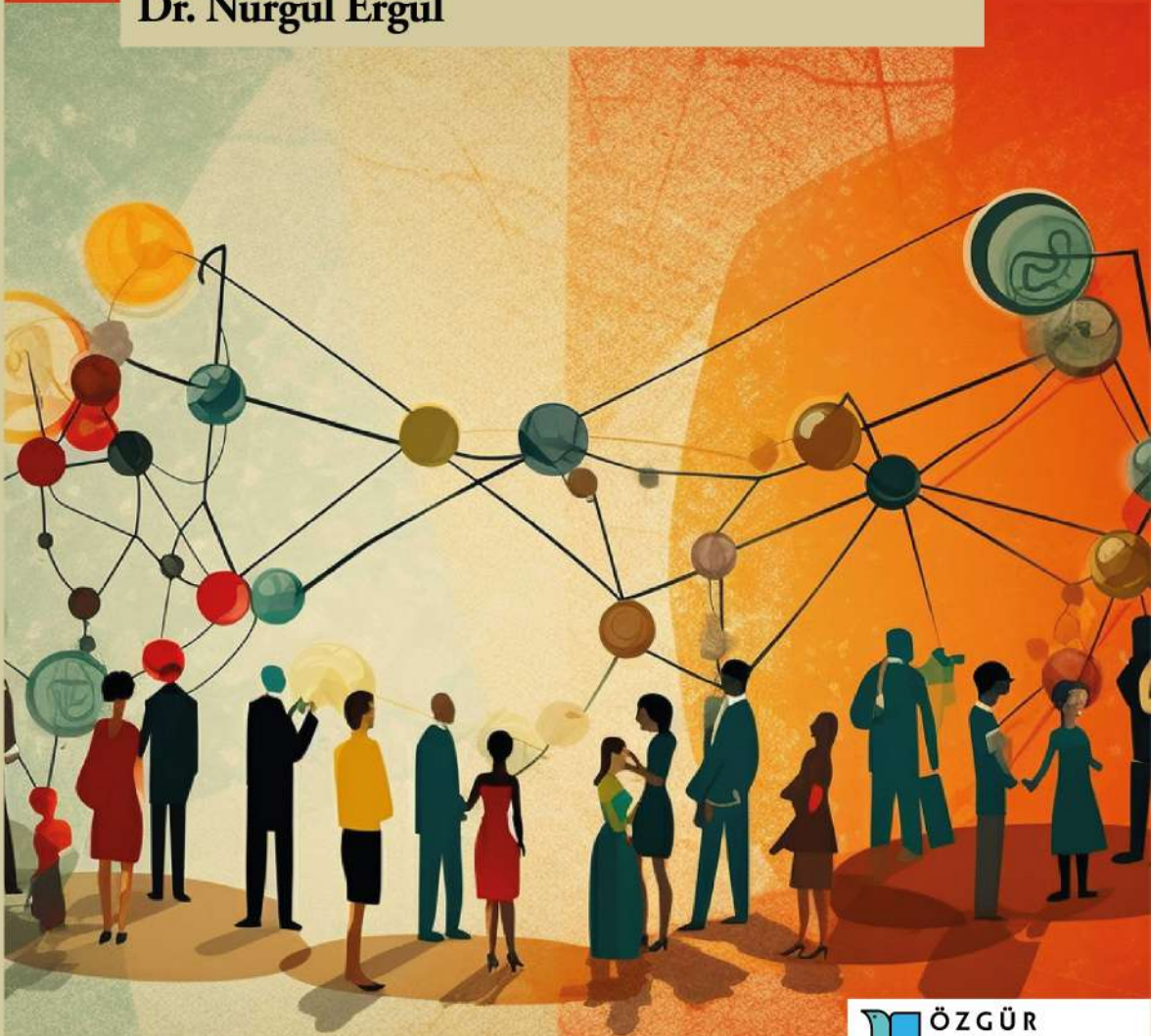


İletişim ve Toplum Sosyolojisi: Güncel Kuramsal Perspektifler

Dr. Nurgül Ergül



İletişim ve Toplum Sosyolojisi: Güncel Kuramsal Perspektifler

Dr. Nurgöl Ergöl



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şhitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgurayinlari.com

✉ info@ozgurayinlari.com

İletişim ve Toplum Sosyolojisi: Güncel Kuramsal Perspektifler

Dr. Nurgül Ergül

Language: Turkish

Publication Date: 2025

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-5646-58-3

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub801>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>. This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Ergül, N. (2025). *İletişim ve Toplum Sosyolojisi: Güncel Kuramsal Perspektifler*. Özgür Publications.

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub801>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgurayinlari.com/>



Önsöz

Elinizdeki bu kitap, iletişimin yalnızca bilgi iletimine indirgenemeyecek kadar karmaşık, çok katmanlı ve toplumsal olarak kurucu bir eylem olduğunu ortaya koyma amacıyla kaleme alınmıştır. İletişim sosyolojisinin temel meselelerine iktidar, temsil, normatif yapı, duygulanım, gözetim ve eşitsizlik gibi kavramlara çağdaş kuramsal perspektifler ve eleştirel analizler eşliğinde yaklaşan bu çalışma, dijital çağın iletişim mimarisini anlamaya yönelik disiplinlerarası bir çabanın ürünüdür. Modern toplumların temel örgütlenme biçimleri, artık sadece ekonomik ya da siyasal yapılardan değil; platform mimarileri, algoritmik tercih sistemleri ve görünürlük rejimlerinden geçmektedir. Bu bağlamda iletişim, yalnızca toplumu yansıtan değil; onu kuran, şekillendiren, normatif olarak çerçeveleyen bir güç alanına dönüşmüştür. Dolayısıyla iletişimi çözümlemek, aslında toplumun kendisini, sınırlarını, iktidar ilişkilerini ve çatışma alanlarını yeniden anlamlandırmak anlamına gelir. Bu kitap beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde iletişimin toplumsal bir eylem olarak kavramsallaştırılması, tarihsel ve kuramsal bağlarıyla tartışılmış; iletişimsel aklın toplumsal düzenin üretiminde nasıl merkezi bir rol oynadığı gösterilmiştir. İkinci bölümde medya alanının simgesel iktidar mekanizmaları ele alınmış, Pierre Bourdieu'nün kuramsal çerçevesiyle medyanın yalnızca içerik taşıyıcısı değil, aynı zamanda kültürel hegemonya üreticisi olduğu ortaya konulmuştur. Üçüncü bölümde, dijital gözetim mekanizmalarının yalnızca bireysel mahremiyeti değil; aynı zamanda toplumsal sınıf, katılım ve görünürlük ilişkilerini nasıl yapılandırdığı ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise toplumsal cinsiyetin iletişim pratikleri içerisindeki inşası, temsil krizleri ve dijital feminizm gibi mücadele alanları üzerinden analiz edilmiştir. Beşinci ve son bölümde, sayısal normların ve algoritmik duygu rejimlerinin bireyin kimliğini, varoluşunu ve ifade biçimlerini nasıl yönettiği incelenmiştir. Bu kitap, akademik bir çalışma olmasının yanında, ele aldığı tüm meseleleri bir bütünlük içinde eleştirel bir perspektifle tartışma iddiası taşımaktadır. Yalnızca olanı açıklamak değil;

aynı zamanda “olması gereken” üzerine düşünmeye davet eden bir sosyolojik duyarlılıkla yazılmıştır. Her bölümde, günümüz iletişim sistemlerinin yalnızca teknolojiyle değil; aynı zamanda ideoloji, toplumsal normlar, duygular ve iktidar yapılarıyla örülü olduğu vurgulanmıştır. Bu çalışmanın ortaya çıkmasında katkı sunan akademik çevrelere, düşünsel esin kaynağı olan kuramsal geleneklere ve eleştirel sorgulamanın olanaklarını her zaman canlı tutan aileme ve özellikle de eleştirel düşünce tohumlarını çocuk yaşıta bana eken Rahmetli-kiymetli anneme teşekkür ederim. Dilerim bu kitap, iletişimi yalnızca araçsal bir süreç olarak değil; toplumun kalbine yerleşmiş bir mücadele alanı olarak düşünen herkes için yeni bir bakış zemini sunar.

Sivas, 2025

İçindekiler

Önsöz	iii
1 İletişimin Toplumsal İnşası: Habermas'tan Günümüze Kuramsal Yönelimler	1
2 Medyatik Alan ve Simgesel İktidar: Bourdieu Perspektifinden İletişim Dinamikleri	23
3 Dijital Gözetim ve Katılım: Yeni Medya Çağında Toplumsal Denetim Mekanizmaları	43
4 Toplumsal Cinsiyetin İletişimsel İnşası	65
5 Duyguların Platformlaşması ve Sayısal Disiplin	89
Kaynakça	107

İletişimin Toplumsal İnşası: Habermas'tan Günümüze Kuramsal Yönelimler

Giriş

İletişim, çoğu zaman gündelik yaşamın sıradan bir parçası olarak görünür; birinin diğerine bir şey söylediği, yazdığı, gösterdiği bir süreç. Ancak toplumsal düzlemde bu “basit” eylem, sandığımızdan çok daha derin, çok daha kurucu bir işleve sahiptir. Tarih boyunca insanlar yalnızca bilgi aktarmak için değil, birlikte yaşamının, uzlaşmanın, direnişin ve yeniden kurmanın yollarını ararken iletişim kurmuşlardır. Bu nedenle iletişim ne sadece bir araçtır ne de yalnızca bireyler arası bir edim. Aksine, o, toplumsal gerçekliğin kendisini biçimlendiren, görünmez ama etkili bir örgütlenme biçimidir. Dilin içindeki güç, kelimelerin sınırlarında dolaşan iktidar, her konuşmanın ardında saklı kalan sessizlikler... Bütün bunlar iletişimi, toplumu kuran asli bir unsur hâline getirir.

Modern toplumların karmaşık yapısında, iletişim yalnızca insanlar arasında değil; kurumlar, ideolojiler, söylemler ve teknolojiler arasında da işler. Bir televizyon haberinin verdiği “bilgi”, aslında yalnızca bir içerik değil, aynı zamanda bir çerçevedir: Ne anlatıldığı kadar, neyin nasıl anlatıldığı, neyin dışarıda bırakıldığı ve hangi kelimenin seçildiği toplumsal bilinç üzerinde dönüştürücü bir etkiye sahiptir. Bu yönüyle iletişim, tarafsız ya da nötr değildir. Bilakis, her iletişimsel edim, belli bir tarihsel bağlamda, belli güç ilişkileri içinde ve belli normatif kalıplar çerçevesinde ortaya çıkar. İletişim, bir anlam üretimi süreci olduğu kadar, bir anlam mücadelesidir de.

Bu mücadele, yalnızca medyada ya da siyasette değil, gündelik hayatta da görünürdür. Bir kadının kamusal alanda konuşurken sesini alçaltması,

bir öğrencinin öğretmenine itiraz ederken seçtiği kelimeleri dikkatle tartması ya da bir göçmenin yeni bir ülkede kurduğu ilk cümle, hepsi iletişimin, görünürdeki ifadenin ötesinde bir toplumsal yapı tarafından biçimlendirildiğini gösterir. İletişim, bu anlamda hem kişisel hem de kolektif kimliklerin kurucu zeminidir. Biz kimiz, nasıl görünürüz, neyi söyleyebiliriz ve ne zaman susarız? bu soruların yanıtı, toplumsal iletişim düzeninin içinde saklıdır.

İşte bu noktada kuramsal düşünce devreye girer. Özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren iletişim, sosyal bilimlerin merkezine yerleşmiş; yapısalcı, eleştirel, söylemci ve etkileşimsel kuramlar, iletişimi salt teknik bir kanal değil, toplumsal inşa sürecinin anahtarı olarak yorumlamaya başlamıştır. Berger ve Luckmann (1966), toplumsal gerçekliğin bireyler arası etkileşimlerle kurulduğunu savunurken; Foucault (1972), söylemin iktidarla örülü yapısına dikkat çekmiş; Habermas (1984), iletişimsel aklın demokratik potansiyelini önermiştir. Goffman'ın (1959) mikrososyolojik yaklaşımı ise, iletişimdeki gündelik “rol yapma” hâllerini ve bu hâllerin nasıl toplumsal anlam taşıdığını gözler önüne serer.

Bu kuramsal yönelimlerin her biri, iletişimin yalnızca ne söylediğimizle değil, nasıl, kime ve hangi bağlamda söylediğimizle ilgili olduğunu gösterir. Bugün bir haber başlığı, bir tweet, bir kamu spotu ya da bir protesto afışı; yalnızca mesaj değil, aynı zamanda bir tarihsel anlatı, bir ideolojik duruş, bir toplumsal tavır içerir. Bu yüzden iletişimi anlamak, yalnızca iletişimcileri değil, bu iletişimde üretilen normları, hiyerarşileri, sessizlikleri ve imkanları da anlamak demektir.

Bu kitap, iletişimi toplumu kuran bir pratik olarak ele alır. İletişimin, bireyler arasındaki ilişkileri nasıl biçimlendirdiğini, kamusal alanda nasıl işlediğini, ideolojileri nasıl yeniden ürettiğini ve farklı toplumsal bağlamlarda ne tür mücadele alanlarına dönüştüğünü analiz eder. Bunu yaparken yalnızca teorik tartışmaları değil, aynı zamanda gündelik yaşamdan örnekleri, medya pratiklerini, dijital kültürü ve sessiz kalan sesleri de dikkate alır.

Çünkü iletişim, yalnızca konuşulan değildir; aynı zamanda susulan, bastırılan, yönlendirilen ve yeniden kurulan bir anlam haritasıdır. Bu haritanın izini sürmek, toplumun hem görünen yüzünü hem de derin yapısını anlamak için bir kapı aralar. Ve bu kitap, tam da o kapının eşiğinde başlar.

