Dr., Bağımsız Araştırmacı, hasanyurdakull@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5606-6469



Giriş

Teknolojik açıdan hızlı bir dönüşümün yaşandığı günümüzde, en büyük değişimi yaşayan alanların başında medya ve iletişim gelmektedir. Artan dijitalleşmeyle birlikte enformasyon, toplumsal mekanizmaları yeniden yapılandırmış ve bu süreçte dijital uzam ile onun alt alanlarını oluşturan platformlar, iletişimin temel sahnesi haline gelmiştir. Dijitalleşmenin giderek insan yaşamıyla bütünleştiği bir dünyada, enformasyonu oluşturan ve sağlayan iletişim araçları da dijital kültürle birleşerek, yeni bir görünüm içerisine girmiştir. Artık dijitalleşmenin daha kapsayıcı olduğu (Ellul, 2003: 14), insanları taşıdığı yerin daha bulanık sınırlarla kuşatıldığı (Bridle, 2020), ancak buna rağmen insanlığın dijital alana olan ilgisinin azalmadığı, aksine giderek daha çok yeni alanları deneyimleme eğiliminde olduğu ve çoklu deneyimlerin getirdiği yeni durumlarla karşılaşıldığı (Milberry, 2010: 52), dijital iletişim alanlarına olan ilginin de giderek arttığı ve dünyanın dört biryanına yayıldığı (Groys, 2020: 95) görülmektedir. Söz konusu bu değişim süreci sadece yaşam dünyasını kuşatıp onu dönüştürmemekte, aynı zamanda kendi evrenini ve o evreni oluşturan alt evrenleri de yeniden şekillendirmektedir. Böylece dijital evrenin kullanıcıları deneyimledikleri dijital evrenden elde ettikleri enformasyonlarla ve bu enformasyonun yarattığı yeni taleplerle baş ederken, aynı zamanda da hayal ettikleri bir dijital dünya için de girişimlerde bulunmaktadır.

Bireyler dijital ortamda daha özgür bir şekilde hareket etmek, kişileştirilmiş ve alternatif deneyimlere doğru yönelmek istemektedirler. Böylece dijital platform kullanıcıları kendilerini ifade etmede belirli kriterler arayarak, platformların güç ilişkilerini de bir şekilde dönüştürme eğiliminde olmaktadır. Böylece bir platformdan farklı bir platforma geçiş veya platformlar arası hareketlilik, sadece platformların teknik özellikleriyle şekillenmemekte, aynı zamanda dijital alanın yarattığı kültürün dinamikleriyle de belirlenmektedir. Ayrıca bu çalışmada dijital göç ile kastedilen durum klasik anlamdaki fiziksel ve kalıcı yer değiştirmeye dayalı göçten farklılaşmaktadır. Dijital göç, dijital çağın getirdiği geçici, çoklu ve ağ temelli platform geçişlerini kapsayan yeni bir hareket türü olarak değerlendirilmektedir. Nitekim X'ten BlueSky'ya olan yönelim mekânsal olmaktan daha çok, dijital bir göçe karşılık gelmektedir ve çoğu zaman kalıcı değil, geçici ya da çoklu aidiyet anlayışına dayanmaktadır. Dolayısıyla klasik göç teorilerinde sıklıkla gördüğümüz kalıcı yer değiştirme ya da edebi göçmenlik gibi kavramlar dijital göç kavramı bağlamında farklılaşarak çoklu platform deneyimleri, dağınık dijital kimlikler gibi durumları temsil etmektedir. Bu bakış açısıyla çalışma dijital göçü, göç literatürünün içinden ama ona belirli bir mesafeden yaklaşarak, dijital çağın yeni hareketlilik biçimlerinden biri olarak konumlanma eğilimindedir. Böylece dijital göçler, kullanıcıların içsel denebilecek tercihleriyle (Zhao vd., 2018), dışsal olan etkenlerin birleşmesinin bir sonucu olarak değerlendirilmektedir (Edwards & Boellstorff, 2021) ya da platformların kendi içlerindeki dönüşümlere olan bir tepki (İttefaq, 2025) olma özelliği taşımaktadır.

Son birkaç yıl içerisinde özellikle sosyal medya platformları, kullanıcı deneyimlerinden politik söyleme kadar pek çok alanda dönüştürücü bir gücü elinde bulundurmaktadır. Özellikle Twitter (X), Facebook ve Instagram gibi meta temelli platformlarda kontrol mekanizmaları, algoritmalar, kullanıcı verileri üzerindeki hâkimiyet gibi birçok faktörün yarattığı gerilimler kullanıcıların alternatif arayışını hızlandırmış (Plantin & Punathambekar, 2019) ve özellikle Elon Musk sonrası, Twitter' da sahiplik yapısı, içerik denetimi ve algoritmik yönetim gibi alanlarda yaşanan değişiklikler, platformlar arası geçişi tetiklemiştir (Wang, 2023: 13-14).

Bir sosyal medya platformu olarak BlueSky, merkeziyetsiz (desantralize) yapısı ve AT mimarisi sayesinde diğer sosyal medya platformlarından belirgin şekilde ayrılmaktadır. Kullanıcılara



özerklik tanınması, veri kontrolünü bireylerin kendilerine bırakması gibi teknik görünümlü özellikleri, aslında özgürlükler, siyasal süreçler ve toplumsal ilişkiler açısından da önemli anlamlar taşımaktadır. Bu yönleriyle BlueSky, kullanıcılar arasında dijital göç sürecini tetiklemiş ve platformu dijital alanın kullanıcıları arasında cazip kılmıştır. Doyasıyla BlueSky, Twitter için iyi bir alternatif olduğu gibi iyi de bir rakip olmuştur. Böylece yeni bir rekabetin başladığı dijital dünya da özgürlükler ve sermaye arasındaki ilişki de yeniden şekillenmeye başlamıştır. Bu çalışma ise söz konusu bu dinamikleri ele alarak, tartışmayı belirli kavramlar çerçevesinde değerlendirmiştir.

Çalışmada öncelikle BlueSky'nın AT protokolü, algoritma şeffaflığı ve kullanıcı moderasyonu gibi teknik ve sosyal özellikleri üzerinde durulmuştur. İkinci olarak BlueSky kullanıcılarının demografik özellikleri gibi verilerle, BlueSky'nın nasıl popüler olduğu, hangi yaş gruplarının yoğunluk gösterdiği ve tercih edilme eğilimlerinin neden giderek yükseldiği tartışılmıştır. Daha sonra ise dijital göç kavramı bağlamında konuya yaklaşılmış kullanıcıların Twitter'dan uzaklaşma ve BlueSky'ya yönelmelerine etki eden temel faktörler belirlenmiştir. Nitekim çalışmanın diğer bölümlerinde sunulan istatistikler, dijital alan kullanıcılarının her iki platformu da eşzamanlı olarak kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu durum Deleuze ve Guattari'nin (2014) de ifade ettiği gibi bir geçiş hattı işlevini temsil etmektedir. Bu açıdan çalışmanın kuramsal çerçevesi, dijital göç olgusunun klasik göç teorilerinden olan itme-çekme modeliyle (Lee, 1966) ilişkilendirilmesi ancak bu ilişkilendirmeye de belirli bir mesafeden bakarak, kamusal tartışmalarının dijital göç sürecindeki belirleyiciliğinin Habermas (2017, 2023) bağlamında ele alınması ve platform sermayesi yaklaşımıyla Bourdieu'ya doğru (2010) bir yönelimi kapsamaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı; BlueSky'nın teknopolitik tutumunun yarattığı sosyolojik, toplumsal ve iletişimsel özelliklerini inceleyerek, Twitter'dan BlueSky'ya gerçekleşen ve devam eden dijital göçün dinamiklerini analiz etmektir. Araştırma, 2022-2025 döneminde Twitter ve BlueSky arasındaki kullanıcı hareketliliğine odaklanmakla birlikte, platformların küresel etkilerini de ele almaktadır. Çalışma dijital göç süreci ile başlayan teknopolitik tutumu anlama, kullanıcı davranışlarının yönünü görme ve kamusal tartışmalarının yeniden değerlendirilmesi açısından önemli görülmektedir. Bu açıdan çalışmada nitel bir yöntem benimsenmiştir. Durum tespiti ve betimsel analiz ile platformların özellikleri ve kullanıcı verilerinin betimlenmesiyle, BlueSky ve Twitter (X) platformlarının mevcut durumu tartışılmıştır. Çalışmadan elde edilen en belirgin sonuç; BlueSky'nın sosyal medya ekosisteminde yarattığı paradigma değişimi olmuştur.

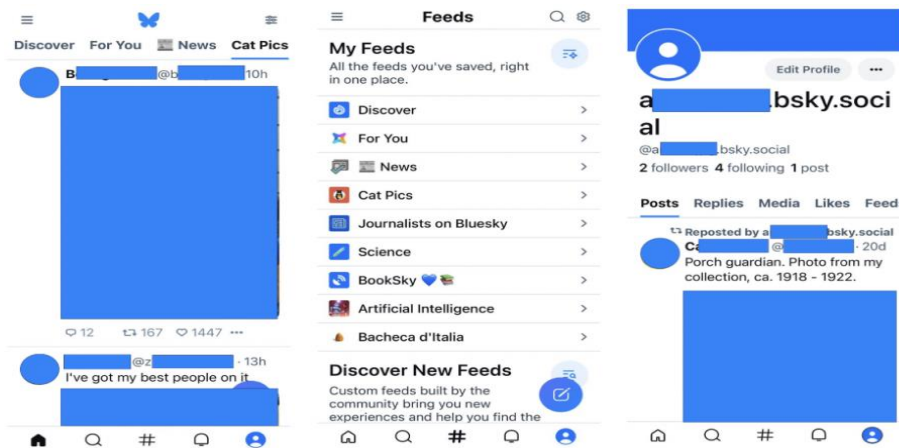
1. BlueSky: Yeni Bir Sosyal Medya Platformu

"Sosyal internete hoş geldiniz" sloganıyla kullanıcılarını karşılayan BlueSky (<https://bsky.social/about>) platformu, Twitter (X) benzeri bir sosyal medya platformudur (Sahneh vd., 2025). BlueSky'nın bir diğer sloganın da, *sosyal medyanın olması gerektiği gibi olduğu bir yer* özelliğine vurgu yapılır: *"Milyonlarca kullanıcı arasında topluluğunuzu bulun, yaratıcılığınızı serbest bırakın ve tekrar eğlenin"* (Bluesky, 2025). Twitter tarzı bir sosyal uygulama olan BlueSky, *"BlueSky Girişimi"* adıyla dijital dünyaya katılmış ve eski Twitter CEO'su olan Jack Dorsey (Eski Twitter CEO'su, Dorsey, 2021'de eski şirketinden ayrıldı ve Bluesky ekibinin çalışmalarını hızla modern sosyal medya devlerine karşı merkezi olmayan, açık kaynaklı bir alternatife dönüştürdü. Bluesky, 2021'de bağımsız bir şirket haline geldi ve 2022'de resmi olarak sahneye çıktı; Dorsey, bu yılın başlarına kadar Bluesky'nin yönetim kurulunda yer aldı.) tarafından bir Tweet ile 2019 yılında dünya kamuoyuna duyurulmuştur (Akt. Quelle & Bovet, 2025). BlueSky, 6 Şubat 2023 yılında beta (halka erişim, test aşamasında



sınırlı ve gerçek kullanıcı) sürüm olarak piyasaya sürülmüş, 2024 yılında 10 milyon kullanıcıya ulaşmış, kamusal sosyal medya için merkezi olmayan bir AT (Kimlik Doğrulanmış Transfer Protokolü, diğer adıyla atproto, büyük ölçekli sosyal web uygulamaları için merkezi olmayan bir protokoldür (Protocol Overview, 2025). <https://atproto.com/guides/overview>) protokolü üzerine inşa edilmiş, yeni bir sosyal ağ (Kleppmann vd., 2024) olma özelliğine sahiptir. BlueSky, AT protokolünü şu şekilde tanımlıktadır. “AT protokolü, kamuya açık konuşma için bir standart ve sosyal uygulamalar oluşturmak için açık kaynaklı bir çerçevedir” (The AT Protocol | Bluesky, 2025).

Merkezi olmayan (desantralize) özelliğiyle dikkat çeken BlueSky, 300 karaktere kadar metin ve 4 adede kadar resim gibi kısa içerikleri yayınlatabilme hizmetini sunarken, aynı zamanda gönderiler harici web sitelerine bağlantılar verme, diğer kullanıcılardan söz etme ve hastag’ler aracılığıyla etiket oluşturma özelliklerine de sahiptir (Failla & Rossetti, 2024: 2). Ayrıca yetişkin içerik uyarılarının etiketlenebildiği de görülmektedir. Varsayılan arayüz sekmesinde kullanıcıların iki tür akışı vardır; ilki takip edilen hesapların gönderilerini ters kronolojik olarak gösterirken, diğeri ağ genelinde popüler içerikleri önermektedir (Kleppmann vd., 2024: 2). Bu kullanıcı odaklı tasarım, platformlar tarafından uygulanan potansiyel kontroller olmadan, sosyal medyadaki kullanıcı davranışlarının incelenmesini kolaylaştırmaktadır (Jeong vd., 2024: 71-72). Diğer yandan kullanıcılar, çeşitli konularda birçok içerik alternatifinden ve akıştan seçim yapabilmektedir. BlueSky, hesap oluşturma, kullanıcı adı belirtme, profil resmi koyma, biyografi oluşturma gibi bilindik hesap süreci yönetimini sağlarken, gizlilik ayarlarıyla gönderilerin ve profilin kimlerin görebileceğini kontrol etme, hesap silme gibi kullanıcı özelliklerine de sahiptir. Ayrıca gönderilerin farklı insanların zaman tüneline görülebilmesi için kullanıcıların takip edilmesi, gönderilerin beğenilebilir, paylaşılabılır ve yorum yapılabilir özellikte olması, kullanıcıların özel olarak mesaj alıp gönderebilmesi, topluluklara ve belirli konulara göre katılım sağlanması ve topluluk oluşturulması ile hashtagler ve trend olan konular sayesinde yakın çevrenin ötesinde içerik keşfetmek için de kullanılması ve kullanıcıların çeşitli listeler oluşturmaları gibi teknik özelliklerle ön plana çıkmaktadır (Brown vd., 2024: 2). Nitekim BlueSky’nın kullanıcı arayüzünün X’ile benzer olması, X’in kullanıcı deneyimlerini taklit etmeye yönelik bir pazarlama stratejisi olduğunu göstermektedir. Kullanıcıların X platformundaki deneyimlerini ve alışkanlıklarını BlueSky’da da devam ettirebileceğine işaret eden arayüz, BlueSky’ı deneyimlemek isteyen kullanıcıların adaptasyonunu kolaylaştırmaktadır. Böylece BlueSky, platform sermayesini az zaman harcayarak güçlendirmektedir. Aşağıdaki görselde BlueSky’nın, ana sayfasının arayüzünde yer alan paneller yer almaktadır.



Resim 1. BlueSky ana sayfası arayüz tasarımı (Failla & Rossetti, 2024).doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310330.g001>

BlueSky, özellikle herkesin kişisel moderasyon ve algoritmik küratörlük hizmetleri oluşturmaya izin verirken, kullanıcılar tercih ettikleri hizmetlere abone olmakta özgürdür (Quelle & Bovet, 2025: 2). Diğer yandan veri merkezleri bir sunucuda saklanmamaktadır. Bunun yerine bağımsız düğümlerden oluşan bir ağda veriler korunmaktadır ve bu da BlueSky'nin sansüre karşı daha duyarlı olduğunu göstermektedir (Brown vd., 2024:2). Diğer bir ifadeyle kullanıcılar daha özgür bir biçimde, ürettikleri veriler üzerinde kontrole sahip olabilmekte ve diğer operatörler arasında geçiş yapabilmektedirler. BlueSky, gereksiz iletişimden kaçınarak ama merkezi sosyal ağlara da benzer bir şekilde kullanıcı deneyimini sağlayarak, kullanımı kolay bir sosyal medya platformu olmayı amaçlamıştır (Balduf vd., 2024: 77). Dolayısıyla BlueSky'nin moderasyon mekanizmalarının; AT protokolden, merkeziyetsiz kimliklerden, algortimik seçimden, dizinleme altyapısından, etiketlerden, kullanıcı kimliğinden, kişisel veri sunucuları ve depoları gibi birçok bileşenden oluşması şaşırtıcı değil (Balduf vd., 2024; Kleppmann vd., 2024) onu diğerlerinden ayıran ve çekici kılan özellikleridir.

Dünya çapında etkili olmaya başlayan BlueSky, kullanıcı tabanlı bir şekilde büyümesiyle dikkat çekici hale gelmiştir. Yerleşik platformlara benzer geniş bir aktivite dağılımının olduğu gözlemlenen bu platform da, orijinal kullanıcıların oluşturduğu içerik hacmi ve düşük toksisite (Sahneh vd., 2025) ile diğer platformlar arasında söz sahibi olmaya başlamıştır. BlueSky'nin popüler olmasında ve ön plana çıkmasında artık ana akım olan, kullanıcı ajansı kontrolünü ve veri taşınabilirliğini kısıtlayan bir “duvarlı bahçe (walled garden)” olarak işlev gören (Surve vd., 2024: 75) Twitter ve benzeri sosyal medya platformlarının aksine, merkeziyetsiz yapısı ve kullanıcı özerkliğine verdiği önem büyük rol oynamaktadır. Diğer bir ifadeyle, dijital alandaki güç tek bir merkezde toplanmak yerine kullanıcılara da dağıtıldığından, kullanıcılar bu alanda bir fail (özne) olarak deneyim kazanmakta ve bu deneyim aracılığıyla sadece içerik üretimine değil, aynı zamanda platformun şekillenmesine, gelişmesine ve sermaye hacminin artmasına aktif olarak katkı sağlamaktadır. BlueSky, aslında yeni bir sosyal medya ekosistemi yaratarak, bir paradigma değişimine neden olmuş görünmektedir.

2. Yöntem

Bu çalışmada nitel bir araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup, dijital göç olgusunu, Twitter (X) ve BlueSky özelinde anlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada betimsel analiz yöntemi kullanılmış, X'ten BlueSky'ya yönelen kullanıcı hareketleri, güncel araştırma raporları ve ilgili literatür aracılığıyla kavramsal ve ampirik düzeyde incelenmiştir. Nitekim söz konusu kaynaklar amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş olup, araştırmanın amacına uygun bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca araştırma, kuramsal arka plan ile ampirik veriler arasında bağ kurmayı amaçlarken açıklayıcı bir modeli de benimsemektedir.

Literatürdeki mevcut çalışmalar taranırken özellikle X'ile ilgili son 5B (beş), BlueSky'la ilgili son 3B (üç) yıldaki veriler dikkate alınmış ve esas olarak son (3) üç yıldaki veriler üzerinden bir karşılaştırma yapılmıştır. Nitekim bu durumlar çalışmanın kapsam ve sınırlılıklarını da oluşturmuştur. Veriler, belirlenen kavramsal yaklaşımlar doğrultusunda temalar olarak ön plana çıkartılmıştır. Bu temalar arasında platform sahiplik yapısı, algoritmik denetim, dijital güvenlik kaygıları, platform protokolleri gibi teknik altyapılar ile platform arayışları, dijital göç motivasyonları, geçişken kullanıcı deneyimleri ve çoklu aidiyet gibi başlıklar yer almaktadır.

3. BlueSky'ın Çekiciliği: Kimler ve Neden Tercih Ediyor?



BlueSky’ın tercih edilmesinin ve giderek daha çok popüler olmasının temel nedenlerinin başında merkeziyetsiz (desantralize) yani, AT protokolü üzerine kurulu olması gelmektedir. Özellikle merkeziyetsizlik söyleminin toplumsal, siyasal ve dijital alanda kullanımının getirdiği çeşitli bağlamlar, bireyler üzerinde etki yaratmaktadır (Schneider, 2019: 265). Farklı bir ifadeyle merkeziyetsizlik söylemi, internet dünyasında yarattığı anlamla BlueSky’ı çekici hale getirmiştir. Dolayısıyla BlueSky’da bu söylem etrafında birleşen insanların yer aldığı ve kullanımını genişlettiği bir sosyal medya platformu olma özelliği taşımaktadır. Başka bir ifadeyle, esin kaynağı olan Twitter gibi platformların aksine, “duvarlı bahçe” (walled garden) modeline alternatif sunması, söz konusu platformun tercih edilmesini kolaylaştıran temel etkenlerden biridir. BlueSky’ın tercih edilmesinde ikinci temel neden ise kullanıcılara sunduğu kontrol yetisi ve veri taşınabilirliğidir. BlueSky kullanıcıları, hesaplarını sadece içerik olarak değil, dijital kimliklerini ve sosyal grafiklerini de platformlar arasında taşıyabilmektedir. Bu özelliğiyle BlueSky birçok sosyal medya platformlarından ayrılmaktadır. Nitekim kullanıcıların veriler üzerindeki kontrolü ve verilerin taşınabilirliği, gücün dağıtılmasıyla yakından ilgilidir. Özellikle merkezi yapılar, kullanıcılar ve veriler üzerinde etkili olurken (Helberger vd., 2018), BlueSky gibi daha federatif yani belirli bağlamlarda bağımsız görünen platformlar, gücü sadece platformda toplamamakta, aynı zamanda kullanıcılarına da güç atfetmektedir. Nitekim bu durum dijital alanda bir söylem pratiği haline geldiğinden, ideolojik bir bağlaman parçası olarak, kullanıcılar tarafından benimsendiği görülmektedir.

Sosyal medya platformlarının işleyişi, büyük ölçüde kullanıcı etkileşimlerini ölçen, sınıflandıran ve yönlendiren algoritmalar tarafından belirlenmektedir. Bu algoritmalar, genellikle sınırlı döngüler içinde işleyerek kullanıcı davranışlarını belirli kalıplara yönlendirme eğilimindedirler. Bu açıdan algoritmalar kullanıcılar arasında her zaman tartışma konularından biri olmaktadır. Çünkü algoritmalar belirli hedefleri ve amaçları göz etmektedirler. Örneğin algoritmalar kullanıcı deneyiminin öznelliğini sınırlandırırken, aynı zamanda platformların ideolojik ve ticari çıkarları doğrultusunda biçimlenmesini de beraberinde getirmektedir. Böylece algoritmalar dijital platformlardaki güç ilişkilerinin en önemli mekanizmalarından biri olmuştur (Hardt & Negri, 2019: 264-265). Nitekim bu büyük tartışma BlueSky’ın bir sosyal medya platformu olarak dijital alanda nasıl konumlanacağını da belirlemiştir.