İletişimin Toplumsal Bir Eylem Olarak Kavramsallaştırılması

İletişim, sosyolojik bağlamda yalnızca bireyler arasında bilgi alışverişine indirgenemeyecek kadar karmaşık, çok boyutlu bir toplumsal eylem biçimidir. Dilin, simgelerin ve anlamların ortaklaşa üretilip paylaşıldığı bu

cylem, bireylerin yalnızca kendi benliklerini ifade etmelerine değil, aynı zamanda toplumla ilişkilerini kurmalarına, sürdürmelerine ve yeniden tanımlamalarına olanak tanır. Bu nedenle iletişim hem özne inşasında hem de toplumsal yapının sürekliliğinde belirleyici bir rol oynar (Giddens, 1984).

George Herbert Mead'ın (1934) “zihin, benlik ve toplum” kuramı, iletişimi toplumsal eylem bağlamında değerlendiren ilk sistematik yaklaşımlardan biri olarak kabul edilir. Mead'e göre birey, benliğini ancak sosyal etkileşim süreçleri aracılığıyla, “genelleştirilmiş öteki”nin bakışı üzerinden kurabilir. Bu bağlamda iletişim, yalnızca düşüncenin dışavurumu değil, aynı zamanda bireyin sosyal evrenine katılmasını sağlayan temel bir etkileşim biçimidir. Mead'ın kuramı, daha sonra sembolik etkileşimcilik başlığı altında geliştirilmiş ve özellikle Erving Goffman'ın (1959) dramaturjik yaklaşımıyla birlikte, bireylerin sosyal yaşamda anlam üretici aktörler olarak konumlandırılmasına öncülük etmiştir. Goffman (1959), bireylerin günlük yaşamı bir sahne gibi yapılandırdıklarını ve her toplumsal etkileşimde belli “rolleri” yerine getirdiklerini ileri sürer. Bu yaklaşımda iletişim, karşılıklı tanıma, onaylama ya da reddetme süreçleriyle şekillenen bir performanstır. Toplumsal rollerin içselleştirilmesi ve yeniden üretimi, iletişim eyleminin temel çıktılarındandır. Dolayısıyla birey, toplumsal gerçekliği yalnızca alımlayan değil, aynı zamanda aktif biçimde kuran bir faildir (Blumer, 1969).

Benzer biçimde, Berger ve Luckmann (1966), toplumsal gerçekliğin insanlar arası etkileşim yoluyla inşa edildiğini ileri sürerek “toplumsal inşacılık” yaklaşımını ortaya koymuşlardır. Onlara göre iletişim, gündelik yaşamın sıradanlaşmış örüntüleri aracılığıyla toplumsal anlamların doğal kabul edilmesini sağlar. Bu süreçte dil, sadece nesneleri adlandırmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal gerçekliğin sınırlarını çizen ve sürdüren bir sistem hâline gelir. Yani iletişim, toplumu anlatmaz; onu üretir. İletişimin toplumsal eylem olarak kavramsallaştırılması, aynı zamanda normatif sistemlerin ve iktidar ilişkilerinin görünür hâle getirilmesi açısından da önem taşır. Pierre Bourdieu'nün (1991) “sembolik sermaye” ve “habitus” kavramları, iletişimin toplumsal yapıyla ilişkisini açıklamada işlevseldir. Bourdieu'ye göre bireyler, sosyal alanlardaki konumlarına göre iletişim kurar ve bu iletişim biçimi, toplumsal farklılıkların yeniden üretilmesini sağlar. Böylece iletişim, yalnızca etkileşim değil, aynı zamanda meşruiyet üretimi ve toplumsal hiyerarşinin devamıdır. Bu çerçevede, iletişim hem bireyin toplumsal yaşama katılmasını sağlayan bir araç hem de bu yaşamın sınırlarını belirleyen bir yapıdır. Anlam üretimi, kimlik inşası, normatif çerçevelerin içselleştirilmesi gibi tüm süreçler, iletişimin toplumsal eylem olarak taşıdığı merkezi konumu ortaya koyar. Bu nedenle iletişim sosyolojisi, bireysel

davranışların çok ötesine geçerek, iletişim pratiklerinin arkasında yatan yapısal düzenekleri çözümlemeyi hedefler.

Habermas ve Kamusal Alan Kuramı

Jürgen Habermas, iletişimsel eylem kuramı ve kamusal alan yaklaşımıyla, iletişimin yalnızca bireyler arası bir süreç değil, toplumsal düzenin normatif temelini oluşturan bir yapı olduğunu ortaya koymuştur. Habermas'ın *kamusal alan* kavramı, modern toplumlarda bireylerin ortak akıl yürütme yoluyla kamu yararını tartışabildikleri, iktidardan görece bağımsız ve eleştirel bir iletişim alanını ifade eder (Habermas, 1989). Bu anlayış, iletişimi yalnızca bir bilgi aktarımı değil, demokratik katılımı mümkün kılan sosyo-politik bir eylem biçimi olarak konumlandırır. Habermas'a göre 18. yüzyılda ortaya çıkan burjuva kamusal alanı, piyasa güçlerinin ve devletin müdahalesinden arınmış, bireylerin eşit koşullarda fikir alışverişinde bulunduğu bir tartışma zeminiydi. Bu zeminde iletişim, bireysel rasyonaliteye değil, karşılıklı anlama ve uzlaşmaya dayalı "iletişimsel rasyonalite"ye yaslanıyordu (Habermas, 1984). Dolayısıyla iletişim, burada demokratik toplumun temelidir; çünkü karar alma süreçleri ancak kamusal akıl yürütmeyle meşrulaştırılabilir. Ancak Habermas, kamusal alanın tarihsel gelişimi boyunca bu ideal biçimini kaybettiğini savunur. Kitle iletişim araçlarının yükselişiyle birlikte kamusal tartışmalar manipülasyona açık, tek yönlü ve ticarileşmiş bir yapıya dönüşmüştür. Bu durum, iletişimin eleştirel ve karşılıklı anlayışa dayalı karakterini zayıflatmış, kamusal alanı sembolik tüketim alanına indirgemıştır (Habermas, 1989). Bu noktada, iletişimin toplumsal eylem olarak niteliği, yapısal olarak iktidar ilişkilerine gömülmüş bir biçim kazanır.

Habermas Kuramının Günümüzdeki Sosyolojik Karşılığı: Dijital Çağın Kamusal Alanı

Jürgen Habermas'ın kamusal alan kuramı, modern toplumun demokratik işleyişini anlamak için temel referans noktalarından biri olmuştur. Habermas, 18. yüzyıl Batı Avrupa'sındaki kahvehaneler, salonlar ve edebi topluluklar gibi mekânlarda ortaya çıkan "eleştirel kamusal alan"ı, bireylerin özel çıkarlarından arınmış bir şekilde, akla ve mantığa dayalı tartışmalarla kamu yararını oluşturabildikleri bir alan olarak tanımlar. Bu modelde iletişim, ideal anlamda, iletişimsel eylem kuramı çerçevesinde, özgür ve eşit bireylerin karşılıklı anlayış geliştirdikleri bir süreçtir. Ancak 21. yüzyılın dijitalleşen toplumunda, bu modelin nasıl işlediği ya da ne ölçüde geçerli olduğu, yeni iletişim teknolojilerinin yükselişiyle birlikte sorgulanmaktadır.

Dijital çağda sosyal medya platformlarının, blogların, çevrimiçi forumların ve diğer dijital mecraların yükselişi, Habermas'ın kamusal alan

anlayışına hem olanaklar hem de ciddi tehditler getirmiştir. Bir yandan bireyler, geleneksel medya yapılarına bağlı olmaksızın kendi görüşlerini ifade edebilecekleri, farklı kamusal gündemleri şekillendirebilecekleri yeni iletişim kanalları edinmişlerdir. Örneğin Arap Baharı sürecinde Twitter ve Facebook gibi platformların, otoriter rejimlere karşı örgütlenme ve bilgi yayma amacıyla etkin kullanımı, dijital teknolojilerin yeni bir kamusal alan yaratma potansiyelini gözler önüne sermiştir (Howard & Hussain, 2011). Benzer şekilde, #MeToo hareketi, geleneksel medya tarafından uzun süre görmezden gelinen cinsel taciz ve istismar vakalarının küresel ölçekte görünür olmasına ve toplumsal değişim talebinin doğmasına zemin hazırlamıştır.

Ancak öte yandan, dijital kamusal alanlar, Habermas'ın ideal modelinde öngördüğü iletişimsel rasyonalite ve eleştirel tartışma ortamından önemli ölçüde sapmaktadır. Bunun başlıca sebeplerinden biri, platformların yapısal özelliklerinin algoritmalar, veri sömürüsü ve yankı odaları (echo chambers) iletişimi kısıtlayıcı ve yönlendirici biçimde işlemesidir (Sunstein, 2009; Zuboff, 2019). Örneğin, Facebook'un Haber Kaynağı algoritmaları, kullanıcının önceki beğenilerine ve etkileşimlerine dayalı içerik önererek bir tür "filtre balonu" yaratır. Bu balon içerisinde birey, yalnızca kendi dünya görüşünü pekiştiren bilgi ve yorumlara maruz kalır, karşıt görüşlere erişimi ise sınırlanır. Bunun sonucunda, kamusal tartışma, Habermas'ın hedeflediği gibi ortak akıl üretmeye değil, ideolojik kutuplaşmayı derinleştirmeye hizmet eder. Amerikan toplumundaki sağ ve sol görüşlü gruplar arasındaki derin dijital kutuplaşma, bu sürecin etkili bir örneğidir (Bail et al., 2018). Dahası, dijital platformların ekonomik altyapıları, kamusal alanın işleyişine piyasa mantığını dayatmaktadır. Google, Meta (Facebook, Instagram), TikTok gibi büyük teknoloji şirketlerinin iş modelleri, kullanıcı verilerinin toplanması ve bu verilerin reklamcılara pazarlanması üzerine kuruludur. Böylece kullanıcılar, yalnızca aktif yurttaşlar değil, aynı zamanda izlenen ve veri üreten "tüketici vatandaşlar" haline gelir (Couldry & Mejias, 2019). Bu, iletişimin içeriğini de dönüştürür: Algoritmalar, en fazla etkileşim yaratan dolayısıyla en fazla reklam geliri getiren içerikleri ön plana çıkarır. Sonuç olarak, duygusal, sansasyonel ve çoğunlukla kutuplaştırıcı içerikler, eleştirel ve rasyonel tartışmaların önüne geçer. Bu olgu, Habermas'ın kamusal alan kuramına yönelik temel bir meydan okumadır çünkü iletişim artık kamusal aklın gelişimine değil, platformların kâr amacına hizmet eder hale gelmiştir. Ayrıca, dijital platformlarda iletişim, yalnızca söylem üretimine indirgenemez; bu iletişim biçimi artık algoritmik yapılar ve yazılımlarla şekillenen, dijital performansın bir parçası olmuştur (Dean, 2005). Örneğin, Twitter'da hashtag'ler üzerinden yürütülen kampanyalar, yalnızca bir ifade biçimi değil, aynı zamanda görünürlük, takipçi kazanımı ve algoritmik

yükselme stratejileridir. Dolayısıyla burada söz konusu olan, basit bir “iletişim” değil, dijital kapitalizmin kodlarıyla örülü bir performans alanıdır. Bu performatif iletişim, bireylerin dijital kamusal alandaki konumunu belirleyen yeni bir iktidar mekanizmasına işaret eder. Etkileşim sayılarına göre bireylerin görüşlerinin “değerli” ya da “değersiz” görülmesi, algoritmik normların bir ürünüdür.

Sonuç olarak, Habermas’ın kamusal alan kuramı günümüz dijital toplumunda hâlâ işlevseldir çünkü bize, demokratik iletişimin ideal ölçütünü sunmaya devam eder. Ancak bu idealin pratikte karşılaştığı zorluklar ve dijital çağın yeni yapısal dinamikleri göz önüne alındığında, kuramın yeniden yorumlanması gerekmektedir. Bugünün dijital iletişim ortamı, hem demokratik katılımın önünü açan yeni fırsatlar hem de piyasa mantığı ve algoritmik iktidarın yönlendirdiği tehditler barındırmaktadır. İletişim, artık yalnızca söylem üretiminin değil, aynı zamanda dijital platformların kodları içinde biçimlenen, bireyleri ve toplumları dönüştüren karmaşık bir toplumsal eylem biçimi haline gelmiştir. Bu nedenle, günümüz sosyolojisinin Habermas’ın mirasını yeniden düşünerek, dijital kamusal alanın doğasına ve işleyişine dair eleştirel analizler geliştirmesi kaçınılmazdır.

Normatif Potansiyel ve Eleştirel Yeniden İnşa İmkânı

Habermas’ın iletişimsel rasyonalite ve kamusal akıl ilkeleri, dijital çağda iletişim sosyolojisi açısından hâlâ güçlü bir normatif referans çerçevesi sunmaktadır. Her ne kadar 21. yüzyılın dijital teknolojileri kamusal alanın yapısını ve işleyişini radikal biçimde dönüştürmüş olsa da bu dönüşüm Habermas’ın kuramsal çerçevesinin geçersizleştiği anlamına gelmez. Aksine, dijitalleşme süreci, bu kuramın günümüzün toplumsal koşulları çerçevesinde yeniden ele alınmasını ve eleştirel bir biçimde inşa edilmesini zorunlu kılmaktadır. Habermas’ın yaklaşımı, yalnızca geçmişin analitik bir modeli değil, aynı zamanda gelecekteki demokratik iletişim biçimlerinin kuramsal temelini oluşturma potansiyeli taşıyan dinamik bir zemin olarak değerlendirilebilir. Dijital kamusal alanlar, teorik olarak, demokratik katılımı artırma potansiyeline sahiptir. İnternet teknolojileri sayesinde bireyler, coğrafi, sosyoekonomik ya da kültürel engellere rağmen görüşlerini kamuya sunabilmekte, farklı kimlikler ve toplumsal gruplar seslerini duyurabilmektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan canlı yayınlar, forumlar, çevrimiçi dilekçe kampanyaları ve sivil toplum örgütlerinin dijital ağlar üzerinden yürüttüğü faaliyetler bu potansiyelin somut örnekleridir. Örneğin, Greta Thunberg’in başlattığı Fridays for Future hareketi, dijital ortamda küresel ölçekte yankı bulmuş ve genç kuşakların çevresel adalet taleplerini etkili bir şekilde gündeme taşımasına olanak sağlamıştır.