BuluSky, uzun süredir deneyimlenen ve daha çok kullanıcıya sahip olan platformların aksine algoritma şeffaflığını ön plana çıkartmaktadır. BlueSky, kullanıcıların algoritmaları özelleştirebilmesine, daha da öte kendi algoritmalarını oluşturabilmesine olanak tanımıştır. BlueSky kendi internet sitesinde yer alan “*Algorithmic Choice (Seçim)*” bloğunda, platformun algoritmasını şirket içinde oluşturmaktan ziyade, kullanıcıların hızlı ve zahmetsizce yeni algoritmalar oluşturmalarını istediğini (Graber, 2023) açıkça belirtmiştir. Nitekim bu durum dikkat ekonomisi yaratımı olarak değerlendirilebilir. Goldhaber’e göre (1997) dikkat ekonomisi, kullanıcıların yalnızca sınırlı bir süre boyunca odaklanabildiği değerli bir kaynak olarak dikkatin, platformlar arasında rekabetin merkezine yerleştiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, dijital platformlar kullanıcı dikkatini çekebilmek adına sürekli olarak yeni yöntemler geliştirmektedirler. Dikkat ekonomisi, dijital platformların kullanıcıların zamanını ve ilgisini çekmek için tasarladıkları stratejileri ifade etmektedir (Davenport & Beck, 2001). BlueSky’ın kullanıcılarına sunduğu seçim bloğu, gerçekten kullanıcı deneyimlerini iyileştirme amacıyla mı hareket etmekte yoksa platformun, dijital uzamdaki rekabet avantajını artırmak ve rakiplerine karşı üstünlük sağlamak amacıyla bir dikkat çekme aracı olarak kullanılıp kullanılmadığı sorgulanmaya açıktır. Dolayısıyla BlueSky’ın da vaadi algoritmik şeffaflık üzerine kurulu olduğu için bu vaadin bir dikkat ekonomisi olarak görülmesi muhtemeldir. Diğer bir ifadeyle söz



konusu şeffaflık söyleminin bir pazarlama stratejisi olduğu söylenebilirken, bu durumun kullanıcıları çekmek için yatırım aracı olarak kullanılıp kullanılmayacağı gelecekte yeniden değerlendirilme potansiyeli taşımaktadır.

BlueSky'nın algoritmalarının nasıl işlediğine yakından baktığımızda diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak en son haberleri, ünlüleri, viral olan eğlenceli içerikleri, politik yorumları arayan kullanıcıları yönlendirmemekte ve onları bir rekabet içerisine çekmemektedir (Colomé, 2024). Böylece kullanıcıların platformda geçirdikleri zaman daha değerli hale gelirken, son yıllarda daha çok gündemde olan algoritmik manipülasyon ya da algoritma diktatörlüğü (Hülür & Ölçer, 2024: 135) gibi kullanıcıları etkileyen algılar minimize edilmeye çalışılmıştır. Diğer yandan bu durum, algoritmaların daha şeffaf ve kullanıcı bazlı özelleştirilebilir olması anlamına geldiğinden, platformun etik kaygıları göz önüne aldığını da göstermektedir. Ancak bunun da dikkat ekonomisinin bir parçası olarak tasarlanmış olabileceği göz ardı edilmemelidir.

BlueSky, kullanıcılarına merkeziyetsiz bir moderasyon yapısı sunduğu için, bireylerin kendi topluluk kurallarını belirleyebilme yetkisi önemli bir fark yaratmaktadır. Bu durum, Twitter'ın otoriter olarak algılanan politikalarından ciddi biçimde ayrışmasını sağlamaktadır. Algoritmik şeffaflığın ardından, bu özellik BlueSky'nın en etkili politikalarından biri olarak öne çıkmaktadır. Özgürlükler açısından sınırlayıcı olan dijital otoriterlik, devlet gücünü pekiştirmeyi, hesap verilebilirlik mekanizmalarını, şeffaflığı ve demokratik kültürü ortadan kaldırma riskini de beraberinde getirmektedir (Schmidt-Feuerheerd, 2024: 4). Dolayısıyla Twitter platformunun içerikleri kendi denetiminde tutması (de Keulenaar vd., 2023: 237) kamusal söylemleri şekillendirebilme gücüne işaret ettiğinden, bu durum tartışmaların önemli boyutunu oluşturmaktadır.

Sosyal ağların en kritik bileşenlerinden biri olan moderasyon, toplulukları ani politika değişimlerine ve merkezi yönetim biçimlerine karşı savunmasız bırakabilmektedir. BlueSky ise bu süreçte kullanıcıya daha fazla özerklik tanıyarak, merkeziyetsiz bir moderasyon modelini benimsemiştir (*Bluesky's Moderation Architecture / Bluesky*, 2024). Başka bir deyişle, BlueSky, diğer sosyal medya platformlarına kıyasla daha esnek ve katılımcı bir moderasyon süreci sunmaktadır (Roth & Lai, 2024: 10-16). Bu yönüyle BlueSky, geleneksel sosyal medya yapılarından farklı olarak, yeni ve alternatif bir dijital ekosistem oluşturma eğilimindedir.

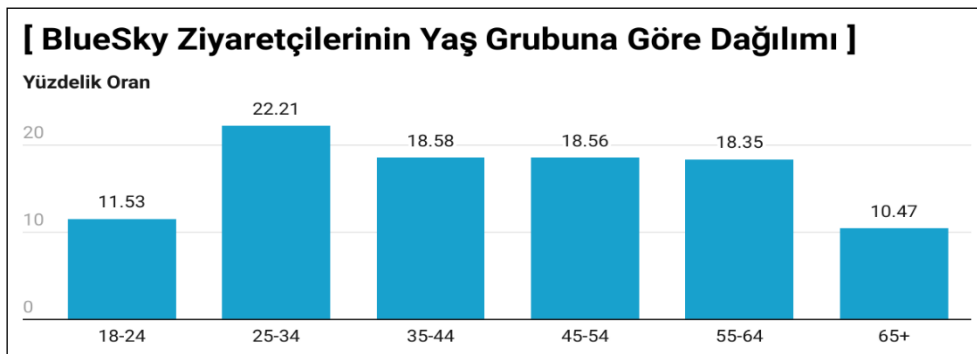
BlueSky, teknik ve sosyal etkiler yaratabilecek şekilde düşünülmüş yapısıyla dijital alanda sosyal medya platformları arasında özgür bir ifade alanı oluşturmaya aday olmaktadır. Özellikle Elon Musk'ın Twitter'ı devralmasının ardından, platformda kamu erişimine açık veri politikalarından sansür ve dezenformasyonla mücadele yaklaşımlarına, kullanıcı olanaklarına yönelik yapılan ince ayarlardan genel yönetim tarzına kadar birçok alanda kapsamlı değişiklikler gerçekleşmiştir (Bisbee & Munger, 2025: 139). Bu dönüşüm, Twitter'ı yalnızca bir sosyal medya platformu olmaktan çıkarak, küresel kamusal alan bağlamında yoğun tartışmaların odağı haline getirmiştir. Diğer yandan BlueSky gibi merkeziyetsiz sosyal medya yapıları ise daha çok ifade özgürlüğü vurgusu yaparak umut verici bir görünüm sergilemektedir (Huang, 2024: 2). Ancak bu durum özellikle filtre balonu gibi tartışmaları da tekrar gündeme getirmektedir. Yine de BlueSky, teknik olarak farklı sunucular arasında kurulan dağıtık bir iletişim ağına dayandığı için, özellikle sansür konusunda daha özgürlükçü ve çoğulcu bir yapı sergilemektedir.

Elon Musk'ın Twitter'ı devralmasının ardından platformun "X" olarak yeniden markalanması, politikalarında yaşanan değişiklikler, reklam içeriklerinin artması ve içerik moderasyonuna



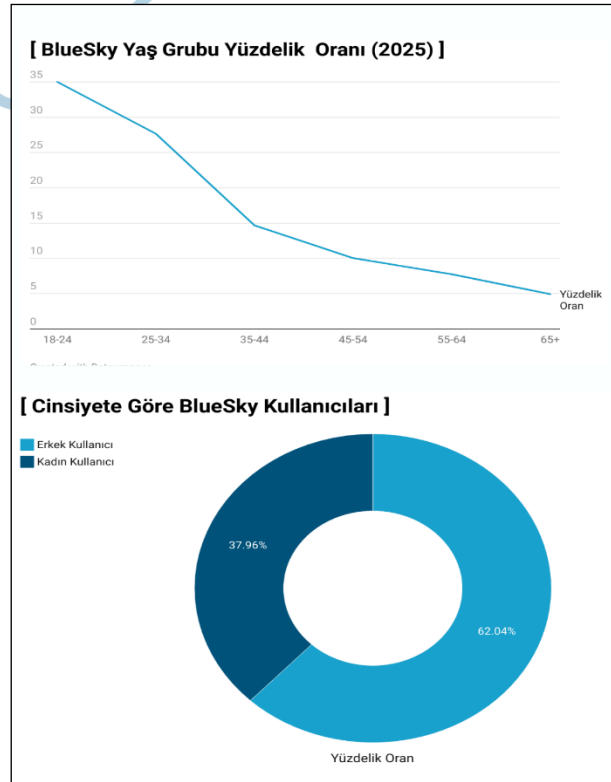
ilişkin tartışmalar, birçok kullanıcıyı alternatif sosyal medya platformlarına yöneltmiştir. Pew Research Center'in 2023 yılındaki anketine göre Twitter (X) kullanıcılarının %60'a yakını, Twitter'ın Elon Musk'tan sonraki politikalarından memnun olmadığını belirtmiştir (Dinesh & Odabaş, 2023). Diğer yandan yine aynı araştırma merkezinin bir yıl sonra 2024 yılında yaptığı "Amerikalıların Sosyal Medya Kullanımı" isimli farklı bir çalışmada ise X'i kullananların toplumun sadece %22'si olduğu, tespit edilmiştir (Gottfried, 2024). Nitekim Elon Musk'ın platformu devralmasının ardından, kullanıcılar arasında güven sorunlarının baş gösterdiği ve bu durumun Twitter'dan bir göç ya da kaçış sürecini tetiklediği görülmektedir. Bu bağlamda birçok kullanıcı, alternatif dijital mecralara yönelme eğilimi göstermiştir. Gerçekleşen platformlar arası hareketlilik sadece bir kullanıcının farklı bir sosyal medya platformuna geçişi değil, bir sermaye transferini de kapsamaktadır.

Özellikle habercilik ve gazetecilik açısından da Twitter, Elon Musk'tan sonra ciddi şekilde sorgulanır ve tartışılır hale gelmiştir. Musk'ın, platformda gazetecilik mesleği için olumsuz olarak algılanan bir dizi algoritmik değişiklikler yapması (Claesson, 2024: 2604), Twitter'a olan güveni bir kez daha sorgulatmış ve basın üzerinden yürütülen yeni bir tartışmayla, Twitter'a olan inanç azalmıştır. Bu tartışmayla birlikte toplumsal açıdan önemli meslek grupları da farklı sosyal medya arayışlarına yönelmiştir. Aslında Elon Musk'ın Twitter'ı satın almasının arkasında yatan siyasal amacın ve bu yönde platforma getirdiği farklı politikaların dünya kamuoyunu rahatsız etmesi (Jia vd., 2023: 152), kullanıcıların Twitter'ı terk etme ve kendilerini daha rahat hissettikleri yeni bir platforma geçmelerini kolaylaştırmıştır. Bu geçiş sürecinin demografik (<https://www.statista.com/statistics/1552760/bluesky-global-users-age-group/>) yapısına baktığımızda ise belirli yaş gruplarının önemli bir hacim oluşturduğu anlaşılmaktadır (Dixon, 2024).



Grafik 1. 2024 yılı BlueSky kullanıcılarının yaş grubu.

BlueSky kullanıcılarının demografik yapısına baktığımızda 25-34 yaş grubunun yoğun bir şekilde platformda yer alması, dikkat çekici olmaktadır. Platforma genç yetişkinlerin ilgisi hayli yüksek olsa da, 35-64 yaş aralığındaki kullanıcılar da kullanıcı portföyünün önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Buna karşın 2025 (<https://explodingtopics.com/blog/bluesky-users>) (Duarte, 2025).) yılının verilerine baktığımızda, 18-24 yaş aralığının hızlı bir şekilde yükseldiği, ancak 35-64 yaş arası kullanıcılarının oranında ise düşüş yaşandığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan BlueSky'nin cinsiyet (<https://www.socialpilot.co/blog/bluesky-statistics>) (Ghosh, 2025).) dağılımı incelendiğinde, BlueSky kullanıcıları ağırlıklı olarak erkeklerden oluşmakta ve platformun erkek egemen bir demografik yapıya sahip olduğu görülmektedir.



Grafik 2. 2025 yılı BlueSky kullanıcılarının demografik ve cinsiyet oranları.

Grafik verileri, BlueSky kullanıcılarının büyük çoğunluğunun 18-34 yaş aralığındaki genç yetişkinlerden oluştuğunu göstermektedir. BlueSky, özellikle genç neslin ilgisini çekmiştir. Bu ilginin arkasında, gençlerin yeniliklere olan merakı ve onları takip etme motivasyonunun yanı sıra, daha yüksek dijital okuryazarlık seviyeleri de etkili olmuştur. Özellikle Twitter ile Bluesky arasındaki teknik bilgileri karşılaştırabilmeleri ve platform politikalarının, algoritmaların ve kullanıcı moderasyonlarının ne ifade ettiği noktasında daha fazla teknik bilgiye sahip olabilmek potansiyelleri, bu yaş grubunun platformlar arası geçişini hızlandırmıştır. Platformdaki erkek kullanıcı yoğunluğu, cinsiyet eşitsizliği açısından dikkat çekicidir. Bu durum, dijital platformları benimseme ve tercih etme eğilimlerinin cinsiyetlere göre farklılaşmasıyla açıklanabilir. Erkek kullanıcıların, platformlar arası geçiş yapma eğilimlerinin kadınlara kıyasla daha yüksek olması da bu farklılığın olası nedenleri arasındadır.

Dijital alan kullanıcılarının X'ten kaçışı ya da BlueSky'a göç edişinin birçok temel motivasyonun olduğu görülmektedir. Bir ana akım sosyal medya platformu haline gelen Twitter'ın Elon Musk ile beraber X' dönüşmesi ve Elon Musk'ın özellikle dünya kamuoyunu kendi ifade biçimleri, dünya görüşü ve siyasal amaçları doğrultusunda yönlendirmeye çalışması, bu bağlamda Twitter'ın platform politikalarında ve algoritmalarında bir dizi değişiklikler yapması, dijital dünyada bir tepki oluşturmıştır. Buna karşın ise Twitter'ın eski yöneticilerinden biri olan Jack Dorsey'in ise kullanıcıların bir sosyal medya platformlarından neleri beklediğini bilmesi ve bu yönde BlueSky adında Twitter'a iyi bir alternatif oluşturması ise BlueSky'ın yükselişinde etkili olmuştur. Bu bağlamda BlueSky'ın kamusal söyleminde yer alan ve onu çekici yapan merkeziyetsizlik, veri taşınabilirliği, algoritma özelleştirme, moderasyon esnekliği gibi politikaların da Twitter'dan BlueSky'a göçü kolaylaştırmıştır. Bu göç sürecinde kullanıcıların demografik yapısı ve cinsiyet oranlarının farklı bir anlam taşıdığı da anlaşılmıştır. Dijital göç sürecinde genç yetişkin erkeklerin daha motive olduğu da ayrıca belirtilmesi gereken bir durumdur.



4. Bir Dijital Göç Örneği Olarak BlueSky ve Geçişin Dinamikleri

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme yaşam dünyasından farklı bir bağlamda yeni bir toplumsallaşma ve sosyalleşme süreci yaratmıştır. Dijital alanın kullanıcıları her geçen gün giderek daha fazla bir şekilde dijital bağlamda iletişim pratikleri sergileyerek sosyal etkileşimi artırmaktadır. Artık toplumsal süreçler ve sosyal etkileşim de dijital platformların yoğun bir etkisinin olduğu, söylenebilir hale gelmiştir. Nitekim van Dijk vd., (2018) *“The Platform Society (Platform Toplumu)”* eserinde rekabet eden ideolojik sistemler ve rekabet eden toplumsal aktörler (piyasa, hükümet ve sivil toplum) arasındaki yoğun mücadeleleri analiz ederek, bir platform toplumunda kamusal değerleri ve ortak iyiliği sabitlemekten kimin sorumlu olduğunu veya olması gerektiğini sormaktadırlar. Eğitimden ulaşım, medyadan sosyal veya kişilerarası iletişime kadar birçok alanda artık dijital platformlara bağlı kalmaktayız. Bu bağlamda dijital alanın kullanıcıları da belli başlı platformların zorunluluğunu yaşarken, aynı zamanda da yeni alternatifler arayışı içerisine de girmektedirler. Dolayısıyla platformlar arası geçişler, bir platformdan kaçma ya da bir platformdan farklı bir platforma göç etme gibi durumlarla karşılaşmak, yaşadığımız dünyanın yeni olgularından biri haline gelmiştir.

Dijital göç kavramı, son zamanlarda dijital platformlar ya da sosyal medya kullanıcılarının bir platformdan farklı bir platforma bireysel ya da kitlesel olarak geçişini temsil etmektedir. Ancak bu geçişler günümüzün dijital dünyasında belli başlı farklılıklara sahiptir. Özellikle dijital platformları, dijital uzamın mekânları olarak görmek mümkündür. Bu açıdan dijital göçler mekânsal olduğu kadar, kültürel ve kimlikli özellikleri de beraberinde getirmektedir. Bu açıdan klasik göçlerle ilgili yaklaşımlarla benzerlik gösterse de belirgin farklılıkların olduğu da görülmektedir. 20. Yüzyılın tarihsel özelliklerinden biri olan göç olgusu (Berger & Mohr, 2018: 8), 21. Yüzyılda da bu özelliğini dijital bağlamda da hissettirmektedir. Ancak klasik anlamda göçler, ülkelerin göçmenleri içeride değil dışarda tutma politikalarıyla şekillenirken (Bauman & Lyon, 2018: 77), dijital alanda ise bu durum biraz daha farklı bir biçimde platform geçişlerini engellemeye yönelik politikaları gündeme getirmektedir. Özellikle yaşam dünyasında göçmenler hakkında yapılan korkutucu haberler (Bauman, 2018: 9), dijital göç söz konusu olduğunda daha çekici ve etkileyici hale dönüşmektedir.

Dünya tarihi her bir dönemde önemli göç hikâyeleri içerirken (Manning, 2005: 1), günümüzde bu hikayeye yeni bir göç süreci daha eklenmiş, dijital göçler deneyimlenmeye başlanmıştır. Toplumsal değişimlerin öncüsü olan göçler, dijital bağlamda da aynı rolünü koruyor görülmektedir. Bu açıdan göçler sadece bir sınırı geçmeyi temsil etmemekte, aynı zamanda kültürel, siyasal, toplumsal değişimleri de beraberinde getirebilmektedir (Chambers, 2014: 13). Bu açıdan dijital göç süreci de beraberinde platformları sorgulamayı ve belli başlı değişiklikleri gündemi getirmeyi başarmıştır.

Dijital göçler, doğası gereği geçicidir ve çoklu aidiyetler barındırır; kalıcılık göstermeyebilirler. Bu nedenle, tepkisel bir karaktere sahip olmaları muhtemeldir. Diğer yandan klasik göçlerden farklı olarak dijital alanın aktörleri daha çok trans özellikler gösterebilir. Dolayısıyla platformlar arası geçişleri yapan kullanıcılar, göçmenler şeklinde bir tanımlamadan daha çok gezgin ya da melez kullanıcılar olarak değerlendirilebilir. Böylece dijital göçün aktörleri, zamanın ruhuna benzer bir biçimde daha akışkan bir kimliğe sahiptirler (Bauman, 2018a). Bu bağlamda göçler ister klasik anlamıyla isterse de yeni dijital görünümüyle olsun, kendi içerisinde karmaşık dinamikleri barındırmaktadır (Castles & Miller, 1998: 29-30). Çeşitli zorunluklar nedeniyle bir ülkeden başka bir ülkeye geçişi tanımlayan ya da siyasal süreçlerin, kurumların veya farklı anlayışların baskılarının ittiği göçler gibi dijital göçte kendi içerisinde bir itme ve çekme



faktörüne sahiptir. Diğer bir ifadeyle, itici ve çekici faktörler (Kane, 1995: 18) göç sürecini tetiklemekte ve bu süreç beraberinde yeni sosyolojik sonuçlar doğurmaktadır. Nitekim dijital alanda meydana gelen platformlar arası göçlerde de, tıpkı klasik göç olgularında olduğu gibi, terk edilen platforma ilişkin itici faktörler ile tercih edilen yeni platforma ilişkin çekici faktörler birlikte rol oynamaktadır (Lee, 1966: 49). Böylece terk edilen platformların olumsuz özellikleri, o platformdan kaçışa neden olurken, alternatif olarak görülen platformların olumlu yanları ise bu platformların çekici yanı olmaktadır.

Dijital göç kavramı, kullanıcıların bir sosyal medya platformundan farklı bir sosyal medya platformuna geçişi ya da çoklu platform kullanımı deneyimini temsil etmektedir. Farklı bir şekilde söylendiğinde dijital göçler kalıcı ya da bir nehrin her iki yanında bulanma (Kaya, 2014: 14) gibi bir durumlarla sınıflandırılabilir. Bu göç türleri bireysel olduğu gibi, kitlesel de gerçekleşebilir. Dolayısıyla klasik göç süreçleri gibi dijital göç süreci de grift bir yapıya sahiptir. Bu açıdan dijital göç süreci yalnızca bireysel, psikolojik ve içsel etkenlerle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda sosyal dinamikler, platform politikaları, operasyonel süreçler ve algoritmik yapılar gibi dışsal ve teknik faktörler tarafından da şekillendirilmektedir (Zhao vd., 2018: 555). Diğer bir ifadeyle bu durum fiziksel sınırların ötesinde, dijital mimariler ve platform ekosistemleri arasında yaşanan bir hareketlilik olarak değerlendirilebilir. Böylece farklı platformlar, geçici ya da alternatif yaşam alanlarına dönüşebilir. BlueSky ise bunun örneklerinden birini temsil etmektedir.

Dijital göç veya bir platformu terk etme, bireysel hareketlerden kaynaklandığı gibi aslında daha çok bir dizi sosyal eylemi (Edwards & Boellstorff, 2021: 589) içerisinde barındırmaktadır. Örneğin, dünya genelinde artan toplumsal ve siyasal kutuplaşmalar, özellikle Twitter ve Meta gibi büyük platformlara yönelik eleştirilerin yoğunlaşmasına neden olduğundan, BlueSky gibi alternatif platformlara yönelim hızlanmış, dijital göç süreci tetiklemiştir (İttefaq, 2025). Nitekim dijital göç süreci her ne kadar bireysel ve rasyonel tercihler gibi görünse de, gerçekte platform politikaları ve çeşitli sosyal dinamikler gibi dışsal etkenler tarafından önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu faktörler, kullanıcıların platformlar arası geçişi tetikleyen temel nedenler arasında yer almaktadır.

2022 yılında Elon Musk'ın Twitter'ı satın almasında sonra, küresel çapta Twitter'ın kullanıcılarının platformu terk etme ve alternatif olarak gördükleri BlueSky'a geçme eğilimleri dikkat çekici olmuştur. Nitekim aşağıdaki Tablo 1'de yer alan bilgilerden de anlaşılacağı üzere 2022 yılından itibaren, yani Elon Musk'ın Twitter'ı satın almasından sonra küresel ölçekte Twitter'da kullanıcı kaybı yaşanırken, 2023 yılında Twitter'a benzer özelliklere sahip BlueSky'ın da küresel ölçekte yeni kullanıcılar kazandığı görülmektedir. Dolayısıyla dijital alanın kullanıcılarının bir platformdan farklı bir platforma geçiş yaptıkları ve aslında birçok kullanıcının çoklu platform deneyimi sergilediği söylenebilir.

Tablo 1. Twitter ve BlueSky aktif günlük küresel kullanıcı sayıları ve oranları.