Ancak bu normatif potansiyel, dijital teknolojilerin eşitsiz erişim koşulları ve kapitalist üretim ilişkilerine bütünleşmiş yapısı nedeniyle büyük ölçüde sınırlandırılmaktadır. Dijital bölünme (digital divide), farklı toplumsal grupların dijital araçlara ve bilgiye erişim düzeylerindeki farklılıkları ifade eder. Bu bölünme sadece teknik altyapı yoksunluğuyla değil, aynı zamanda dijital okuryazarlık düzeyleri, algoritmik önyargılar ve platform temelli denetim mekanizmalarıyla da ilgilidir. Örneğin, büyük teknoloji şirketlerinin reklam algoritmaları, kullanıcıların etnik kökeni, cinsiyeti ya da sosyoekonomik durumlarına göre farklı içerikler sunmakta, böylece kamusal söylemin çeşitlik ilkesini zedelemektedir. Bu durum, Habermas'ın öngördüğü kamusal akıl oluşturma sürecine yönelik ciddi bir tehdit oluşturur. Habermas'ın kuramı, bu tehditler karşısında eleştirel yeniden inşa imkânı sunmaktadır. Zira onun iletişimsel eylem kuramı, yalnızca var olanı açıklamakla kalmaz, aynı zamanda olması gerekeni de tarif eder. Bu yönüyle Habermas, bir normatif ideal ortaya koyar: iletişimin ancak güç ilişkilerinden arınmış, simetrik koşullar altında, katılımcıların karşılıklı anlayış üretmeye yönelik niyet taşıdığı durumlarda kamusal akıl üretebileceği görüşü. Bu ideal, dijital çağda bir tür ölçüt (benchmark) işlevi görebilir. Örneğin dijital platformların tasarımında “diyalogsal etkileşim”i teşvik eden yapılar oluşturulması; algoritmik karar alma süreçlerinin şeffaf ve hesap verebilir hale getirilmesi; dezenformasyona karşı kolektif denetim mekanizmalarının geliştirilmesi gibi uygulamalar, bu normatif çerçevenin dijital ortama uyarlanabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, günümüz iletişimi yalnızca teknik bir süreç değil; aynı zamanda ideolojik ve politik bir mücadele alanıdır. Habermas'ın ilk dönem çalışmalarında fiziksel mekânlarla sınırlı tuttuğu kamusal alan, artık sayısallaştırılmış veri akışları, sosyal ağ haritaları ve yapay zekâ sistemleri aracılığıyla şekillenmektedir. Nancy Fraser ve Chantal Mouffe gibi eleştirel kuramcıların da işaret ettiği gibi, günümüzde kamusal alan, tekil ve homojen değil; çok katmanlı, çok merkezli ve çatışmalı bir yapıya sahiptir. Bu durum, kamusal alanı aynı zamanda toplumsal mücadelelerin ve karşı-hegemonik söylemlerin sahnesi haline getirir. Örneğin Black Lives Matter hareketi, dijital platformlarda örgütlenerek yalnızca polis şiddetine değil, aynı zamanda tarihsel ve sistematik ırkçılığa karşı alternatif bir kamusal söylem inşa etmiştir. Bu bağlamda iletişim, sadece bilgi aktarma değil; toplumsal dönüşüm yaratma kapasitesine sahip politik bir eylem biçimi haline gelir.

Papacharissi (2010), dijital çağda kamusal alanın “ağ yapısı” ve “kişiselleştirilmiş” formlar kazandığını, bu alanlarda bireysel öznelliklerin ve kimliklerin görünürlük kazandığını belirtir. Bu durum, bir yandan kamusal alanın çoğulcu yapısını güçlendirirken, diğer yandan bireysel söylemlerin kolektif eyleme dönüşmesinde zorluklar yaratır. Dolayısıyla Habermas'ın

iletişimsel rasyonalite modeli, bu yeni gerçeklikler doğrultusunda yeniden yorumlanmalı, katı bir uzlaşma idealine dayanmaktan ziyade, çoğulcu ve eleştirel bir çerçeveye oturtulmalıdır.

Sonuç olarak, Habermas'ın iletişimsel rasyonalite ve kamusal akıl ilkesi, dijital çağda hem bir eleştiri aracı hem de alternatif bir toplumsal örgütlenme vizyonu olarak değerini korumaktadır. Dijital kamusal alanların demokratik potansiyelini ortaya çıkarmak, ancak bu ilkelerin rehberliğinde, teknolojik altyapıların demokratikleştirilmesi ve eşitsizliklerin giderilmesiyle mümkün olacaktır. Bu nedenle Habermas'ın kuramı, sadece geçmişe ağıt değil, geleceğe yönelik eleştirel bir inşaa projesidir.

Eleştirel Kuram ve İletişim Biçimleri: Kültür Endüstrisinden Algi İktidarına

Eleştirel kuram, iletişim olgusunu salt teknik ya da simgesel bir süreç olarak değil, aynı zamanda ideolojik, yapısal ve tarihsel olarak belirlenmiş bir iktidar ilişkisi olarak ele alır. Bu yaklaşım, iletişimin egemen söylemleri yeniden üreten, kültürel normları içselleştiren ve toplumsal eşitsizlikleri görünmez kılan yapısını açığa çıkarmayı hedefler. Frankfurt Okulu'nun 20. yüzyıl başındaki katkılarıyla temellenen eleştirel kuram, özellikle kitle iletişim araçlarının kültürel üretimi nasıl yönlendirdiğini ve bireyleri nasıl pasifleştirdiğini ortaya koyarak iletişim sosyolojisinde radikal bir dönüşüm yaratmıştır (Horkheimer & Adorno, 1947/2002). Adorno ve Horkheimer (2002), kültür endüstrisi kavramıyla, modern kapitalist toplumda kültürel ürünlerin standartlaştırılarak metalaştırıldığını ve bu sürecin bireyleri özgün düşünce ve eleştiriden uzaklaştırarak tüketici kimliğine indirgediğini ileri sürer. Kitle iletişim araçları, bu bağlamda yalnızca eğlence sunmaz; aynı zamanda mevcut iktidar yapılarını içselleştiren, eleştirisiz bir toplum yaratır. İletişim burada hem araçtır hem de ideolojinin taşıyıcısıdır. Marcuse (1964) ise bu durumu "tek boyutlu insan" kavramı ile açıklar. Ona göre modern birey, medya tarafından şekillendirilen ihtiyaçlar ve imgeler yoluyla sistemin rızasını üretir. Bu, iletişimsel eylemin öznel bir anlam üretim süreci olmaktan çıkıp, sistemin kendini yeniden üretmesine hizmet eden bir düzeneğe dönüşmesi anlamına gelir. Dolayısıyla iletişim, burada bir tahakküm teknolojisidir.

İdeoloji, Rıza ve Hegemonya: Gramsci ve Hall'un Eleştirel İletişim Kuramına Katkıları

İletişim sosyolojisi alanında ideoloji, rıza ve hegemonya kavramları, toplumsal düzenin ve iktidar ilişkilerinin sürdürülebilirliğini anlamak açısından merkezi önemdedir. Bu bağlamda Antonio Gramsci'nin hegemonya kuramı,

eleştirel kuramın temel taşlarından biri olarak, iletişim süreçlerinin toplumsal yapıdaki rolünü anlamamıza önemli katkılar sunar. Gramsci (1971), klasik Marksist yaklaşımın ekonomik determinizmini aşarak, egemen sınıfların salt zor aygıtlarıyla değil, kültürel rıza yoluyla toplum üzerinde hâkimiyet kurduğunu ileri sürer. Bu rızanın üretildiği temel alan ise, ideolojik aygıtlar olarak işleyen medya, eğitim sistemi, din kurumları ve kültürel pratiklerdir. Dolayısıyla hegemonya, yalnızca baskının değil, gönüllü kabullenişin de örgütlenme biçimidir. Bu perspektiften bakıldığında medya, yalnızca tarafsız bilgi aktaran bir araç değil; aynı zamanda belirli dünya görüşlerini, değerleri ve normları yaygınlaştıran ve böylece toplumsal düzenin “doğal” ve “kaçınılmaz” olduğu algısını güçlendiren ideolojik bir araçtır. Örneğin, neoliberal ekonomik politikaların medya yoluyla sürekli “piyasa mantığının en verimli sistem olduğu” yönünde sunulması, geniş halk kitlelerinin bu ideolojiyi sorgulamaksızın içselleştirmesine yol açar. Böylelikle toplumsal eşitsizlikler ve yapısal sorunlar görünmez hale gelir ya da meşru bir biçimde sunulur.

Gramsci’nin hegemonya kuramını daha da geliştiren ve dinamik bir yorum getiren çalışmalardan biri ise Stuart Hall’un (1980) kodlama-kod açma (encoding/decoding) modelidir. Hall, medyanın ilettiği mesajların tek anlamlı ve doğrudan alınılan içerikler olmadığını; izleyicilerin bu mesajları kendi toplumsal konumları, deneyimleri ve kültürel bağlamları doğrultusunda anlamlandırıdığını ileri sürer. Ona göre medya içerikleri, egemen ideolojiyi yeniden üretme amacı taşısa da izleyici bu içerikleri tamamen içselleştirmek zorunda değildir. Bunun yerine, üç temel alımlama pozisyonu söz konusudur:

1. Egemen/uyumlu okuma- İzleyici, medya mesajını gönderenin niyeti doğrultusunda kabul eder ve hegemonik ideolojiyi içselleştirir.
2. Müzakereci okuma- İzleyici bazı yönleri kabul ederken, diğer yönlere eleştirel yaklaşır ve kendi bağlamına göre anlamlandırır.
3. Dirençli/oppozisyonel okuma- İzleyici, hegemonik anlamı reddeder ve kendi alternatif anlamını üretir.

Bu model, iletişimin yalnızca ideolojik tahakkümün pasif bir taşıyıcısı olmadığını, aynı zamanda bireylerin aktif anlam üretimi ve direniş sahasına dönüşebileceğini gösterir. Örneğin, ana akım haber medyasında göçmenler genellikle “tehdit unsuru” olarak temsil edilse de bu söyleme karşı sosyal medyada geliştirilen alternatif anlatılar, dayanışma hareketleri ve karşı-kamusal alanlar oluşturularak hegemonik söylemin etkisi kırılabilir. #RefugeesWelcome gibi küresel çapta yayılan sosyal medya kampanyaları, bunun güncel örneklerinden biridir.

Benzer şekilde, popüler kültür ürünleri de hegemonya üretiminin ve direnişin çelişkili alanlarını temsil eder. Örneğin, Disney filmleri ya da Netflix dizileri, geleneksel cinsiyet rollerini yeniden üretirken aynı zamanda izleyici kitleleri tarafından alternatif okumalara da tabi tutulabilir. Feminist ya da queer eleştiriler bu içeriklerdeki normatif cinsiyet anlatılarına direnç geliştirerek yeni anlamlar inşa edebilir. Bu da gösteriyor ki hegemonya, sabit ve yekpare bir yapı değil, sürekli yeniden inşa edilen ve mücadele edilen bir süreçtir.

Dolayısıyla, Gramsci'nin hegemonya kavramı ve Hall'un aktif izleyici yaklaşımı, günümüzün dijital ve küreselleşmiş medya ortamında daha da önem kazanmaktadır. Algoritmaların gündem belirlediği, içeriklerin kişiselleştirildiği ve kullanıcı verilerinin ekonomik meta haline getirildiği bu dönemde, hegemonik rıza üretimi çok daha rafine ve yaygın bir şekilde yürütülmektedir. Aynı zamanda bireyler ve toplumsal hareketler, bu hegemonik düzenin içine sızarak karşı-hegemonik anlatılar geliştirme ve alternatif kamusal alanlar inşa etme olanağı da bulmaktadır. Black Lives Matter, #MeToo ya da Gezi Direnişi gibi hareketlerin dijital medyada alternatif anlatılar oluşturması, bu sürecin günümüz somut örnekleridir.

Sonuç olarak, Gramsci'nin hegemonya ve rıza kuramı ile Hall'un kodlama-kod açma modeli, iletişim sosyolojisinin ideoloji ve güç ilişkilerini anlamadaki temel dayanakları olmayı sürdürmektedir. Bu kuramsal yaklaşımlar, iletişimin yalnızca bilgi alışverişi değil, aynı zamanda toplumsal anlam ve iktidar üretiminin merkezî bir sahnesi olduğunu açıkça ortaya koyar. Ayrıca, bu sahnenin hem hegemonik yeniden üretim hem de eleştirel direniş için dinamik bir alan olduğunu vurgular. Dijital çağın karmaşık iletişim ortamında, bu yaklaşımların güncellenmiş biçimleriyle yeniden değerlendirilmesi, eleştirel medya okuryazarlığı ve demokratik kamusal alanların inşası için vazgeçilmezdir.