[Twitter (X) ve BlueSky Kullanıcı Sayısı ve Değişim Oranları]			
	Yıl	Kullanıcı Sayısı	Oransal Değişim
Son 5 yıldaki Twitter (X) Küresel Kullanıcı Sayısı	2019	312,7 milyon	0.00%
	2020	347,6 milyon	(+) 11,16%
	2021	362,4 milyon	(+) 4,26%
	2022	368,4 milyon	(+) 1,66%
	2023	353,9 milyon	(-) 3,94%
	2024	335,7 milyon	(-) 5,4%
BlueSky'in Küresel Kullanıcı Sayısı	2023	2,89 milyon	0.00%
	2024	25,94 milyon	(+) 797,58%
	2025	34,50 milyon	(+) 36,85%

Kaynaklar: Twitter (Geuens, 2025), BlueSkye (Rodericks, 2025).

Twitter'ın günlük aktif kullanıcı sayısı küresel ölçekte 2019-2022 yılları arasında düzenli olarak artarken, 2022 yılında Elon Musk'ın Twitter'ı satın almasıyla ve platformun kullanıcı politikalarını değiştirmesiyle beraber kullanıcıların platformdan kaçışı görülmektedir. Ancak bu kaçış tam anlamıyla bir platformu terk etme ile sonuçlanmaktan daha çok çoklu platform kullanımı gibi bir döngüsellik temsil etmektedir. Özellikle ABD'deki seçim süreci de dâhil birçok politik kamusal tartışmalarda Twitter'ın bir taraf olarak hareket etmesinin de bu döngüsellikte önemli olduğu söylenebilir (İttefaq, 2025: 6). Nitekim son iki yılda Twitter yaklaşık %10'luk bir kullanıcı kaybı yaşarken, Twitter'a alternatif olarak görülen BlueSky ise %800'den fazla bir büyüme trendi yakalamıştır. Bu sayısal değerler bize az sayıda kullanıcının X'i terk ettiğini gösterirken, çok sayıda kullanıcının bir melez (hybrid) dijital göç sürecini deneyimlediğini ifade etmektedir. BlueSky'in bu dönemdeki kullanıcı artışı ve bu artışın hem kitle medyasında hem de diğer sosyal medya platformlarında söylem konusu olması, platformun popülaritesini kayda değer biçimde artırmış ve platform sermayesini güçlendirmiştir. Bu bağlamda, platform sermayeleri arasında da bir rekabetin başladığı anlaşılmaktadır. Dijital sermayenin platformlar üzerinden birikimine baktığımızda, söz konusu sermayenin klasik sermayeye benzer bir refleksle hareket ettiğini söylemek mümkündür. Sermaye kendini koruma içgüdüsüyle ve onu sınırlayan her şeyi aşmaya yönelik pratikler sergilediğinden (Yurdakul, 2024: 330) bu içgüdü'nün ve aşma pratiklerinin platformlara ve kullanıcılara da yansıdığı söylenebilir (Lovink, 2023: 108). Dolayısıyla BlueSky, dijital sermayenin yeniden üretildiği bir mecra olarak diğer platformlarla rekabet içindedir ve yeni bir platform olmasının getirdiği avantajlarla birlikte kısa vadede kullanıcı sayısında önemli bir artış trendi yakalamış görünmektedir.

Twitter ve BlueSky'in kullanıcı sayılarına oransal olarak baktığımızda, dijital göçün iki farklı biçimde gerçekleştiğini görmekteyiz. İlkinde, kullanıcılar bir platformu tamamen terk ederek yalnızca yeni bir platformda etkileşim kurmaktadır; bu durum *kalıcı göç* olarak adlandırılabilir. İkinci biçimde ise kullanıcılar, her iki platformda da varlıklarını sürdürmekle birlikte, etkileşimlerinin odağını yeni platforma kaydırmaktadır; bu da *çoklu platform deneyimi* ya da *melez göç* olarak değerlendirilebilir. Başka bir ifadeyle dijital göç, hem eski



platformla bağların tamamen koparıldığı bir geçiş sürecini hem de çoklu platform kullanımını içerebilen karmaşık bir olgu olarak tanımlanabilir (Kumar vd., 2011). Örneğin Jeong ve arkadaşlarının (2024) yakın zamanda yapmış oldukları çalışma, platform göçünün iki türünü de ele alırken, çoklu platform deneyiminin daha çok ön planda olduğunu tespit etmiştir.

Kullanıcıların bir platformdan başka bir platforma göç etmesi, sadece kullanıcıların bir sınırdan diğer bir sınıra geçme eylemi kadar basit bir pratik olarak görülmemelidir. Söz konusu geçiş eylemi dijital araç gereçlerle çok kısa sürede gerçekleşse de yarattığı anlam, hem platformlar hem de kullanıcılar için farklı bağlamlar ve derinlikler ifade etmektedir. Twitter'ı terk eden ya da çoklu platform deneyimi sergileyen kullanıcılar, BlueSky'ya göçerken beraberinde dijital içeriklerini ve birikimlerini de taşımaktadır. Platform kullanıcıları; kültürel, sosyal ve sembolik sermayeleriyle birlikte göç etmektedirler veya bu sermaye birikimlerini platformlar arası etkileşiminin bir parçası haline getirmektedirler. Dijital göç sürecinde de kullanıcı göçmenler beraberinde taşıdıkları birikimlerle, bir platformun gücünü zayıflatma eğiliminde olurken, göç edilen platformun birikimine katkı sağlamaktadırlar. Böylece platform sermayeleri arasındaki rekabet büyük ölçüde kullanıcılar üzerinden şekillenebilmektedir.

Bourdieu'nün sermaye kuramı perspektifinden dijital göçün olası sonuçlarına bakıldığında, dijital platformlardaki bu göç hareketlerinin sadece sayılarla ifade edilebilecek bir geçişi değil, aynı zamanda sembolik güç ilişkilerinin yeniden dağılımını da ifade etmektedir. Sembolik mücadele ise "başkası için olduğu şey olmak yerine, kendisi için olduğu şey olmayı becerdiğinde onu doğuran kanaati de doğurmaktadır" (Bourdieu, 2015: 306). Böylece onun iktidar ortaklığı meşrulaşmaktadır. Diğer yandan Bourdieu (2006: 52-53) kültürel, sosyal ve sembolik sermayelerin toplumsal alandaki konumlanmaları belirlediğini; egemenliğe aday aktörlerin, bu sermayeleri artırma ve meşrulaştırma mücadelesi verdiğini de söylemektedir. Bu çerçevede Twitter, elinde bulundurduğu platform sermayesini korumak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmek isterken; BlueSky ise hem kullanıcılara sunduğu hem de kendi manifestosunu da temsil eden "kendi için olduğu şey olma" anlayışıyla dijital sermayeyi elde etme potansiyeli en yüksek aktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Nitekim Twitter'ın kullanıcı sayısındaki azalma ve buna karşın BlueSky'nın artan kullanıcı sayısı, bu sermaye mücadelesinin güncel bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Dijital göç veya platform göçü, zaman ve mekân kavramının dijitalleşme ile beraber nasıl dönüştüğünü anlamayı kolaylaştırmaktadır. Dijital göç; farklı bağlamlar, farklı aktörler, farklı fikirler ve farklı ağların değişken manzarasını temsil eden yapıyla ön plana çıkmaktadır (Collins, 2021: 872-873). Dolayısıyla bir platformdan farklı bir platforma göç etmenin farklı motivasyonlara sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bir sosyal medya platformundan farklı bir sosyal medya platformuna göçte, terk edilen platformdan kaynaklı gizlilik endişesi, sosyal baskı, ifade özgürlüğünün kısıtlanması gibi itici faktörlerin; buna karşı göç edilen platformların anonimlik, ifade özgürlüğü ve topluluk kurma gibi çekici faktörlerin belirleyici olduğu tespit edilmiştir (Gerhart & Koohikamali, 2019; Jeong, Nirmal, vd., 2024). Ayrıca dijital göç karar veren kullanıcılar tercih ettikleri platformların merkezileşmiş oldukları kadar, kar amacı güdüp gütmediklerini de önemsemektedirler (La Cava vd., 2021, 2022a, 2022b). Bunlarla beraber göç edilen platformun sistem kalitesinin düşmesi ve sosyalleşme ilişkilerinin zayıflaması da platformlar arası geçişi hızlandırmaktadır (Hou & Shiau, 2019). Platform göçünde son zamanlarda Twitter'dan alternatif platformlara ve özellikle BlueSky'ya göçte, Twitter'ın değişen sahiplik yapısı, merkezileşme politikaları, algoritmalarındaki kullanıcı dostu olmayan değişim, güvenlik ve gizlilik endişeleri, güven sorunu, kullanıcı moderasyonuna getirilen sınırlamalar, gizlilik ve mahremiyet algısının değişmesi, siyasal süreçlerdeki tutumu ve kamusal söylem



içerisinde taraf olması gibi faktörlerin kullanıcıları farklı arayışlara ittiği görülmüştür (He vd., 2023; Jeong, Jiang, vd., 2024; Zhang vd., 2025). Buna karşın BlueSky'ın ise AT protokolüne dayanan merkeziyetsiz yapısı, toplulukların serbestliği, algoritmaların kullanıcı dostu olması, kullanıcıların algoritmalar aracılığıyla manipüle edilmemesi, açık kaynak ve şeffaflık ilkesinin ön planda olması onu daha çekici hale getirmiştir. Nitekim aşağıda yer alan Görsel 1. Twitter'dan (X)'den, BlueSky'a göç etmedeki itme ve çekme faktörlerine daha geniş bir şekilde yer verilmiştir.



Görsel 1. Dijital göç: İten ve çeken nedenler

Twitter'ın sahiplik yapısının değişmesiyle birlikte, platform kullanıcılarında güvenlik, içerik denetimi, algoritmik yönetim ve ifade özgürlüğüne dair kaygılar artmış; özellikle Elon Musk'ın platformu devralmasının ardından bu endişelerin aşamalı olarak somutlaşması, kullanıcıların alternatif sosyal medya platformlarına yönelmesine neden olmuştur (R. Wang vd., 2024: 1). Bu süreçte sosyal medya kullanıcılarının Twitter'a benzer ama ondan daha özgür bir ortam olarak gördükleri BlueSky gibi farklı sosyal medya platformlarına yönelmesi söz konusu olmuştur. BlueSky'ın özellikle 2023 yılından itibaren kullanıcı sayısındaki artış dikkat çekici hale gelmiştir. Böylece kullanıcı temelli platform sermayesinin de dijital sermaye için ne derece önemli olduğu ve bu birikimini de giderek daha fazla birikim elde etmek için tekrar kullanıldığı anlaşılmaktadır. BlueSky'ın teknopolitik yaklaşımının, platform ve dijital sermaye birikiminin itici güçleri haline geldiği görülürken, sermayenin ise kendini daha rahat hissettiği ortamlarda birikim eğiliminde olduğu da anlaşılmaktadır.

Sermayenin türü ne olursa olsun, doğası gereği kendisini sınırlayan ve engelleyen bariyerleri aşma eğiliminde olduğu bilinmektedir. BlueSky'ın, bu serbestlik ve özgürlük taleplerine yanıt verebilmesi, onu Twitter'ın küresel ölçekteki ciddi rakiplerinden biri hâline getirmiştir. Diğer yandan BlueSky'ın Twitter'la kullanım, ara yüz, gönderim ve platforma dair teknik özelliklerinin, hatta Twitter'ın X olmadan önceki logosu ile BlueSky'ın logosu arasındaki benzerlikler ve BlueSky'ın kurucusunun eski Twitter CEO'larından biri

olması da sermaye adına güven unsuru olarak değerlendirilmiş ve bu durum dijital göç sürecini hızlandırmıştır.

Twitter'dan BlueSky'ya yönelik göç sürecinde, temel itici ve çekici faktörlerden birinin kamusal tartışması etrafında şekillendiği görülmektedir. Özellikle Twitter'ın uyguladığı teknopolitik yaklaşımın Habermascı kamusal alan fikrini zayıflattığı anlaşılmaktadır. Kamusal alan, Habermas'a göre bireylerin bir araya gelip iletişim içinde olduğu, siyasal ve kamusal sorunları özgürce tartışabildiği ve kamuoyunun şekillendiği bir tartışma alanıdır (Habermas, 2023). Dijitalleşme ve sosyal medya platformlarıyla beraber iletişim temelli kamusal alan Habermas'a göre (2023: 11) artık bir fragman haline gelmiştir. Yeni bir kamusal alan olarak görülen sosyal medya platformları; siyasal ve toplumsal meseleler başta olmak üzere insanların bir araya geldikleri, rasyonel eleştirilerle akıl yürütebildikleri, kişisel kamusal alanlarını yaratabildikleri ve güç ilişkileri açısından daha az kontrol altında oldukları varsayılan iletişim mecraları olarak değerlendirilmektedir (Benkler, 2006; Castells, 2013; Papacharissi, 2010). Buna karşın, bu platformların görünüşte özgür ve katılıma açık kamusal alanlar sunduğu yönündeki söylemler, aslında sosyal medyanın sermaye ve güç ilişkilerinin bir parçası olduğu gerçeğini perdelemektedir (Couldry & Mejias, 2022; Fuchs, 2017; Morozov, 2019). Özellikle ABD seçimleriyle ve Elon Musk'ın Twitter'ı politik bir araç olarak kullanmaya başlamasıyla birlikte, Twitter'ın özgür bir kamusal alan olma düşüncesi, kullanıcılar tarafından daha çok tartışılır hale gelmiştir. Diğer bir ifadeyle sosyal medya platformları birçok talebin ifade edilebildiği, siyasi süreçleri etkileyebildiği bir kanal olarak görüldüğünden (Yaşın, 2006: 137) bu iletişim platformlarını elinde tutan güçlerin, demokratik kaygıları azaltıp azaltmadığı noktasında ciddi tartışmalar ortaya çıkmıştır.

Platformlar üzerinden gerçekleşen tartışmalar ve dijital kamusal alanın demokratik bir zeminde şekillenip şekillenemeyeceğine dair artan kaygılar, kullanıcıların mevcut platformlar hakkında daha eleştirel bir tutum geliştirmelerine neden olmuştur. Bu eleştirel sorgulama süreci, kullanıcıların farklı bir platforma göç etme motivasyonunu da önemli ölçüde artırmıştır. Bu bağlamda Graham ve Andrejevic'in (2024) çalışması, Twitter'ın algoritma aracılığıyla ABD seçim sürecinde Cumhuriyetçi içerikleri destekleyen öneri akışlarını ön plana çıkardığını ortaya koymuştur. Farklı bir ifadeyle ABD'ki son seçim sürecinde Elon Musk'ın Twitter'ı dünya kamuoyunu da yakından ilgilendiren bir konuda politik tartışmalara yön verme eğilimini tespit etmiştir (Nutakki vd., 2025: 26) ve böylece demokratik kamusal alanın zedelendiği görülmüştür.

Twitter'ın Elon Musk'tan sonra içerik denetiminin tekno-liberteryen görünümünden belirgin bir şekilde sağa doğru kayması (Sengul, 2025) son yıllarda kamusal alan açısından Twitter'a olan güveni tartışmalı hale getirmiştir. Böylece Twitter'ın kamusal söylemi dönüştürme ve kamusal ilişkileri yönlendirme algısı kullanıcıları derin bir şekilde etkilemiş, dijital kullanıcılar farklı sosyal medya kanallarına yönelmiştir. Bu açıdan BlueSky ise dünya kamuoyunda Twitter'a karşı iyi bir alternatif olarak değerlendirilmiş ve BlueSky özellikle ABD seçimleri sürecinde çok sayıda yeni kullanıcı kazanarak, dijital kamusal alanın yeni alanlarında biri olmaya aday hale gelmiştir. Nitekim yukarıda yer alan Tablo 1. verilerine göre de özellikle 2023 yılından itibaren günlük aktif kullanıcı sayısı Twitter'da azalma eğiliminde iken, BlueSky'e artırıma eğilimde olması bu süreçle paralel olmuştur.

ABD başkanlık seçimleri sırasında Twitter'ın aldığı teknopolitik pozisyon, platformlar arası dijital göç üzerinde belirleyici bir etki yaratmıştır. Twitter, küresel ölçekte hâlâ en yüksek kullanıcı sayısına sahip sosyal medya platformlarından biri olarak değerlendirilse de; kamusal söylemin ve toplumsal gündemin şekillendirilmesindeki merkezi rolüne rağmen, seçim sonuçlarına yönelik algoritmik müdahale iddiaları, kullanıcı kaybına ve



platform sermayesinin zayıflamasına neden olmuştur. Buna karşın alternatif kamusal alanlardan biri olarak görülen BlueSky'ın ise bu süreçte hem kullanıcı tabanını hem de platform sermayesini genişleterek güç kazandığı görülmektedir. BlueSky, daha az merkezîyetçi yapısı ve özgürlük odaklı söylemleriyle, kullanıcılar nezdinde anaakım platformlara karşı bir karşı-kamusallık potansiyeli taşımaktadır.

Dijital platformların tekno-politik yapısı, erişim politikaları, ifade özgürlüğü ve içerik denetimi gibi kullanıcıların tercihlerini etkileyebilecek tutumu, dijital kamusal alanın şekillenmesinde belirleyici olduğu ileri sürülebilir. Dijital kamusal alanın normatif bir eleştirisi, sosyal medya kullanıcılarının Twitter'dan kaçışını ve BlueSky'a yönelişini belirleyen önemli faktörlerden biri hâline gelmiştir. BlueSky'ın sunduğu görece eşitlikçi pratikler, şeffaflık ve kullanıcı özgürlüğü, Habermas'ın rasyonel tartışma zemini idealiyle Twitter'a oranla daha fazla örtüşmektedir. Bu bağlamda, kamusal alanın yalnızca tartışılan içerik üzerinden değil, bu tartışmaların hangi mecrada gerçekleştiği üzerinden de şekillendiği anlaşılmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, BlueSky sosyal medya platformunun yapısını, temel özelliklerini, kullanıcı profilini ve özellikle Twitter (X) ile olan rekabetini dijital göç olgusu bağlamında ele almaktadır. Ayrıca X'in yapısal dönüşümünün dijital alan kullanıcılarını BlueSky gibi alternatiflere itip-itmediği üzerinde durulmuştur. Araştırmanın bulguları göstermektedir ki, platform kullanıcıları sadece platformun teknik özelliklerine değil, aynı zamanda sahiplik yapısına, yönetim ilişkilerine ve şeffaflığına da bağlı olarak dijital kimliklerini yeniden konumlandırma eğilimindedirler. Böylece X'ten BlueSky doğru olan hareket sadece bireysel bir tercih değil aynı zamanda platformun tutumuna karşı olan bir tepkiyi de yansıtmaktadır. Bu çerçevede elde edilen temel bulgular, BlueSky'ın teknopolitik tutumunun dijital göç sürecinde etkili olduğu yönündedir. Başka bir deyişle, AT protokolü üzerine kurulu merkezîyetsiz yapısıyla BlueSky; kullanıcıların kendi verileri üzerindeki denetimini güçlendirmesi, platformlar arası geçiş esnekliği sağlaması ve geleneksel "duvarlı bahçe" modeline karşı bir alternatif geliştirmesi sayesinde dikkat çekmektedir. Özellikle dijital göç sürecinin göstergelerinden biri olan kullanıcıların kendi algoritmalarını kişiselleştirebilmesi; manipülasyon ve sansür endişelerini azaltmaktadır; bu da algoritmik şeffaflığının platformlar arası sınırların geçilmesinde önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca kullanıcıların kendi topluluk kurallarını belirleyebilmesi ve merkezi otoriteden uzak durabilmesi, BlueSky'ı daha özgür bir iletişim ortamı olarak konumlandırmaktadır. Nitekim bu durum ise dijital göç sürecinde farklı indikatörlerden biri olmuştur. Öte yandan, BlueSky'ın, Twitter ile olan arayüz benzerliği, kullanıcı deneyimini kolaylaştırmakta ve platforma geçişi teşvik etmektedir. Tüm bu unsurlar, BlueSky'ın teknik altyapısını oluşturmakta ve bu yapı, dijital göçün hem nedenlerini hem de dinamiklerini anlamada önemli bir zemin sunmaktadır.

BlueSky'a gerçekleşen kullanıcı hareketleri ve platformun artan popüleritesine bakıldığında ise; Elon Musk'ın Twitter'ı satın almasından sonra yaşanan platform politikalarındaki değişimin temel belirleyicilerinden biri olduğu görülmektedir. Nitekim kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısıyla ilgili tartışmaların dijital platformların sahiplik yapısına da taşındığı anlaşılmaktadır. Özellikle siyasal katılımın en önemli süreçlerinden biri olan seçimlerde, Twitter'ın, algoritmalara yaptığı müdahalelerin ve siyasî yönlendirmelerin kullanıcıları rahatsız ettiği ve alternatif platformlara yönelmeye ittiği görülmüştür. Diğer yandan BlueSky'ın kullanıcı özerkliğini gözetmesi, genç ve teknolojiyle daha fazla ilişki içerisinde olan yaş grubunun dikkatini çekmeyi başarması, onu Twitter'a göre daha cazibeli hale getirmiştir. Nitekim bu



açından, özellikle ABD’deki son seçim sürecinde özellikle 18-34 yaş erkek yetişkin kullanıcıların daha yoğun bir şekilde BlueSky’a geçiş yaptığı ya da çoklu platform deneyiminde, BlueSky’a daha çok dikkat kesildiği tespit edilmiştir. Diğer yandan ise Twitter’ın toplumsal kutuplaşmayı artıran tutumu ve manipülasyonlara izin vermesi ise Twitter’ın toksik hale gelmesini sağlamıştır. Dolayısıyla BlueSky, Twitter’ın tam tersi şeklinde konumlanarak sosyal medya kullanıcılarını kendine doğru çekmeyi başarmıştır.

Platformlar arası geçişlerde belirli dinamiklerin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, klasik göç literatüründe sıkça başvurulanan *itme* ve *çekme* teorisinin, dijital göç süreçlerinde de geçerliliğini koruduğu söylenebilir. Ayrıca dikkat ekonomisinin de bu süreçte stratejik bir pazarlama tekniği olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Twitter kullanıcılarının platformdan ayrılma eğiliminin arka planında kullanıcıları platformdan *iten faktörler* ön plana çıkmaktadır. Nitekim bu faktörlerin başında ise sansasyonel bir durum yaratan Elon Musk’ın platform yönetimini devralması yatmaktadır. Sahiplik yapısı değişen Twitter’ın politik süreçlere doğrudan müdahil olması ve giderek daha fazla siyasallaşması, kullanıcılar açısından rahatsızlık yaratmıştır. Buna ek olarak, Twitter’ın ticari kaygıların artmasıyla birlikte reklam içeriklerinin yoğunlaşması, algoritmaların şeffaflıktan uzak olması ve güvenlik ile gizlilik politikalarında yapılan değişiklikler, kullanıcıları platformdan uzaklaştıran temel nedenler arasında yer almaktadır. Buna karşın BlueSky’ın merkeziyetsizliği, algoritma şeffaflığı, topluluk odaklı moderasyon ve düşük toksisite gibi özelliklerinin ise kullanıcılar için çekici faktörler olmuştur. Diğer yandan, Twitter’ın eski CEO’su olan Jack Dorsey’in “BlueSky girişimi” ise yeni bir sosyal medya alternatifi olarak, platforma olan ilgiyi artırmıştır.