Yeni Medya ve Algı Ekonomileri: Eleştirel Kuramın Güncellenmesi

Dijital iletişim ortamlarının yaygınlaşması, eleştirel kuramın temel kavramlarının ve öncüllerinin yeniden ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. 20. yüzyılın ortalarında Adorno ve Horkheimer'in *kültür endüstrisi* eleştirisi, kitlesel medyanın bireyleri edilgen tüketicilere dönüştürdüğünü, kültürün meta biçiminde yeniden üretildiğini ve bu sürecin toplumsal eleştiriye zayıflatıldığını ileri sürüyordu. Ancak günümüzün dijital iletişim dünyasında bireyler yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi, veri sağlayıcısı ve gözetlenen özne hâline gelmiştir (Fuchs, 2014). Bu durum, kültür endüstrisinin dijitalleşmiş, daha rafine ve daha içkin bir biçimini

oluşturur. Bugünün platform ekonomisi, bireylerin gündelik etkinliklerinin her anını ekonomik değere dönüştüren bir yapı sunar. Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlar, gönderilen mesajlar, beğeniler, konum verileri ve hatta dikkat süreleri bile algoritmik olarak işlenip, ekonomik değeri olan veriler hâline getirilir. Kullanıcılar, görünürde “ücretsiz” olarak sundukları veriler karşılığında hizmet alırken, gerçekte bu verilerden devasa bir ekonomik değer yaratılır. Zuboff’un (2019) tanımladığı *gözetim kapitalizmi* modeli bu sürecin temel açıklamalarından biridir. Bu modelde platformlar yalnızca mevcut davranışları takip etmekle kalmaz, aynı zamanda gelecekteki davranışları da öngörmeye ve şekillendirmeye çalışır. Jonathan Crary (2013), bu dinamiği “24/7 kapitalizm” kavramıyla açıklar. Dijital çağda iletişim ve üretim süreçleri, zamanın doğal sınırlarını aşar. Uyku, dinlenme ve dikkat gibi daha önce ekonomik süreçlerin dışında kalan alanlar da sermaye birikimi için araçsallaştırılır. Örneğin, bireylerin gece geç saatlere kadar mobil cihazlar üzerinden içerik tüketmesi, dijital reklamcılık ve veri toplama süreçlerini kesintisiz hâle getirir. Bu model, kapitalizmin genişleme mantığını daha da derinleştirerek, bireysel özne üzerindeki zaman, dikkat ve algı sömürsünü yoğunlaştırır. Bu bağlamda, dijital iletişim yalnızca yeni bir teknik araç değil; aynı zamanda neoliberal sistemin ideolojik ve ekonomik mantığını yeniden üreten bir ortam hâline gelmiştir. Kullanıcıların sürekli bağlı, erişilebilir ve uyarılmaya açık olması, bireysel farkındalık ve eleştirel düşünme kapasitesini zayıflatma riski taşır. Sosyal medya akışlarının sürekli yenilenmesi, algoritmaların dikkat çekici içerikleri öne çıkarma biçimleri ve bildirimlerin tasarımı, bireyin sürekli tetikte ve zihinsel olarak meşgul kalmasını sağlar. Bunun sonucu olarak, *dikkat ekonomisi* (attention economy) yeni bir sömürü biçimi olarak ortaya çıkar (Williams, 2018). Bu süreç, eleştirel kuramın klasik varsayımlarının yeniden gözden geçirilmesini gerektirir. Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisinin standartlaşmış ve homojenleştirilmiş içerikler yoluyla bireysel özerkliği bastırdığını savunuyordu. Günümüzde ise bu süreç daha karmaşık bir hâl almıştır: Kullanıcıya kişiselleştirilmiş içerikler sunulmakta, bireysel tercihler ve davranışlar veri yoluyla sürekli izlenmektedir. Ancak bu kişiselleştirme, bireyin özerkliğini güçlendirmek yerine, algoritmik manipülasyon ve ticari yönlendirme için kullanılmaktadır. Örneğin, Netflix’in ya da YouTube’un öneri sistemleri, kullanıcının ilgi alanlarını beslerken aynı zamanda belirli türde içeriklere yönlendirerek tüketim kalıplarını şekillendirir. Bununla birlikte, bu yapı tamamen tek yönlü bir tahakküm ilişkisi olarak da görülmemelidir. Kullanıcılar, dijital platformlarda kimi zaman hegemonik söylemleri yeniden üretirken, kimi zaman da bu söylemlere direnç gösteren, alternatif anlatılar ve karşı-kamusal alanlar oluşturma imkânı bulmaktadırlar. Black Lives Matter, #MeToo

veya Fridays for Future gibi hareketlerin dijital medyada küresel görünürlük kazanması, platform ekonomisinin çelişkili doğasını gözler önüne serer. Öte yandan, bu hareketlerin de algoritmik sansür, platform politikaları ve veri sömürüsü gibi engellerle karşı karşıya kalması, dijital kamusal alanın özgürlük ve kontrol arasındaki gerilimli yapısını ortaya koyar.

Sonuç olarak, yeni medya ve dijital iletişim ortamları, eleştirel kuramın kavramlarını yeniden inşa etmeyi ve güncellemeyi zorunlu kılmaktadır. İdeoloji, kültür endüstrisi ve hegemonya kavramları, gözetim kapitalizmi, dikkat ekonomisi ve 24/7 kapitalizm bağlamında yeniden düşünülmelidir. Bu güncellenmiş perspektif, dijital çağın karmaşık güç ve iktidar ilişkilerini anlamak ve dönüştürmek için hayati önem taşımaktadır.

İletişim Biçimleri ve Direniş Olasılıkları

Eleştirel kuramın en güçlü katkılarından biri, iletişimin yalnızca ideolojik tahakkümün ve hegemonik yapıların yeniden üretildiği bir araç değil, aynı zamanda direnişin, karşı-hegemonik pratiklerin ve alternatif anlam üretiminin de mecrası olabileceğini göstermesidir. Bu bakış açısı, özellikle günümüzün dijital çağında daha da önem kazanmaktadır. Zira dijital teknolojiler, her ne kadar küresel kapitalizmin çıkarlarına hizmet eden denetim ve sömürü mekanizmalarıyla iç içe olsa da aynı zamanda bu sistemlere karşı yeni mücadele biçimlerinin de doğmasına zemin hazırlamaktadır. Alternatif medya, bu bağlamda temel bir örnek teşkil eder. Peter Downing'in (2001) ortaya koyduğu gibi, alternatif medya yapıları örneğin bağımsız haber siteleri, topluluk radyoları, sosyal medya aktivist ağları egemen medya söylemlerine karşı farklı bilgi akışları oluşturabilir. Bu tür medya pratikleri, marjinalize edilen toplulukların sesini duyurmasına, baskıcı rejimlerin sansürünü delmesine ve küresel dayanışma ağlarının inşa edilmesine olanak tanır. Örneğin, Arap Baharı sürecinde Tunus ve Mısır'daki genç aktivistlerin sosyal medya üzerinden örgütlenerek kitlesel gösteriler başlatmaları, iletişimin karşı-hegemonik potansiyelini açıkça göstermiştir. Benzer biçimde, sosyal hareketlerin dijital stratejileri günümüzde daha sofistike hâle gelmiştir. Feminist hareketin #MeToo kampanyası ya da Black Lives Matter hareketinin küresel çapta örgütlenmesi, sosyal medya platformlarının, alternatif anlatıların hızla yayılması ve görünürlük kazanması için nasıl kullanılabileceğine dair çarpıcı örnekler sunar. Bu tür dijital kampanyalar, sadece sembolik bir temsil üretmekle kalmaz, aynı zamanda politika değişimlerini tetikleyebilecek kamusal baskı da yaratır. Mizah ve sanatın muhalif biçimleri de direniş olanakları içinde önemli bir yere sahiptir. Politik karikatürler, hiciv dolu videolar, sokak sanatı ya da dijital meme kültürü, egemen ideolojileri sorgulayan ve alternatif düşünme biçimlerini teşvik eden

güçlü araçlardır. Bu tür estetik ve yaratıcı iletişim biçimleri, özellikle baskıcı ortamların hâkim olduğu toplumlarda dolaylı ve dolayısıyla daha güvenli bir direniş dili yaratır. Örneğin, Çin'deki gençler arasında popüler olan sansürden kaçan ironik internet paylaşımları, resmi anlatılara karşı ince fakat etkili bir muhalif söylem üretir. Bu bağlamda, iletişim biçimleri, yalnızca mevcut düzenin yeniden üretilmesini sağlayan yapılar değil, aynı zamanda bu düzeni sorgulayan, dönüştüren ve hatta yıkan potansiyeller de taşır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta, bu potansiyelin her zaman otomatik olarak açığa çıkmadığıdır. Dijital platformların algoritmik yapıları, ticari mantıkları ve devlet denetimleri, alternatif ve direnişçi söylemleri de zaman zaman sınırlamakta veya görünmez hâle getirmektedir. Bu nedenle, karşı-hegemonik iletişim stratejilerinin başarısı, yalnızca teknolojik araçlara değil, aynı zamanda örgütlü kolektif eylem biçimlerine ve eleştirel medya okuryazarlığının yaygınlaşmasına da bağlıdır. Sonuç olarak, günümüz iletişim ortamı çift yönlü bir karakter sergiler: Bir yandan hegemonik ideolojilerin, tüketim kültürünün ve neoliberal değerlerin yeniden üretildiği bir mecra olarak işlerken, diğer yandan da yeni toplumsal hareketlerin, alternatif kimliklerin ve özgürleştirici pratiklerin inşa edilebildiği bir direniş alanı sunar. Bu ikili yapı, eleştirel kuramın güncellenmiş yorumlarında daha fazla dikkate alınmalı ve iletişim çalışmalarında daha dinamik, çok katmanlı analizlere yönelinmelidir.

Yapısalcılık, Post-Yapısalcılık ve Söylem Kuramları: Anlamın Sosyolojik Kodları

İletişim, yalnızca bilgi veya mesajların aktarım süreci olarak değil; aynı zamanda anlam üretiminin, kimlik inşasının ve toplumsal gerçekliğin inşa edilmesinin temel araçlarından biri olarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle iletişimi sosyolojik bir çerçevede ele almak, onun hangi toplumsal ve kültürel yapılar içinde üretildiğini, nasıl düzenlendiğini ve hangi iktidar ilişkileri aracılığıyla dolaşıma sokulduğunu anlamayı gerektirir. Bu noktada yapısalcı ve post-yapısalcı kuramsal yaklaşımlar, iletişimi yalnızca teknik bir süreç değil, anlamın inşa edildiği karmaşık ve ideolojik bir alan olarak görmemizi sağlar. Yapısalcılık, dilin ve kültürel göstergelerin belirli yapılar aracılığıyla anlam kazandığını ileri sürer. Ferdinand de Saussure'ün dil kuramı, anlamın sabit ve bireysel bir özellik olmadığını, aksine göstergelerin (signifier) ve gösterilenlerin (signified) belirli toplumsal yapı ve kurallar içinde bir araya gelerek anlam oluşturduğunu göstermiştir. Claude Lévi-Strauss'un antropolojik yapısalcılığı da kültürel anlatıların ve mitlerin, toplumsal düzenin temel yapı taşları olduğunu vurgular. Bu çerçeveden bakıldığında, iletişim süreçleri toplumsal normları, değerleri ve anlam kalıplarını yeniden

üretmenin en önemli araçlarından biridir. Post-yapısalcı kuramcılar ise, yapısalcılığın anlamı sabit yapılar içinde dondurduğunu eleştirerek, anlamın sürekli olarak müzakereye açık, kaygan ve çok anlamlı olduğunu ileri sürerler. Roland Barthes, Jacques Derrida ve Michel Foucault gibi düşünürler, anlamın her zaman bağlamdan, tarihsel koşullardan ve iktidar ilişkilerinden etkilendiğini göstermiştir. Özellikle Foucault'nun söylem kuramı, bilgi ve iktidar ilişkileri arasındaki bağı açığa çıkarır: Hangi söylemlerin meşru bilgi olarak kabul edildiği, hangi konuların konuşulabilir ya da konuşulamaz olduğu, toplumdaki iktidar yapılarını yeniden üretir. Bu yaklaşıma göre iletişim, nötr veya tarafsız bir süreç değil, ideolojik olarak yüklü bir pratik olarak değerlendirilmelidir.

Söylem kuramları bu anlamda, iletişim süreçlerinin arkasında yatan güç yapılarını ve ideolojik kodları çözümlemek için güçlü araçlar sunar. Örneğin, medya söylemleri yalnızca haber aktarmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal normları pekiştirir, belirli kimlikleri meşrulaştırır veya marjinalize eder. Göçmenlerin medya temsilleri, toplumsal cinsiyet rollerine dair söylemler ya da milliyetçilik imgeleri, bu dinamiklerin açık göstergeleri olarak düşünülebilir. Dolayısıyla, yapısalcı ve post-yapısalcı perspektifler sayesinde iletişim, yalnızca bir teknik aktarım süreci değil; toplumsal gerçekliğin ve anlam dünyasının dinamik ve sürekli yeniden inşa edilen bir boyutu olarak görülür. Bu yaklaşım, iletişim çalışmalarının eleştirel ve sosyolojik yönünü derinleştirir ve medya, dil ve kültür analizlerinde daha katmanlı bir okuma yapılmasına olanak tanır.

Dilsel Yapılar ve Anlamın Kodlanması: Yapısalcı Perspektif

Ferdinand de Saussure'ün (1916/1983) geliştirdiği dil kuramı, yapısalcı yaklaşımın temel taşlarından biridir ve modern iletişim çalışmalarının da kuramsal zeminini oluşturur. Saussure, dili yalnızca bireylerin düşüncelerini ifade ettiği bir araç olarak değil, toplumsal bir yapı ve göstergeler (signs) sistemi olarak tanımlar. Her gösterge, iki temel bileşenden oluşur: gösteren (signifier), yani ses, kelime veya işaretin fiziksel biçimi ve gösterilen (signified), yani bu işaretin temsil ettiği kavram. Saussure'ün en çarpıcı tespiti, bu iki unsur arasındaki ilişkinin doğrudan veya doğal değil, keyfi (arbitrary) olduğudur. Yani, herhangi bir sözcüğün belirli bir kavramla ilişkilendirilmesi, toplumsal bir uzlaşmanın ürünüdür ve dilin işleyişi bu yapısal düzenden kaynaklanır. Bu yaklaşım, anlamın bireysel niyete veya öznel yoruma indirgenemeyeceğini, aksine dilsel sistemin (langue) kuralları ve yapısı içinde konumlandığını ileri sürer. Bireyler bu yapının (yani dilin) içine doğar ve iletişim süreçleri, bu yapının sunduğu sınırlı ve yapılandırılmış olanaklar çerçevesinde gerçekleşir. Bu bağlamda, iletişimin sosyolojik analizi,

bireysel iradeden ziyade dilsel ve kültürel yapıların anlamı nasıl ürettiğine ve sınırladığına odaklanır. Claude Lévi-Strauss (1963), Saussure’un bu dilsel yapılar teorisini kültürel analiz alanına taşımış ve tüm toplumsal yaşamı, çözümlenebilir bir “metin” olarak görmüştür. Ona göre, mitler, akrabalık sistemleri, yemek kültürü ve toplumsal ritüeller gibi unsurlar da dil gibi işleyen yapılarla örülüdür. Bu yapılar, görünüşte çeşitlilik gösterse de temel karşıtlıklar (binary oppositions) üzerine kuruludur: doğa/kültür, erkek/kadın, hayat/ölüm gibi temel kavramsal ikilikler, toplumsal anlam üretiminin çekirdeğini oluşturur.