Dijital göç sürecinde iki ana göç türü ortaya çıkmıştır. İlk tür, kullanıcıların Twitter’ı tamamen terk ederek BlueSky’a geçmelerini ifade ederken; ikinci tür, kullanıcıların her iki platformu da aktif bir şekilde kullanarak çoklu platform deneyimi yaşamalarıdır. Kullanıcı verileri incelendiğinde, çoklu platform deneyiminin daha çok tercih edildiği ve yaygınlaştığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle X’ten BlueSky’ olan hareketlilik mutlak ve kalıcı bir hareketlilik olarak görülmeyebilir. Nitekim sayısal verilerde birçok kullanıcının aynı anda birden fazla platformda varlık göstererek geçişli bir süreci deneyimlediğine işaret etmektedir. Bu durumda melez bir kullanıcı deneyiminin dijital platformlarda yaşandığını göstermektedir. Dolayısıyla bu göç ne mutlak bir kopuş ne de sadece teknik bir tercih olarak görülmelidir.

Dijital göç sürecinin bir diğer önemli sonucu, kamusal alanın ve platformların siyasal söylemler üzerindeki etkisi ve pozisyonlarıdır. Elon Musk’ın Twitter’ı devralmasının ardından platformun daha siyasi hale gelmesi ve belirli bir tarafın sesini daha fazla duyurması, kamusal alanın özgürlük ve tarafsızlık ilkelerini zedelemiş görünmektedir. Bu durum, kullanıcılar arasında ciddi sorunlar, tartışmalar ve rahatsızlıklar yaratmıştır. Öte yandan, BlueSky, kullanıcılar tarafından rasyonel tartışmalar için daha uygun bir alternatif olarak değerlendirilmiş ve daha az manipülasyona açık bir platform olarak öne çıkmıştır. Dolayısıyla, BlueSky, Habermas’ın kamusal alan anlayışına daha yakın bir yapıyı benimsemiş ve karşı kamusalılığı oluşturabilmiştir.

Dijital göçte tüm bunlarla beraber platformlar arası rekabetin ve sermaye dinamiklerinin de açık bir etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Her ne kadar Twitter hâlâ küresel ölçekte en fazla aktif kullanıcıya sahip sosyal medya platformu olsa da, BlueSky’ın güçlü bir alternatif olarak yükselmesi, dijital sermayenin yeniden dağıtım sürecine işaret etmektedir. Özellikle her türlü göç sürecinde, sürecin aktörleri olan göçmenlerin, beraberinde sermaye stoklarını taşıması, BlueSky’ın platform sermayesinin güçlenmesini hızlandırmaktadır. Diğer yandan yaşam dünyasında ülkelerin sınırları geçme konusundaki sert yaklaşımlarının ve tutumlarının (iş gücü ve planlı göç teşvikleri hariç) aksine dijital platformların sermayelerini



kaybetmemeleri adına kullanıcıları tutmaya yönelik girişimleri ve politikalarını revize etme çabalarıyla karşılaşmaktadır. BlueSky bu açıdan açık kaynak ve şeffaflık söylemi vurgusuyla farklılaşmaktadır. Nitekim geleceğe yönelik uzun vadeli süreçte BlueSky dijital alanda konumlandığı biçimini ve söylem pratiğini koruyup koruyamayacağı onun kaderini belirleyecektir.

Açıklamalar

* *Etik Kurul Onayı*: Bu araştırma için etik kurul belgesi gerekmemektedir.

* *Yayın Etiği*: Bu çalışma, “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, makale intihal tespit yazılımlarıyla (Turnitin / iThenticate) taranmış ve herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.

* *Yazar Katkı Oranı*: Uygun değildir.

* *Çıkar Çatışması*: Çalışmanın yazar(lar)ının veya yazar(lar)ın bağlı olduğu kurumun veya finansal destekçisinin diğer kurumlarla veya bu diğer kurumların çalışanlarıyla araştırmayı etkileyebilecek düzeyde doğrudan veya dolaylı olarak herhangi bir finansal, ticari, hukuki veya profesyonel ilişkisi/çıkarı söz konusu değildir.

* *Akademik Finansal Destek*: Çalışma; herhangi bir akademik finansal destek kuruluşu (TÜBİTAK, BAP, Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, vs.) tarafından desteklenmemiştir.

* *Yazar Beyanı*: Çalışma bir tezden üretilmemiş bir kongre/sempozyum/konferansta sunulmamıştır.

Structured Extended Abstract

This study focuses on the phenomenon of digital migration in the context of the transition from the Twitter (X) social media platform to BlueSky. By applying the push-pull theory (Lee, 1966), one of the key approaches in classical migration literature, to the digital realm, the research examines the dynamics of user movements from Twitter to BlueSky during the period of 2022–2025. Within the scope of the study, a range of factors, including platform ownership structures, technopolitical orientations, algorithmic transparency, and user autonomy are analyzed through the lens of digital migration. By integrating concepts such as digital capital, platform capital, and public sphere debates (Bourdieu, 2010; Habermas, 2023), the research reveals that BlueSky’s decentralized architecture and user-centered features have positioned it as a strong alternative to Twitter.

Research Background & Problem

With technological advancements and digitalization, the increase and transformation of social media platforms have created a new competitive environment in the digital world while also raising questions about the relationships these platforms have with their users. For instance, following Elon Musk's acquisition of Twitter in 2022, significant changes occurred in areas such as user experience, content moderation, and platform governance (Bisbee & Munger, 2025), leading to noticeable shifts in platform users' expectations and preferences. Increased algorithmic manipulation and perceived censorship have driven users to seek alternative platforms like BlueSky (Ittefaq, 2025). Founded by former Twitter CEO Jack Dorsey, BlueSky stands out with its decentralized verified transfer protocol, emphasizing user control, data



portability, and algorithmic customization, presenting a counter stance in the social media ecology (Quelle & Bovet, 2025). In this regard, the study focuses on the following questions:

What are the reasons or factors driving platform users to migrate from Twitter to BlueSky?

Is BlueSky's technopolitical stance inclined to create a new social media ecology?

Does this technopolitical stance facilitate the creation of an alternative public sphere, and is the digital public sphere being reshaped?

What potential outcomes could this migration have in terms of platform capital?

Research Methodology

The primary aim of this study is to analyze the dynamics of digital migration from Twitter to BlueSky within the framework of statistical data, by examining the sociological, societal, and communicative characteristics shaped by BlueSky's technopolitical stance. The research focuses on user mobility between Twitter and BlueSky from 2022 to 2025, while also addressing the global impacts of these platforms. This study is significant for understanding the technopolitical transformation initiated by the digital migration process, observing shifts in user behavior, and reassessing debates surrounding publicness. In this context, a qualitative methodology is employed. Through situational and descriptive analysis of platform features and user data, the study examines the current state of BlueSky and Twitter (X) platforms and aims to identify the push and pull factors in the digital migration process.

Research Results

Furthermore, the demographic structure of the digital migration's actors predominantly falls within the 18–34 age range, with male dominance being prominent in this population (Ghosh, 2025). This demographic aligns with BlueSky's ethical stance, valuing technical literacy and autonomy (Dixon, 2024). Additionally, it is evident that the technopolitical stances of both platforms serve as both push and pull factors. For instance, BlueSky's AT protocol enables users to customize algorithms and transfer data across platforms, reducing dependence on centralized authority (Kleppmann et al., 2024). This contrasts with Twitter's "walled garden" approach (Surve et al., 2024). Looking at the trends in digital migration, Twitter lost 10% of its users between 2022 and 2025, while BlueSky grew by 800% (Rodericks, 2025). Many users have adopted a hybrid approach, engaging with both platforms (Jeong et al., 2024). Public sphere discussions have also been influential in the digital migration process. The politicization of Twitter under Musk has undermined its credibility as a neutral public sphere (Graham & Andrejevic, 2024). BlueSky's decentralized structure has been perceived as more conducive to rational discourse (Habermas, 2023).

Conclusion & Discussion

This study highlights BlueSky's emergence as a paradigm-shifting platform within the social media ecosystem. Its decentralized design addresses growing user demands for autonomy and transparency, challenging traditional platform capitalism. However, its long-term sustainability will depend on how well it can preserve these principles amidst scalability pressures. The push-pull framework effectively explains the dynamics of migration: Twitter's restrictive policies (push) and BlueSky's libertarian features (pull) collectively drove user mobility (Lee, 1966). Future research should investigate whether BlueSky's model can scale without compromising its core principles and how platform migrations impact digital capital



accumulation. By emphasizing open-source principles and a transparency discourse, BlueSky sets itself apart from other platforms. In the long term, BlueSky's ability to maintain its current positioning and discursive practice in the digital realm will determine its future trajectory.

Kaynakça

- Balduf, L., Sokoto, S., Ascigil, O., Tyson, G., Scheuermann, B., Korczynski, M., Castro, I., & Król, M. (2024). *Looking AT the Blue Skies of Bluesky*. 76-91. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2408.12449>
- Bauman, Z. (2018a). *Akışkan Hayat* (A. E. Pilgir, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2018b). *Kapımızdaki Yabancılar* (E. Barca, Çev.; 1.Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2018). *Akışkan Gözetim* (3.Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press.
- Berger, J., & Mohr, J. (2018). *Yedinci Adam*. Metis Yayınları.
- Bisbee, J., & Munger, K. (2025). The Vibes Are Off: Did Elon Musk Push Academics Off Twitter? *PS: Political Science & Politics*, 58(1), 139-146. <https://doi.org/10.1017/S1049096524000416>
- Bluesky. (2025). Bluesky. <https://bsky.social/about/>
- Bluesky's Moderation Architecture | Bluesky. (2024, Mart 15). <https://docs.bsky.app/blog/blueskys-moderation-architecture>
- Bourdieu, P. (2006). *Pratik Nedenler* (H. U. Tanrıöver, Çev.). Hil Yayınları.
- Bourdieu, P. (2010). Sermaye Biçimleri (M. M. Şahin, Çev.). İçinde M. M. Şahin & A. Z. Ünal (Ed.), *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* (ss. 45-77). Değişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* (D. F. Şannan & A. G. Berkkurt, Çev.). Heretik Yayıncılık.
- Bridle, J. (2020). *Yeni Karanlık Çağ Teknoloji ve Geleceğin Sonu* (K. Güleç, Çev.). Metis Yayınları.
- Brown, J., Onik, A. R., & Baggili, I. (2024). Blue Skies from (X?s) Pain: A Digital Forensic Analysis of Threads and Bluesky. *Proceedings of the 19th International Conference on Availability, Reliability and Security*, 1-12. <https://doi.org/10.1145/3664476.3670904>
- Castells, M. (2013). *İsyen ve Umutu Ağları* (E. Kılıç, Çev.; 1.Baskı). Koç Üniversitesi Yayınları.
- Castles, S., & Miller, M. J. (1998). *The Age Of Migration International Population Movements in the Modern World* (2.Baskı). Macmillan.
- Chambers, L. (2014). *Güç, Kültür, Kimlik* (İ. Türkmen & M. Beşikçi, Çev.; 2.Basım). Ayrıntı Yayınları.
- Claesson, A. (2024). Twitter: A Necessary Evil? Journalistic Responses to Elon Musk and the Denormalization of Social Media. *Journalism*, 25(12), 2604-2621. <https://doi.org/10.1177/14648849231221616>
- Collins, F. L. (2021). Geographies of migration I: Platform migration. *Progress in Human Geography*, 45(4), 866-877. <https://doi.org/10.1177/0309132520973445>