Lévi-Strauss’un bu yaklaşımı, iletişim süreçlerinin yalnızca açık ve rasyonel bilgi aktarımı değil, daha derin kültürel anlam katmanlarının ve ideolojik kodların dolaşıma sokulduğu bir alan olduğunu gösterir. Örneğin, bir toplumda evlilik ritüelleri yalnızca iki bireyin birleşimini değil; aynı zamanda aileler arası ittifakları, toplumsal hiyerarşileri ve kültürel değerleri simgeler. Benzer şekilde, medya metinleri örneğin filmler, haberler ya da reklâmlar yalnızca bilgi sunmakla kalmaz, toplumsal cinsiyet rolleri, ulusal kimlik veya sınıf farklılıkları gibi ideolojik yapıları da yeniden üretir. Bu yapısalcı perspektif, iletişim çalışmalarında anlamın nasıl “kodlandığını” ve bu kodların hangi kültürel ve toplumsal yapıların ürünü olduğunu çözümlemek için güçlü bir kuramsal araç sağlar. Ayrıca, bireylerin anlamı yalnızca tüketen pasif alıcılar olmadığını, ama içinde bulundukları yapının sunduğu anlam kodları çerçevesinde düşüncelerini ve kimliklerini kurdıklarını gösterir. Sonuç olarak, yapısalcı yaklaşım, iletişimin toplumsal bağlamını ve anlam üretim sürecini açıklamada temel bir paradigma sunar. İletişim, bireylerin özgürce anlam yarattıkları bir alan olmaktan çok, dilsel ve kültürel yapıların sınırladığı, yönlendirdiği ve şekillendirdiği bir süreç olarak değerlendirilir. Bu bakış açısı, günümüz medya ve kültür çalışmalarına hâlâ güçlü kuramsal katkılar sağlamaktadır.

Anlamın Kayganlığı: Post-Yapısalcılığın Müdahalesi

Geleneksel yapısalcı düşünce, dilin ve iletişimin sabit, kesin ve evrensel anlamlar taşıdığını varsayar. Ancak Jacques Derrida (1978), bu anlayışı temelden sorgulayarak “anlamın ertelenmesi” (différance) kavramını ortaya koymuştur. Derrida’ya göre, hiçbir sözcük ya da iletişimsel öge kendi başına kesin bir anlam içermez; anlam, sürekli başka göstergelere gönderilen ve erteleyen bir zincirin parçasıdır. Bu durum, iletişimde mutlak doğruluk ya da evrensel anlamların imkânsızlığını gösterir. Derrida’nın post-yapısalcılık kapsamında geliştirdiği “différance” kavramı, anlamın hem “fark” yaratılarak hem de “ertelenerek” oluştuğunu vurgular. Bir sözcüğün anlamı, diğer sözcüklerle arasındaki farklara dayanır ve bu anlam zincirinde sürekli başka

sözcüklere yönlendirilir. Böylece anlam, sabit değil, hareketli ve sürekli değişkendir. Örneğin “adalet” kavramı, farklı sosyal ve tarihsel bağlamlarda farklı anlamlar kazanır ve tek bir kesin tanıma indirgenemez.

Post-yapısalcı yaklaşım, iletişimi tek yönlü bir bilgi aktarımı olarak değil, çoklu, belirsiz ve çatışmalı anlamların üretildiği bir alan olarak görür. Bu perspektif, özellikle medya söylemi ve politik dil analizinde kritik bir kavrayış sağlar. Bir haber başlığı, sosyal medya paylaşımı ya da reklam görseli, sabit bir anlam taşımak yerine, izleyicinin sosyal konumu, deneyimi ve bağlamsal ilişkilerine göre farklı yorumlanır. Bu da iletişim sürecinin, sabit anlamların iletilmediği bir süreç olmaktan çıkarak, anlamın müzakere edildiği, kurulduğu ve dönüştürüldüğü bir güç alanı haline gelmesini sağlar (Barthes, 1972). Roland Barthes, post-yapısalcı düşüncenin diğer önemli figürlerinden biridir. Barthes, “Yazarın Ölümü” (1972) kavramıyla, bir metnin anlamının yazara bağlı olmadığını, okurun yorumları ve bağlamsal koşullar doğrultusunda şekillendiğini savunur. Bu görüş, anlamın tekil ve sabit değil, çoklu ve değişken olduğunu güçlendirir.

Örneğin, aynı siyasi slogan farklı toplumsal gruplar tarafından farklı algılanabilir; bir kesim için umut ve değişim çağrısı iken, başka bir kesim için tehdit algısı yaratabilir. Böylece anlam, sabit ve evrensel değil, sosyal güç ilişkileri içinde yeniden tanımlanır.

Sosyal Medya: Bir Twitter mesajı, kullanıcıların politik ve kültürel arka planlarına göre değişik anlamlar kazanır. Mizahi olarak atılan bir tweet bazıları için eleştirel ve eğlenceli olabilirken, başkaları tarafından yanlış ve saldırgan yorumlanabilir.

Medya Haberleri: Aynı olay farklı haber kaynaklarında farklı kelimelerle sunulur ve okuyucunun algısı bu dil tercihlerine bağlı olarak değişir. Mesela bir protesto “özgürlük mücadelesi” olarak ya da “kargaşa” olarak tanımlanabilir.

1. **Anlamın Dinamikliği:** Anlam, dilsel işaretlerin sabit bir karşılığı değil, bağlama, alıcıya ve sosyal konuma göre sürekli kayganlaşan ve değişen bir süreçtir.
2. **Güç İlişkilerinin Rolü:** Hangi anlamların öne çıkacağı, hangi anlamların dışlanacağı sosyal ve politik güç dengeleri tarafından belirlenir.
3. **İletişimde Anlam Müzakeresi:** İletişim, anlamların üretildiği, tartışıldığı ve dönüştüğü bir etkileşim alanıdır; tek yönlü bilgi aktarımı değildir.

4. Çoklu Anlamların Demokratik Potansiyeli: Çoklu yorumlama olanakları toplumsal tartışmayı zenginleştirirken, aynı zamanda çatışma ve kutuplaşmaları da derinleştirebilir.

Post-yapısalcılık, anlamın kesinlikten uzak, bağlam ve sosyal koşullara bağlı olarak kaygan ve çok katmanlı olduğunu ortaya koyar. Jacques Derrida'nın "fark" ve "anlamın ertelenmesi" kavramları ile Roland Barthes'ın "yazarın ölümü" düşüncesi, anlamı sabit ve mutlak değil, sürekli değişen ve müzakere edilen bir olgu olarak anlamamıza olanak sağlar. Bu bakış, günümüz medya ve iletişim dünyasında farklı yorumların neden ortaya çıktığını ve iletişimin güç ilişkileriyle nasıl iç içe geçtiğini anlamada temel bir çerçeve sunar.

Söylem ve İktidar: Foucault'nun Müdahalesi

Michel Foucault (1972), modern toplumsal bilimlerde post-yapısalcı bir dönüşümün öncülerinden biri olarak, anlamın, bilginin ve öznenin üretiminde iktidarın belirleyici rolünü ortaya koymuştur. Foucault'ya göre söylem, yalnızca dilsel ifadeler dizisi değil; bilgi üretimiyle, iktidarın dağılımıyla ve özne konumlarının kurulmasıyla doğrudan bağlantılı toplumsal bir pratiktir. Söylemler, belirli dönemlerde hangi konuların konuşulabilir olduğunu, hangi bilgilerin meşru sayıldığını ve kimin konuşma yetkisine sahip olduğunu belirleyen yapısal çerçeveleri oluşturur.

Bu bağlamda Foucault'nun en önemli katkılarından biri, iletişimi ve söylemi nötr ya da şeffaf araçlar olarak değil, iktidarın işlediği ve toplumsal gerçekliği yapılandırdığı mekanizmalar olarak kavramsallaştırmasıdır. Örneğin, sağlık söylemi yalnızca hastalıklar hakkında bilgi sunmaz; bedenin nasıl izlenmesi, sınıflandırılması ve yönetilmesi gerektiğine dair normatif bir düzen üretir. Aynı şekilde, suç söylemi yalnızca adli vakaların aktarımı değil, suçluluk ve normalite arasındaki sınırların çizilmesidir; kimlerin "tehlikeli" ya da "ıslah edilebilir" olarak kategorize edileceğine ilişkin toplumsal anlamlar yaratır.

Foucault'nun çalışmaları, özellikle modern kurumların (hapishane, hastane, okul gibi) iktidar üretme biçimlerini analiz ederken söylemin merkezi rolünü açığa çıkarmıştır. *Disiplin ve Ceza* (1977) adlı eserinde Foucault, modern iktidarın artık yalnızca baskıcı ya da yasaklayıcı yollarla değil, bireylerin zihinlerine ve bedenlerine nüfuz eden "mikro-iktidarlar" yoluyla işlediğini göstermiştir. Bu mikro-iktidarların en güçlü araçlarından biri söylemdir; çünkü insanlar belirli bilgi kalıplarını ve dilsel yapılandırmaları içselleştirir ve kendi kimliklerini bu çerçevede inşa ederler. Bu perspektiften bakıldığında iletişim ve medya pratikleri de yalnızca bilgi yayma araçları değil, belirli iktidar ilişkilerinin yeniden üretildiği ve toplumsal özneleşme

süreçlerinin yürütüldüğü alanlardır. Örneğin, medyada cinsellik üzerine üretilen söylemler, yalnızca cinselliğin temsil biçimlerini değil, normatif cinsellik anlayışını da kurar; kimlerin “normal”, kimlerin “sapma” olarak görüleceğini belirler. Aynı şekilde eğitim söylemleri, bilgi aktarımı kılıfı altında, belirli değerleri ve normları bireylere aktarır ve onları disipline eder.

Foucault’nun söylem analizi yaklaşımı, aynı zamanda söylemin tarihsel ve bağlamsal doğasına da vurgu yapar. Her dönem kendi bilgi-iktidar rejimini üretir; dolayısıyla belirli bir dönemde egemen olan söylemler, tarihsel koşulların ve iktidar yapılaşmalarının ürünüdür. Bu bakış açısı, iletişimi zamansız ve evrensel kuralların değil, tarihsel olarak değişen ve mücadeleye açık bir alan olarak değerlendirmeyi mümkün kılar. Dijital çağda Foucault’nun bu yaklaşımı daha da günceldir. Algoritmaların, platform politikalarının ve büyük veri kullanımının belirlediği dijital söylemler; kullanıcıların hangi içeriklere ulaşabileceğini, hangi kimliklerin meşru kabul edileceğini ve hangi konuların görünür ya da görünmez olacağını belirler. Sosyal medya platformlarında algoritmik filtreler, yalnızca bilgi akışını düzenlemez; aynı zamanda toplumsal normları ve kamusal söylem sınırlarını da inşa eder. Bu da Foucault’nun öne çıkardığı söylemin iktidar üretici doğasının dijital bağlamda yeni biçimlere büründüğünü gösterir.

Sonuç olarak, Foucault’nun söylem ve iktidar çözümlemesi, iletişim sosyolojisine yalnızca anlam üretiminin dinamiklerini değil, bu anlamların iktidar ilişkileriyle nasıl örüldüğünü de kavrama olanağı sunar. Söylem, toplumsal gerçekliği pasif biçimde yansıtan değil, onu aktif olarak kuran ve dönüştüren bir güç alanıdır.

Söylem Analizi ve Güncel Medya Pratikleri

Norman Fairclough (1992) ve Teun van Dijk (1998) gibi çağdaş söylem kuramcıları, medyada üretilen söylemlerin toplumsal eşitsizliklerin yeniden üretimindeki rolünü analiz ederler. Bu analizler, özellikle medya metinlerinin nasıl ırkçılığı, cinsiyetçiliği ya da sınıfsal önyargıları dolaylı biçimde pekiştirdiğini ortaya koyar. Söylem burada yalnızca temsil değil, aynı zamanda bir eylem biçimidir; toplumsal ilişkileri yeniden kurar, meşrulaştırır ya da sorgular. Dijital iletişim çağında bu kuramların önemi daha da artmıştır. Hashtag kampanyaları, algoritmik sıralamalar, viral içerikler gibi dijital iletişim biçimleri, yalnızca teknik değil; söylemsel üretim biçimleridir. Dolayısıyla yapısalcılık ve post-yapısalcılık, iletişimin hem mikro hem de makro düzeydeki anlam sistemlerini çözümlememizi sağlayan güçlü kuramsal çerçeveler sunar.

Güncel Yönelimler: Dijital Medya ve Katılımcı Kültür İletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşüm, yalnızca iletilerin alınmasını sağlayan pasif alıcılar değil, aynı zamanda içerik üretilen, yayan ve yeniden anlamlandıran aktif aktörler hâline gelmesine neden olmuştur. Bu değişim, iletişimin toplumsal örgütte radikal biçimde değiştirmekle kalmamış; aynı zamanda kamusal kalıcılık biçimleri, çevresel erişim biçimlerini, kültürel üretim süreçlerini ve iktidarın dolaşım biçimlerini yeniden şekillendirmiştir (Jenkins, 2006).