- Colomé, J. P. (2024, Kasım 23). Why Bluesky Is Different: The Freedom to Choose Content Vs the Dictatorship of the Algorithm. *EL PAÍS English*. <https://english.elpais.com/technology/2024-11-23/why-bluesky-is-different-the-freedom-to-choose-content-vs-the-dictatorship-of-the-algorithm.html>
- Couldry, N., & Mejias, U. (2022). *Büyük Veri Çağında Veri Sömürgeciliği Tartışmalarına Bir Giriş: Bağlantının Bedelleri* (G. Bozrepe, Çev.). Notabene Bilişim.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business* (C. 2001). Harvard Business Press. <https://doi.org/10.1145/375348.376626>
- de Keulenaar, E., Magalhães, J. C., & Ganesh, B. (2023). Modulating moderation: A history of objectionability in Twitter moderation practices. *Journal of Communication*, 73(3), 273-287. <https://doi.org/10.1093/joc/jqad015>
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2014). *Anti-Ödipus: Kapitalizm ve Şizofreni 1* (F. Ege, H. Erdoğan, & M. Yiğitalp, Çev.). Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
- Dinesh, S., & Odabaş, M. (2023). *8 Facts About Americans and Twitter as It Rebrands to X* [Scientific Research]. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/07/26/8-facts-about-americans-and-twitter-as-it-rebrands-to-x/>
- Dixon, S. J. (2024). *Bluesky users by age 2024*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1552760/bluesky-global-users-age-group/>
- Duarte, F. (2025, Ocak 6). *Bluesky User Age, Gender, & Demographics (2025)*. Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/bluesky-users>
- Edwards, E. J., & Boellstorff, T. (2021). Migration, non-use, and the 'Tumblrpocalypse': Towards a unified theory of digital exodus. *Media, Culture & Society*, 43(3), 582-592. <https://doi.org/10.1177/0163443720968461>
- Ellul, J. (2003). *Teknoloji Toplumu* (M. Ceylan, Çev.). Bakış Yayınları.
- Failla, A., & Rossetti, G. (2024). "I'm in the Bluesky Tonight": Insights from a Year Worth of Social Data. *PLOS ONE*, 19(11), 1-17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310330>
- Fuchs, C. (2017). *Social Media A Critical Introduction*. SAGE Publications.
- Gerhart, N., & Koohikamali, M. (2019). Social Network Migration and Anonymity Expectations: What Anonymous Social Network Apps Offer. *Computers in Human Behavior*, 95, 101-113. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.01.030>
- Ghosh, P. (2025, Nisan 8). *40+ Bluesky Statistics You Need to Know in 2025*. SocialPilot. <https://www.socialpilot.co/blog/bluesky-statistics>
- Goldhaber, M. H. (1997). The Attention Economy and the Net. *First Monday*, 2(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519>
- Gottfried, J. (2024). *Americans' Social Media Use* [Scientific Research]. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/>
- Graber, J. (2023). *Algorithmic choice*. Bluesky. <https://bsky.social/about/blog/3-30-2023-algorithmic-choice>



- Graham, T., & Andrejevic, M. (2024). *A computational analysis of potential algorithmic bias on platform X during the 2024 US election* [Working Paper]. <https://eprints.qut.edu.au/253211/>
- Groys, B. (2020). *Yeni Üzerine: Geçmişle Gelecek Arasında Kültürel Ekonomi* (Z. Baransel, Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.
- Habermas, J. (2017). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (T. Bora & M. Sancar, Çev.). İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2023). *Kamusallığın Yeni Bir Yapısal Dönüşümü ve Müzakereci Demokrasi* (T. Bora, Çev.). İletişim Yayınları.
- Hardt, M., & Negri, A. (2019). *Meclis* (A. E. Pilgir, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- He, J., Zia, H. B., Castro, I., Raman, A., Sastry, N., & Tyson, G. (2023). Flocking to Mastodon: Tracking the Great Twitter Migration. *Proceedings of the 2023 ACM on Internet Measurement Conference*, 111-123. <https://doi.org/10.1145/3618257.3624819>
- Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2018). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 34(1), 1-14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>
- Hou, A., & Shiau, W.-L. (2019). Understanding Facebook to Instagram migration: A push-pull migration model perspective. *Information Technology & People*. <https://doi.org/10.1108/ITP-06-2017-0198>
- Huang, T. (2024). Decentralized social networks and the future of free speech online. *Computer Law & Security Review*, 55, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2024.106059>
- Hülür, H., & Ölçer, H. (2024). Yapay Zeka ve Algoritma Diktatörlüğü. *İçinde Yapay Zeka Toplum ve Kültür* (ss. 135-152). Ütopya Yayınları.
- İttefaq, M. (2025). Digital Disconnective Practice: Online Platform Migration and Technology Non-Use in the Age of Emerging Social Media and Polarized Societies. *Media, Culture & Society*, 0(0), 1-9. <https://doi.org/10.1177/01634437251326397>
- Jeong, U., Jiang, B., Tan, Z., Bernard, H. R., & Liu, H. (2024). Descriptor: A Temporal Multi-network Dataset of Social Interactions in Bluesky Social (BlueTempNet). *IEEE Data Descriptions*, 1, 71-79. <https://doi.org/10.1109/IEEEDATA.2024.3474640>
- Jeong, U., Nirmal, A., Jha, K., Tang, S. X., Bernard, H. R., & Liu, H. (2024). User Migration across Multiple Social Media Platforms. *İçinde Proceedings of the 2024 SIAM International Conference on Data Mining (SDM)* (ss. 436-444). Society for Industrial and Applied Mathematics. <https://doi.org/10.1137/1.9781611978032.51>
- Jia, J., Pan, H., & Su, J. (2023). Analysis of Motivations, Process, and Implications of Elon Musk's Acquisition of Twitter. *BCP Business & Management*, 47, 145-153.
- Kane, H. (1995). Leaving Home. *Society*, 12(4), 16-27.
- Kaya, A. (2014). Uluslararası Göç Teorileri Bağlamında Yeni Göç Türlerini Anlamaya Çalışmak: Türkiye'de "Yabancı" ve "Öteki" Olmak. *İçinde M. Tuna (Ed.), Türkiye ve Yeni Uluslararası Göçler* (1. Baskı, ss. 13-38). Sentez Yayıncılık.
- Kleppmann, M., Frazee, P., Gold, J., Graber, J., Holmgren, D., Ivy, D., Johnson, J., Newbold, B., & Volpert, J. (2024). Bluesky and the at Protocol: Usable Decentralized



- Social Media. *Proceedings of the ACM Conext-2024 Workshop on the Decentralization of the Internet*, 1-7. <https://doi.org/10.1145/3694809.3700740>
- Kumar, S., Zafarani, R., & Liu, H. (2011). Understanding User Migration Patterns in Social Media. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 25(1), Article 1. <https://doi.org/10.1609/aaai.v25i1.8089>
- La Cava, L., Greco, S., & Tagarelli, A. (2021). Understanding the growth of the Fediverse through the lens of Mastodon. *Applied Network Science*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.1007/s41109-021-00392-5>
- La Cava, L., Greco, S., & Tagarelli, A. (2022a). Information consumption and boundary spanning in Decentralized Online Social Networks: The case of Mastodon users. *Online Social Networks and Media*, 30. <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2022.100220>
- La Cava, L., Greco, S., & Tagarelli, A. (2022b). Network Analysis of the Information Consumption-Production Dichotomy in Mastodon User Behaviors. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 16, 1378-1382. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19391>
- Lee, E. S. (1966). A Theory of Migration. *Demography*, 3(1), 47-57.
- Lovink, G. (2023). *İnternetimizi Geri Almanın Yolu: Platformdan Kaçış* (Ratip, Çev.). İletişim Yayınları.
- Manning, P. (2005). *Migration In World History* (1.Baskı). Routledge.
- Milberry, K. (2010). Wiki Tarzı: Değişim Tasarlamak, Demokrasi Uygulamak (C. Atay, G. Ruivenkamp, J. Jongerden, & M. Öztürk, Çev.). *İçinde Teknoloji ve Toplum Yıkıcı Bir Direniş ve Yeniden Yapılanma* (ss. 47-81). Kalkedon.
- Morozov, E. (2019). *Twitter'dan Sonra Bir Tarih Kaldı Mı?* (M. Tekin, Çev.). Açılım Kitap.
- Nutakki, B., Navarrete, R. M., Carteny, G., & Weber, I. (2025). Is There Anything Left?: A Global Analysis on Changes in Engagement with Political Content on Twitter in the Musk Era. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 5, 1-36. <https://doi.org/10.51685/jqd.2025.004>
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. MA: Polity Press.
- Plantin, J.-C., & Punathambekar, A. (2019). Digital Media Infrastructures: Pipes, Platforms, and Politics. *Media, Culture & Society*, 41(2), 163-174. <https://doi.org/10.1177/0163443718818376>
- Protocol Overview. (2025). AT Protocol. <https://atproto.com/>
- Quelle, D., & Bovet, A. (2025). Bluesky: Network topology, polarization, and algorithmic curation. *PLOS ONE*, 20(2), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0318034>
- Roth, Y., & Lai, S. (2024). Securing Federated Platforms: Collective Risks and Responses. *Journal of Online Trust and Safety*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.54501/jots.v2i2.171>
- Sahneh, E. S., Nogara, G., DeVerna, M. R., Liu, N., Luceri, L., Menczer, F., Pierri, F., & Giordano, S. (2024). *The Dawn of Decentralized Social Media: An Exploration of Bluesky's Public Opening*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2408.03146>



- Sahneh, E. S., Nogara, G., DeVerna, M. R., Liu, N., Luceri, L., Menczer, F., Pierri, F., & Giordano, S. (2025). The Dawn of Decentralized Social Media: An Exploration of Bluesky's Public Opening. İçinde L. M. Aiello, T. Chakraborty, & S. Gaito (Ed.), *Social Networks Analysis and Mining* (ss. 422-437). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-78541-2_26
- Schmidt-Feuerheerd, B. (2024). Collaborative Authoritarianism and Its Unintended Consequences. *Democratization*, 1-21. <https://doi.org/10.17863/CAM.113721>
- Schneider, N. (2019). Decentralization: An Incomplete Ambition. *Journal of Cultural Economy*, 12(4), 265-285. <https://doi.org/10.1080/17530350.2019.1589553>
- Sengul, K. (2025). How are far-right online communities using X/Twitter Spaces? Discourse, communication, sharing. *Discourse, Context & Media*, 65, 1-8.
- Surve, A., Shamraj, A., & Mehta, S. (2024). How Decentralization Affects User Agency on Social Platforms. *Workshop Proceedings of the 18th International AAAI Conference on Web and Social Media*, 74-78. <https://doi.org/10.36190/2024.74>
- The AT Protocol | Bluesky*. (2025). <https://docs.bsky.app/docs/advanced-guides/atproto>
- van Dijk, J., Poell, T., & de Wall, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford Academic.
- Wang, J. (2023). The relationship between loneliness and consumer shopping channel choice: Evidence from China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103125>
- Wang, R., Zhang, Y., Suk, J., & Holland Levin, S. (2024). Empowered or Constrained in Platform Governance? An Analysis of Twitter Users' Responses to Elon Musk's Takeover. *Social Media + Society*, 10(3), 1-16. <https://doi.org/10.1177/20563051241277606>
- Yaşın, C. (2006). İnternette Tartışma Listeleri: Demokratik Bir Açılım mı? Egemen Söylemin Taşındığı Kanallar mı? *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 4, 133-147.
- Yurdakul, H. (2024). Yapay Zeka, Sermaye ve Toplum. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Yapay Zeka, Toplum ve Kültür* (ss. 326-342). Ütopya Yayınları.
- Zhang, Y., Lukito, J., Suk, J., & McGrady, R. (2025). Trump, Twitter, and Truth Social: How Trump used both mainstream and alt-tech social media to drive news media attention. *Journal of Information Technology & Politics*, 22(2), 229-242.
- Zhao, Y. (Chris), Xu, X., Peng, X., & Song, S. (2018). Understanding the Determinants and Dynamic Process of User Exodus in Social Networking Sites: Evidence from Kaixin001. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 69(4), 553-565. <https://doi.org/10.1002/asi.23974>