Dijital medya ortamlarında kullanıcıların içerik üretmesi, paylaşmaması ve yorumlaması (katılımcı kültür) olarak değerlendirilmektedir. Jenkins'e (2006) göre kültüre göre, geleneksel medya yapılarının kırıldığı, üreticilerin üretici kökenli ve kültürel içeriklerin ortaklaşa inşa edildiği bir toplumsal pratiktir. Bu durum, özellikle genç kuşaklar arasında dijital yurttaşlık, alternatif medya pratikleri ve ağ bölgesel kolektif hareketlilik gibi yeni iletişim biçimlerini doğurmuştur.

Ancak bu olumlu görünüme rağmen dijital medya ortamlarının esnek sınırları, görünüş biçimini ve ciddi biçimde belirlemektedir. Dijital paraların çoğaldığı platformlar —YouTube, Instagram, TikTok, Twitter/X gibi kâr amacı güden ve kullanıcıdan toplanan kapitalist birikimlerin nesnelerinin hâline gelen yapılarıdır. Bu ekonomik, kullanıcıların aynı zamanda ekonomik sömürüye dayalı bir kapı hâline gelir; “katılım” dijital emek (dijital emek) olarak yeniden tasarlandı (Scholz, 2013).

Christian Fuchs (2014), bu sürecin “katılımcı kültür”ün sınırlarını genişleterek analiz etmesini sağlar. Ona göre, özgürce içerik üretebilecekleri bir yanılsamadan ibarettir; çünkü bu üretim, platform kapitalizminin ihtiyaç duyduğu veriye dönüştürülür ve sermaye ürünleri yeniden yapılandırılır. İletişim dolayısıyla yalnızca kültürel değil, aynı zamanda ekonomik bir faaliyete; kuş ise üretici değil, iz bırakıcı bir metaya dönüşür.

Bu sürecin birlikte varoluşu kapitalizmin ön planda ortaya çıkması. Shoshana Zuboff'a (2019) göre yapılabilecek döngü içi çalışmalar, izlenebilir, öngörülebilir ve yönlendirilebilir bir veri çıkışına dönüştürülmektedir. Bu akış, algoritmik süreçler aracılığıyla şekillendirilmekte ve yapılabilecek kararlar, büyüme ve hatta arzuları önceden belirlenebilmektedir. Böylece iletişim, yalnızca iletişim değil; aynı zamanda davranışsal fazlalığın (davranış fazlası) kontrolüne dayalı bir iktidar formülü hâline gelir. Dijital medya ortamlarında iletişimin büyümeleri tarafından yönlendirilmesi, algoritmik iktidarın başlatılmasının başlatılması (Beer, 2009). Algoritmalar, içeriklerin kimlere, ne zaman ve nasıl gösterileceğini belirlerken, aynı zamanda olayların erişiminin eşitsizliğini derinleştirir. Bu durum, iletişimin kamusal

yararlar yerine ticari çıkarlar çerçevesinde biçimlendirildiği bir ortam yaratır. Algoritmik olarak sıralananlar, yansıma odaları (yankı odaları), dezenformasyon zincirleri gibi olgular, yaşanacak algılarını şekillendiren güçlü yapılar hâline geldi. Tüm bu gelişmeler, dijital çağda iletişimin bir özgürleşme alanı mı yoksa yeni bir tahakküm biçimi mi olduğundan çift yönlü bir analiz gerektirir. Bir yandan kullanıcılar alternatif söylemler üretebilmekte, aktivizmi gerçekleştirebilmekte, seslerini duyurabilmektedir. Öte yandan bu parçaların tamamı, veri sömürüsü ve platform mantığı altında kontrol edilmektedir. Bu nedenle dijital iletişim ürünleri, yalnızca teknolojik ürünler değil, bu insanların ideolojik, ekonomik ve normatif yapıların da çözümlemesini yapmakla mümkündür.

Sonuç

Habermas'ın iletişimsel eylem teorisi, iletişimi yalnızca dilsel bir alışverişten ibaret görmeyip, toplumsal yaşamın normatif temellerinden biri olarak konumlandırır. Ona göre iletişim, toplumun kendini anlama, ortak bir anlam dünyası oluşturma ve rasyonel uzlaşma zemininde bir araya gelme sürecidir. Ancak günümüzün dijital iletişim ortamları, bu ideal kamusal alan tasavvurunu önemli ölçüde dönüştürmekte ve sorgulamaktadır. Örneğin, sosyal medya platformları, çok sayıda bireyin söz hakkı kazandığı alanlar olmakla birlikte, aynı zamanda algoritmik müdahaleler ve ekonomik çıkarlar tarafından şekillendirilen, manipülasyona açık “sistem” dinamiklerinin egemen olduğu karmaşık mecralar haline gelmiştir. Bu durum, Habermas'ın “yaşam dünyası” ile “sistem” arasındaki ayrımı canlı tutan, iletişimin kolonizasyonu olarak tanımladığı süreci gözler önüne sermektedir.

Bu bağlamda, Habermas'ın kuramı, çağdaş iletişim pratiklerinin hem özgürleştirici hem de disipline edici potansiyellerini anlamak için vazgeçilmez bir teorik araç sunar. İletişim, toplumsal yapının sadece yansıması değil, aynı zamanda onu yeniden üreten ve dönüştüren dinamik bir süreçtir. Dolayısıyla, iletişim pratiklerini anlamlandırırken, sadece iletilen mesajların içeriğine değil, bu mesajların üretildiği koşullara, aktörlerin pozisyonlarına ve bu sürecin yapısal çerçevelerine dikkat etmek gerekir. Eşit ve rasyonel iletişim koşullarının eksikliği, kamusal tartışmanın meşruiyetini zedelerken, iletişimdeki güç asimetrisi ve normatif sapmalar toplumun demokratik işleyişini tehdit eder.

Habermas'ın iletişimsel rasyonalitesi, bu bağlamda, dijital çağın karmaşık iletişim ortamlarında normatif bir ideal olarak kalmaya devam etmektedir. Bu ideal, bireylerin öznelliklerini özgürce ifade edebildiği, eleştirel ve çoğulcu bir kamusal alanın varlığını mümkün kılar. Ancak bu idealin gerçekleşmesi,

dijital iletişim araçlarının egemenlik mekanizmalarından arındırılması, algoritmik şeffaflığın sağlanması ve iletişim aktörlerinin eşit koşullarda söz sahibi olmasıyla mümkün olabilir.

Sonuç olarak, Habermas'ın kuramsal perspektifi, günümüz iletişim dünyasında karşı karşıya olunan sorunları anlamak ve çözüm yolları geliştirmek için kritik bir çerçeve sunar. İletişim, bireyler arası etkileşimden toplumsal yapının dönüşümüne kadar uzanan geniş bir yelpazede, normatif ve pratik anlamda bir yeniden inşa aracı olarak karşımıza çıkar. Bu nedenle, iletişim süreçlerinin demokratikleşmesi, ancak bilinçli, eleştirel ve etik iletişim pratiklerinin benimsenmesiyle mümkün olacaktır.

Medyatik Alan ve Simgesel İktidar: Bourdieu Perspektifinden İletişim Dinamikleri

Giriş

Modern toplumda medya yalnızca bilgi aktarımı sağlayan bir kanal değil, aynı zamanda gerçekliğin inşasına doğrudan müdahil olan bir toplumsal aktördür. Kimin ne hakkında konuşabileceğini, hangi anlamların meşru kabul edildiğini ve hangi temsil biçimlerinin görünür kılındığını belirleyen medya alanı, bu yönüyle toplumsal iktidarın üretildiği, dağıtıldığı ve yeniden tesis edildiği özgül bir yapıdır. İletişimin bu karmaşık işleyişini açıklamak için Pierre Bourdieu'nün alan kuramı ve simgesel iktidar kavramı, iletişim sosyolojisi açısından son derece güçlü ve işlevsel bir analitik çerçeve sunar (Bourdieu, 1993; Benson & Neveu, 2005). Bourdieu'ye göre toplum, kendi içinde farklı işleyiş mantıklarına sahip yarı-özerk alanlardan oluşur ve her alan, kendine özgü kurallara, aktörlere ve sermaye biçimlerine sahiptir (Bourdieu, 1996). Medya da bu alanlardan biridir; ancak ekonomik ve politik alanlarla yüksek düzeyde ilişkilidir. Medya alanındaki mücadele, yalnızca haber ya da içerik üretimi üzerinden değil, aynı zamanda hangi tür bilginin meşru sayılacağı, hangi söylemlerin kamusal alana erişebileceği ve hangi aktörlerin “konuşma yetkisine” sahip olacağı gibi simgesel düzenlemeler aracılığıyla sürer (Couldry, 2003). Medyatik alan, bu yönüyle bir iktidar alanıdır; ancak burada uygulanan iktidar, açık zorlama biçimlerinden çok, simgesel meşruiyet üretimi yoluyla işler. Bourdieu'nün (1991) “simgesel iktidar” olarak adlandırdığı bu mekanizma, toplumsal eşitsizlikleri meşrulaştıran, doğallaştıran ve görünmez kılan iletişimsel stratejiler aracılığıyla işler. Haberin sunuluş biçimi, kaynak seçimi, temsil edilen figürlerin dili, olaylara yüklenen

anlamlar hepsi simgesel iktidarın günlük hayatta yeniden üretildiği araçlardır (Hallin & Mancini, 2004). Bu çerçevede medya yalnızca bilgi sunmaz; bilgi üretimi üzerinden toplumsal yapıların yeniden üretilmesine katkı sağlar. Gazeteciler, editörler, yayıncılar ve algoritmik içerik yöneticileri gibi medya aktörleri, medya alanı içindeki konumları, habitus'ları (içselleştirilmiş toplumsal deneyim) ve sahip oldukları sermaye türleri (kültürel, ekonomik, simgesel) doğrultusunda belirli pratikleri sürdürürler (Bourdieu, 1984; Hesmondhalgh, 2006). Böylece medya içerikleri, görünürde tarafsız olsalar dahi, belirli sınıfsal, ideolojik ve kültürel konumların ürünüdür.

Ayrıca Bourdieu'nün medya eleştirisi yalnızca metin ve içerik düzeyinde değil, medya üretiminin ekonomik-politik bağlamında da köklenir. Medya, reklam gelirleri, politik ilişkiler ve piyasa baskılarıyla şekillenen bir ekonomik yapı içinde konumlandıkça, özerkliğini yitirir ve güçlü sermaye gruplarının simgesel sözcülüğünü üstlenmeye başlar. Bu durum, medyayı kamusal yarar ilkesi temelinde işleyen bir alan olmaktan uzaklaştırarak, piyasa mantığının ideolojik üretim alanına dönüştürür (Benson, 2006; McChesney, 2008). Günümüzde bu dinamikler, dijital platform ekonomileri ve algoritmik medya sistemleri aracılığıyla daha da karmaşık hâle gelmiştir. Sosyal medya platformları, kullanıcı verilerini ekonomik sermayeye dönüştürürken, aynı zamanda algoritmik sıralamalar ve içerik filtreleme sistemleri aracılığıyla simgesel iktidarı yeniden yapılandırmaktadır. Böylece medya alanı, artık yalnızca içerik üretim ve dolaşımının değil; görünürlük, sessizlik ve söylemsel güç dengelerinin algoritmik düzlemde yeniden tanımlandığı bir mücadele sahası hâline gelmiştir (Couldry & Hepp, 2017).

Bu bölümde, Bourdieu'nün kuramsal kavramları çerçevesinde medya alanının yapısal özellikleri, aktörler arası mücadele biçimleri ve simgesel iktidar mekanizmaları detaylı olarak analiz edilecektir. Amaç, medya içeriklerinin ötesine geçerek, bu içeriklerin üretildiği toplumsal koşulları, habitus'ları ve sermaye ilişkilerini çözümlemektir. Böylece medyanın toplumsal düzenin yeniden üretimindeki rolü, yalnızca anlatı biçimleri değil, yapısal ilişkiler bağlamında da tartışmaya açılacaktır.

Alan, Habitus ve Sermaye: Bourdieu Kuramının Temelleri

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik yaklaşımı, toplumsal yaşamın sadece ekonomik faktörlerle değil, aynı zamanda kültürel ve simgesel boyutlarla da şekillendiğini vurgulayan çok katmanlı bir kuramsal çerçeve sunar. Bourdieu'ye göre toplum, farklı işleyiş kurallarına sahip ve kendine özgü sermaye türlerinin dağılımıyla karakterize edilen çok sayıda özerk "alan"dan (field) oluşur (Bourdieu, 1993). Bu alanlar birbirleriyle ilişkili olmakla

birlikte, her biri kendi mantığı, normları ve güç dinamikleriyle varlığını sürdürür. Örneğin, ekonomik alan para ve maddi kaynakların dağılımıyla düzenlenirken, kültürel alan bilgi, eğitim ve entelektüel sermayeye dayanır. Medya alanı da bu çoklu toplumsal alanlardan biri olarak, ekonomik, politik ve kültürel alanlarla karmaşık ve karşılıklı etkileşim içinde işleyen özgül bir sosyal uzamdır. Medya, sadece içerik üretip dağıtmakla kalmaz; aynı zamanda bu alanların güç dengelerini ve değer sistemlerini yeniden üretir ve dönüştürür. Bourdieu'nün kuramında alan kavramı, bireylerin ve kurumların belirli bir sosyal bağlamda rekabet ettiği ve sermaye türlerinin kullanım ve birikimi yoluyla pozisyon elde etmeye çalıştığı yapısal bir sahayı ifade eder. Bu çerçevede, “habitus” kavramı, bireylerin sosyal deneyimleri sonucunda edindikleri, düşünme, algılama ve davranış biçimlerini belirleyen içsel zihinsel yapıları tanımlar. Habitus, bireylerin içinde bulundukları sosyal alanın kurallarına ve beklentilerine uyum sağlamalarını kolaylaştırır, ancak aynı zamanda alanın yeniden üretiminde de rol oynar.

Son olarak, Bourdieu'nün sermaye kavramı, yalnızca ekonomik sermayeyi değil; kültürel, sosyal ve simgesel sermayeyi de içerir. Kültürel sermaye, eğitim ve bilgi birikimi gibi kaynakları kapsarken, sosyal sermaye bireyin sosyal ağları ve ilişkilerinden oluşur. Simgesel sermaye ise toplumsal tanınırlık ve prestij biçiminde ortaya çıkar. Bu sermaye türlerinin her biri, bireylerin ve kurumların alan içindeki güç konumlarını belirlemede kritik bir rol oynar.

Bourdieu'nün bu üç temel kavramı alan, habitus ve sermaye birlikte ele alındığında, toplumsal yapının dinamik ve çok boyutlu doğasını anlamada güçlü bir araç sağlar. Medya alanının işleyişi ve bu alandaki aktörlerin davranışları, bu kavramsal çerçeve içinde değerlendirildiğinde, medya üretiminin ve dağıtımının toplumsal güç ilişkileriyle nasıl iç içe geçtiği daha net ortaya konabilir (Bourdieu, 1993; Swartz, 1997).

Alan (Field): Mücadele ve Konumlandırma Mekânı

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik kuramında “alan” kavramı, toplumsal yapının parçalı ve mücadeleyle şekillenen dinamiklerini anlamak için temel bir kavramsal araçtır. Alan, belirli kurallar, aktörler ve sermaye türleriyle yapılandırılmış yarı-özerk sosyal mekânları ifade eder. Bu yarı-özerklik, alanın dış dünyadan tamamen bağımsız olmadığı ancak kendi iç dinamikleriyle işleyen özerk kurallara sahip olduğu anlamına gelir. Her alan, içindeki aktörlerin kendi güç ve konumlarını koruma veya geliştirme amacıyla girdikleri sürekli bir mücadele ortamıdır (Bourdieu & Wacquant, 1992). Bu mücadele, alanın yapısının korunması veya dönüşümü açısından kritik öneme sahiptir.

Toplumsal alanlar, sermayenin farklı türlerinin dağılımına göre şekillenir ve alanın yapısını belirler. Ekonomik sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye ve simgesel sermaye gibi çeşitler, aktörlerin konumlanmalarını ve rekabet güçlerini doğrudan etkiler. Bu sermaye türlerinin hangi kombinasyonunun ve miktarının baskın olduğu, alanın özgün karakterini oluşturur. Medya alanı, Bourdieu'nün alan kuramı çerçevesinde incelendiğinde, kendine özgü dinamikleri ve aktörleriyle karmaşık bir toplumsal alan olarak karşımıza çıkar. Bu alanda gazeteciler, editörler, medya sahipleri, reklamcılar, kamu aktörleri ve günümüzde algoritma düzenleyicileri gibi çeşitli pozisyonları işgal eden aktörler bulunur. Her biri, medya alanı içindeki güç dengelerini etkileyen farklı sermaye türlerine ve stratejilere sahiptir. Medya alanındaki rekabet, yalnızca içerik üretimi ve yayıncılıkla sınırlı kalmaz; aynı zamanda ekonomik çıkarlar, politik baskılar ve kültürel normlar çerçevesinde şekillenir.

Medya alanının özerkliği, diğer toplumsal alanlarla olan ilişkisiyle yakından bağlantılıdır. Bourdieu (1996), yüksek kültür alanları olan edebiyat ve sanat alanlarının ekonomik ve politik alanlara kıyasla yüksek bir özerkliğe sahip olduğunu belirtirken, medya alanının bu özerklikten daha sınırlı olduğunu ifade eder. Medya alanı, ekonomik sermayeye daha bağımlıdır; bu bağımlılık, medya üretim süreçlerinin piyasa mantığına göre şekillenmesine neden olur. Örneğin, reklam gelirleri ve izleyici oranları, medya içeriklerinin belirlenmesinde önemli rol oynar. Bu durum, medya alanında yer alan aktörlerin, yalnızca kültürel veya mesleki kriterlerle değil, aynı zamanda ekonomik zorunluluklarla da hareket etmek zorunda oldukları anlamına gelir. Politik alandaki etkiler ise medya alanının bağımsızlığını daha da karmaşık hale getirir. Devlet düzenlemeleri, yasalar, siyasi baskılar ve kamusal tartışmalar, medya alanının işleyişini doğrudan etkileyen unsurlardır. Bu bağlamda, medya alanı hem özerkliğini korumaya çalışırken hem de dışsal baskılarla mücadele eden bir yapıya sahiptir. Bourdieu'nün alan kavramı, bu çok katmanlı etkileşimleri ve mücadeleleri analiz etmek için güçlü bir araç sağlar.

Sonuç olarak, medya alanı içinde yer alan aktörler, çeşitli sermaye türlerini kullanarak konumlarını güçlendirmeye çalışırken, ekonomik, politik ve kültürel alanlarla kurdukları ilişkiler medya üretiminin karakterini belirler. Bu karmaşık dinamikler, medya alanını hem bağımsız hem de bağımlı unsurların iç içe geçtiği çok yönlü bir mücadele sahasına dönüştürür.

Habitus: İçselleştirilmiş Yapılar, Bedenleşmiş Pratikler

Pierre Bourdieu'nün toplumsal dünyayı çözümlemek için geliştirdiği “habitus” kavramı, bireylerin toplumsal yaşam içindeki eylemlerini ve

algılarını şekillendiren, ancak bireysel bilinçten bağımsız, içselleştirilmiş yapısal düzenlemelerin bütününe ifade eder. Habitus, toplumsal sınıflar, tarihsel deneyimler, eğitim süreçleri ve kültürel ortamların birey üzerinde bıraktığı kalıcı izlerin, bedenleşmiş ve otomatikleşmiş biçimde tezahür eden sistematik eğilimleridir. Bourdieu'nun ifadesiyle, habitus bireyde “ikinci doğa” gibi işlev görür; çünkü sosyal dünyadan aldığı şekli, bireysel davranış ve tercihlere doğal bir biçimde dönüştürür.

Bu kavramın en önemli özelliği, yapısal toplumsal koşullar ile bireysel ajans arasında dinamik ve karşılıklı bir ilişki kurmasıdır. Habitus, bireyi toplumsal yapıya bağlarken, aynı zamanda bireyin bu yapıyı yeniden üretmesini veya dönüştürmesini mümkün kılar. Dolayısıyla habitus, yalnızca bireylerin pasif olarak toplumsal normları içselleştirmesi değil; bu normlar aracılığıyla toplumsal dünyayı aktif olarak yeniden inşa etmeleri sürecidir. Bu yönüyle, habitus toplumsal yapı ile bireysel eylem arasındaki geleneksel ikiliği aşan bir köprü işlevi görür.

Medya alanında habitus kavramı, özellikle medya profesyonellerinin ve izleyicilerin toplumsal konumları ve deneyimleri ışığında anlam kazanır. Gazetecilerin mesleki habitus’u, eğitimleri, meslek içi normlar, çalışma koşulları ve alandaki güç ilişkileri tarafından biçimlendirilir. Bu habitus, onların hangi haberlerin “haber değeri” taşıdığına, hangi kaynaklara öncelik verdiğine ve haber dilini nasıl şekillendirdiğine dair pratiklerini belirler. Bu bağlamda, medya üretimi bireysel tercihlerden ziyade, içselleştirilmiş sosyal yapılar tarafından yönlendirilir ve bu yapılar hem bilinçli hem de bilinçdışı düzeyde işler.

İzleyicilerin medya içeriklerini algılayışı ve yorumlayışı da habitus tarafından derinden etkilenir. Sosyal sınıf, kültürel sermaye, eğitim düzeyi gibi faktörler, bireylerin medyayı “okuma” biçimlerini farklılaştırır; aynı medya metni farklı habitus’lar tarafından farklı anlamlandırılır. Örneğin, elit bir izleyici grubunun sanat filmi algısı ile popüler kültür tüketicisinin algısı arasında belirgin farklar vardır ve bu farklar, bireylerin sahip olduğu habitus’un somut yansımalarıdır.

Habitus, toplumsal alanda oynanan güç mücadelesini de anlamamızda kilit bir rol oynar. Bourdieu'nun “alan” kuramı ile iç içe geçen habitus, bireylerin ve grupların farklı sosyal alanlarda (medya, eğitim, siyaset gibi) nasıl konumlandığını, hangi stratejilerle hareket ettiğini belirler. Bu bağlamda, habitus yalnızca bireysel bir davranış kalıbı değil, aynı zamanda toplumsal sermayenin kazanımı, kullanımı ve korunması için stratejik bir araçtır. Örneğin, medya alanında yüksek prestije sahip bir gazetecinin habitus’u,

onun hem içerik üretme biçimini hem de sosyal ağlarını şekillendirir; bu da onun alan içindeki güç konumunu pekiştirir.

Son olarak, habitus'un dönüşebilir ve değişime açık olduğunu vurgulamak gerekir. Habitus, toplumsal koşulların değişimi, yeni deneyimler ve farklı sosyal alanlarla etkileşimle evrilebilir. Bu, bireyin toplumsal yapıya tamamen bağlı olmayan, aynı zamanda yapı üzerinde etkili olan aktif bir ajan olduğunu gösterir. Dolayısıyla habitus hem toplumsal sürekliliği hem de dönüşümü açıklamada vazgeçilmez bir kavramdır.

Özetle, Bourdieu'nun habitus kavramı, bireylerin toplumsal dünyayla nasıl ilişki kurduğunu, davranış ve algılarını hangi yapısal koşulların biçimlendirdiğini derinlemesine anlamamıza olanak sağlar. Medya profesyonellerinin ve izleyicilerin pratiği, bu içselleştirilmiş yapılar aracılığıyla şekillenir ve toplumsal dünyadaki güç ilişkileri bu çerçevede yeniden üretilir. Habitus, toplumsal hayatın hem görünür hem de görünmez dinamiklerini kavrayarak, birey-toplum ilişkisinde karmaşık ama vazgeçilmez bir köprü işlevi görür.

Sermaye Biçimleri: Alanlardaki Konum Belirleyicileri

Bourdieu'ye göre toplumsal pozisyonlar yalnızca ekonomik sermaye ile değil, *kültürel*, *simgesel* ve *sosyal* sermaye biçimleriyle de belirlenir (Bourdieu, 1986). Kültürel sermaye bilgi, eğitim, beceri ve kültürel yetkinlikleri; simgesel sermaye tanınma, prestij ve meşruiyeti; sosyal sermaye ise ilişki ağlarını ve bağlantıları içerir. Medya alanında bu sermaye biçimleri birbirine dönüşebilir durumdadır. Örneğin, yüksek düzeyde tanınırlığa sahip bir televizyon sunucusu (simgesel sermaye), politik aktörlerle kurduğu ilişkiler (sosyal sermaye) ve haber içerikleri üzerinden oluşturduğu uzmanlık imajı (kültürel sermaye) sayesinde medya alanında güçlü bir pozisyon elde edebilir. Aynı zamanda medya organlarının sahipleri, ekonomik sermayeyi medya üzerindeki kontrol gücüne çevirerek hem içerik üzerinde hem de kamusal algı üretiminde belirleyici olabilirler. Bu dönüşüm süreci, medyanın nasıl yalnızca bir söylem alanı değil, aynı zamanda sermaye ilişkileriyle örülü bir iktidar mekânı olduğunu gösterir. Bourdieu'nün çok boyutlu sermaye yaklaşımı, medya alanında görünmeyen ama etkili olan güç ilişkilerini analiz etmek açısından oldukça verimlidir. Medya içerikleri, bu güç dengelerinin yalnızca çıktısı değil, aynı zamanda yeniden üretim aracıdır. Bu kavramsal çerçeve, Bourdieu'nün düşüncesinin iletişim sosyolojisine sunduğu en güçlü katkılardan birini oluşturur. Alan, habitus ve sermaye kavramları birlikte düşünüldüğünde, medya sistemleri yalnızca mesaj üretim merkezleri olarak değil; toplumsal sınıfların, kültürel hiyerarşilerin ve simgesel iktidarın yeniden üretildiği dinamik yapılardır.

Medya Alanının Yapısı ve Alanlar Arası Mücadele

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik yaklaşımında medya alanı, yalnızca haber veya içerik üretiminden ibaret bir sektör olarak değil, farklı türden sermaye ve çıkarların sürekli olarak mücadele ettiği ve yeniden yapılandığı bir toplumsal alan olarak ele alınır. Bourdieu'ye göre toplumsal hayat, farklı alanların (field) bir arada bulunduğu dinamik bir yapıdan oluşur; her alanın kendine özgü kuralları, sermaye türleri ve aktörleri vardır. Medya da bu alanlardan biridir ve kendi özgün mantığına, işleyiş biçimine sahiptir. Ancak bu özgüllük, mutlak bir özerklik anlamına gelmez. Tam tersine, medya alanı ekonomi, siyaset, kültür gibi diğer güçlü toplumsal alanlarla sürekli etkileşim ve çatışma içindedir. Medya alanındaki aktörler gazeteciler, editörler, medya sahipleri, reklamcılar, kamu ilişkileri uzmanları farklı sermaye türlerine sahiptir: ekonomik sermaye (sermaye sahipliği, reklam gelirleri), kültürel sermaye (habercilik etiği, uzmanlık bilgisi), sembolik sermaye (saygınlık, güvenilirlik), sosyal sermaye (ağ ilişkileri, bağlantılar). Bu farklı sermaye türleri, medya alanı içindeki güç dengelerini belirlerken, aynı zamanda alanın diğer toplumsal alanlarla olan ilişkilerini de biçimlendirir. Bu bağlamda medya alanı, özellikle iki büyük dış güç alanı olan ekonomi ve siyasetle sürekli bir mücadele içindedir. Ekonomik alanın medya üzerindeki etkisi, özellikle reklam gelirleri ve sahiplik yapıları aracılığıyla kendini gösterir. Birçok medya kuruluşu, büyük sermaye gruplarının ya doğrudan ya da dolaylı denetimi altındadır. Bu durum, haber üretiminin ve gündem belirlemenin piyasa mantığına göre şekillenmesine neden olur. Haberin "haber değeri" yalnızca toplumsal önemine değil, aynı zamanda ticarileştirilebilirliğine, yani okunma, izlenme ve tıklanma potansiyeline bağlı hale gelir. Bu da derinlikli, araştırmacı gazetecilik yerine sansasyonel, dikkat çekici içeriklerin ön plana çıkmasına yol açar. Siyasal alan ise medya üzerindeki etkisini, doğrudan ve dolaylı yollarla kurar. Yasal düzenlemeler, medya politikaları, kamu reklamlarının dağıtımı gibi araçlar medya kurumlarının bağımsızlığını etkileyen unsurlar arasında yer alır. Ayrıca medya sahipleri ve siyasal aktörler arasındaki kişisel ve kurumsal ilişkiler de bu etkileşim ağını güçlendiren faktörlerdir. Böylece medya, bazen siyasal iktidarın bir aracı, bazen de muhalif ya da bağımsız bir ses olarak konumlanır; ancak bu konum, medya alanının özerkliği ve iç mantığı ile dışsal baskılar arasındaki gerilimle sürekli yeniden şekillenir.

Bu mücadele dinamikleri, medya alanının kendi içinde de rekabet ve hiyerarşi doğurur. Büyük sermaye gruplarının sahip olduğu ana akım medya kuruluşları, ekonomik ve siyasal sermayeleriyle alanın üst kademelerinde yer alırken, daha küçük bağımsız medya organları sınırlı kaynaklarla daha alt pozisyonlarda mücadele eder. Bu yapı, haberin niteliği, içerik çeşitliliği ve

kamusal bilgi üretiminin düzeyi üzerinde doğrudan etkili olur. Sonuç olarak medya alanı, yalnızca içerik üretiminden sorumlu teknik bir yapı değil; çok katmanlı, karmaşık ve mücadele dolu bir toplumsal uzamdır. Ekonomi ve siyaset başta olmak üzere, farklı toplumsal alanlarla girdiği etkileşimler ve bu alanlar arası mücadeleler, medya alanının biçimini ve işleyişini belirler. Bu dinamik yapıyı anlamadan medya üretimini, haberciliği ve kamusal iletişim süreçlerini çözümlemek mümkün değildir.

Medya Alanının Yarı-Özerk Niteliği

Pierre Bourdieu'nün (1996) alan kuramı çerçevesinde medya alanı, diğer toplumsal alanlarla sürekli ilişki içinde olan ve bu ilişkiler tarafından biçimlendirilen bir yapı olarak tanımlanır. Medya, kendi iç dinamiklerine, özgül aktör yapılarına ve profesyonel normlarına sahip olmakla birlikte, tam anlamıyla bağımsız ya da özerk bir alan değildir. Aksine, özellikle ekonomik ve siyasal alanların yoğun etkisine açık bir yarı-özerk alan niteliği taşır. Bu yarı-özerklik, medya üretiminin yönünü ve karakterini doğrudan etkiler. Medya kurumları, içerik üretirken yalnızca mesleki standartlar ve habercilik etiği doğrultusunda hareket etmez; aynı zamanda dışsal güç alanlarının, özellikle ekonomik ve siyasal çıkarların oluşturduğu baskılarla da karşı karşıyadır. Bu durumun en belirgin biçimde görüldüğü alanların başında, reklam ve finansman yapıları gelir. Modern medya sistemleri büyük ölçüde reklam gelirine dayalı bir ekonomik modele sahiptir. Bu yapı, medya organlarının mali sürdürülebilirliğini reklam verenlerin taleplerine ve piyasa koşullarına bağımlı hâle getirir. Sonuç olarak, hangi konuların haberleştirileceği, hangi söylemlerin öne çıkarılacağı ve hangi biçimlerin tercih edileceği gibi editoryal karar süreçleri, kamusal yarar ya da habercilik ideallerinden çok, izlenebilirlik ve ticari değer odaklı olarak şekillenme eğilimindedir. “Tüketilebilir haber” üretimi, medya içeriğinin piyasalaşmasına neden olurken, derinlikli, eleştirel ve kamusal çıkarı önceleyen içerikler marjinalleşir.

Medya alanındaki bu ekonomik kuşatma, sermaye yapılarının medya sahipliğine doğrudan el koymasıyla daha da derinleşir. Büyük sermaye gruplarının medya sektöründe yoğunlaşması, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda ideolojik sonuçlar da doğurur. Bu grupların çıkarları, medya ajandasının, temsil biçimlerinin ve anlam inşa süreçlerinin temel belirleyicilerinden biri hâline gelir. Dolayısıyla medya, kamusal bilgi üretiminde ve kamuoyunun şekillenmesinde güçlü bir araç olmakla birlikte, bu gücün kullanımı, çoğunlukla egemen ekonomik çıkarlarla uyumlu biçimde gerçekleşir.

Bourdieu'nün vurguladığı bir diğer önemli etki, siyasal alanla medya arasındaki ilişkidir. Siyasal aktörler, medya üzerinden görünürlük sağlamak, meşruiyet üretmek ve kamuoyunu etkilemek için medya alanına müdahale etme eğilimindedir. Bu müdahaleler, dolaylı olabileceği gibi (örneğin, reklam pastasının kamu kurumları eliyle dağıtılması, basın kartı rejimleri, düzenleyici kurumların politik konumlanmaları), doğrudan baskı biçiminde de gerçekleşebilir (sansür, hukuki yaptırımlar, sahiplik değişiklikleri). Siyasal alanın bu müdahaleleri, medya aktörlerinin karar alma süreçlerini dönüştürerek içerik üretimini belirler. Bütün bu etkileşimler, medya alanının özerkliğini sınırlayan bir yapı ortaya çıkarır. Medya ne tamamen piyasanın aracı ne de siyasal iktidarın kuklasıdır; ancak her iki alanla sürekli bir pazarlık ve mücadele hâlinindedir. Bu yarı-özerk yapı, medya üretiminin hem bir hegemonya aracı hem de sınırlı da olsa eleştirel söylemlerin dolaşıma girdiği bir platform olmasının temel nedenidir. Bu çerçevede medya alanını anlamak için yalnızca içeriklerin yüzeyine bakmak yetmez; bu içeriklerin nasıl üretildiği, hangi güç ilişkileri içinde şekillendiği ve hangi aktörlerin hangi tür sermayeler üzerinden bu alanı dönüştürdüğü üzerine düşünmek gerekir. Yarı-özerk bir alan olarak medya, toplumsal gerçekliğin inşasında kritik bir rol oynarken, bu rolün sınırları ve yönü sürekli olarak ekonomi ve siyasetin dinamik güç ilişkileri tarafından belirlenir.

Alanlar Arası Mücadele ve Sermaye Dönüşümü

Medya alanı, Bourdieu'nün (1996) *alanlar kuramı* bağlamında, yalnızca kendi iç rekabet dinamikleriyle tanımlanan kapalı bir yapı değildir; aksine, farklı toplumsal alanlardan siyaset, ekonomi, kültür, akademi gibi gelen aktörlerin ve sermaye türlerinin sürekli müzakere ve mücadele içinde olduğu açık ve geçirgen bir uzamdır. Bu alanlar arası mücadele, yalnızca medya içeriğinin biçimlenişini değil, aynı zamanda toplumsal iktidar yapılarını ve hegemonik söylemleri de belirler. Medya alanına taşınan sermaye türleri burada yeniden işlevlendirilir ve dönüştürülür. Örneğin siyasal sermayeye sahip bir aktör bir politikacı ya da bir bürokrat medya görünürlüğü yoluyla bu sermayesini *simgesel sermaye*ye dönüştürebilir; bu da söz konusu aktörün toplum nezdindeki meşruiyetini ve etkisini pekiştirir. Bu süreçte medya, yalnızca bir iletişim kanalı değil; toplumsal konumların ve iktidar ilişkilerinin yeniden üretilmesine hizmet eden bir platform hâline gelir. Benzer şekilde, medya sahipliği üzerinden ekonomik sermaye de ideolojik temsil araçlarına dönüştürülebilir. Büyük sermaye gruplarının medya organlarını doğrudan ya da dolaylı yollarla kontrol etmesi, yalnızca ticari çıkarların değil, aynı zamanda siyasal ve kültürel hegemonya projelerinin de medya alanı üzerinden yürütülmesine olanak sağlar. Bu durum, medya içeriğinin tarafsız ya da nesnel

olmaktan ziyade, belli çıkar yapılarına eklenmiş bir yapı kazandığını gösterir. Bu dönüşüm süreçleri, medya alanını salt içerik üretimiyle sınırlı olmayan, çok yönlü ve çok katmanlı bir iktidar alanına dönüştürür. Burada belirleyici olan, medya alanının sınırlarının sabit ve kapalı değil, son derece esnek ve geçirgen olmasıdır. Bu geçirgenlik, farklı alanlardan gelen aktörlerin sahip oldukları *habitus* ve sermaye yapılarına bağlı olarak farklı biçimlerde işler. Yani medya alanında etkili olabilmek için yalnızca belirli türden sermayeye sahip olmak yeterli değildir; bu sermayenin medya alanının özgül mantığına uygun biçimde dönüştürülmesi ve konumlandırılması da gerekir. Örneğin, akademik alanda yüksek kültürel sermayeye sahip bir uzman, medya alanına girdiğinde “uzman görüş” ya da “bilirkişi” kimliğiyle simgesel sermaye kazanabilir. Ancak bu meşruiyet, yalnızca akademik bilgi ve yetkinlik üzerinden değil, aynı zamanda medya söyleminin sınırları içinde nasıl temsil edildiği ve hangi anlatı kalıplarına yerleştirildiğiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu durum, bilgi üretiminin meşruiyetinin yalnızca akademik ölçütlerle değil, medya alanındaki söylemsel ve simgesel yapıların belirleyiciliğiyle de şekillendiğini gösterir. Böylece medya, toplumsal bilgi ve anlam üretiminin merkezî bir aracı hâline gelirken, aynı zamanda iktidar ilişkilerinin yeniden inşa edildiği ve müzakere edildiği bir alan olarak işlev görür.

İktidarın Görünmez Formu: Medyada Simgesel Hegemonya

Medya alanı, iktidarın yalnızca açık güç kullanımı ya da ekonomik baskı yoluyla değil, daha incelikli ve görünmez biçimlerde simgesel düzeyde nasıl işlediğini anlamak için kritik bir analiz zemini sunar. Pierre Bourdieu (1991), simgesel iktidarın, doğrudan zorlama ya da rıza talebinden ziyade, “tanıma” ve “meşrulaştırma” süreçleri üzerinden etkili olduğunu vurgular. Bu bağlamda medya, toplumsal gerçekliğin inşa edildiği, belirli anlam çerçevelerinin kurumsallaştığı bir alandır. Medya organları, hangi olayların “haber” niteliği taşıdığına, hangi görüşlerin “makul” ya da “duyulmaya değer” olarak kabul edildiğine ve hangi yaşam biçimlerinin “normal” ve “meşru” görüneceğine yönelik sürekli seçimlerde bulunur. Bu seçimler genellikle açık bir ideolojik deklarasyon şeklinde değil, yerleşmiş haber pratikleri, rutin editoryal kararlar ve toplumsal normlar aracılığıyla gerçekleştirilir. Böylece medya, belirli bir dünya görüşünü ya da değer sistemini doğallaştırarak dolaşıma sokar. Bu sürecin en çarpıcı yönü, onun görünmezliğidir. Medya içerikleri sıklıkla “tarafsız”, “nesnel” ya da “gerçekleri olduğu gibi aktaran” bir dil içinde sunulur. Bu söylemsel tarafsızlık iddiası, aslında içeriklerin belirli simgesel çerçeveler ve iktidar ilişkileri içinde üretildiği gerçeğini maskeleyiş olur. Medyada yer alan her anlatı, belirli ideolojik konumlanmalar ve kültürel varsayımlar barındırır; ancak bu konumlanmalar, okur ya da izleyici açısından

çoğu zaman sorgulanmaksızın kabul edilen, olağan ve doğal görülen anlam yapıları hâlini alır. Tam da bu görünmezlik üzerinden işleyen *simgesel hegemonya*, bireylerin toplumsal düzeni sorgulamadan içselleştirmesine yol açar. Burada rıza, Gramsci'nin de vurguladığı gibi açık ikna süreçleriyle değil, gündelik hayatın sıradan iletişim pratikleri ve anlam çerçeveleri aracılığıyla üretilir. Medya, bu anlamda yalnızca bilgi sağlayan bir araç değil; toplumsal kabulleri, kimlikleri ve normatif değerleri yeniden üreten güçlü bir simgesel iktidar mekanizmasıdır. Bu durum, medya analizini yalnızca içerik incelemesiyle sınırlamayı değil, aynı zamanda bu içeriklerin üretildiği söylemsel mantıkları, görünmez iktidar ilişkilerini ve doğallaştırılmış anlam yapılarını dönüştürerek incelemeyi zorunlu kılar.

Yeni Medya ve Alan Yapısının Dönüşümü

Dijitalleşme süreci, medya alanının temel yapısını ve işleyiş mantığını köklü biçimde dönüştürmüştür. Geleneksel medya ortamlarında haber kuruluşları, gazetecilik ilkeleri, kurumsal normlar ve profesyonel standartlar belirleyici iken; dijital medya ekosisteminde bu yapı büyük ölçüde parçalanmış, yerini daha akışkan ve rekabete dayalı bir üretim ortamına bırakmıştır. Bugün medya alanında geleneksel gazetecilerle birlikte influencer'lar, bağımsız içerik üreticileri, YouTuber'lar, Twitch yayıncıları ve çeşitli mikro yayıncılar aynı görünürlük için yarışmaktadır. Bu yeni aktörler, farklı sermaye türleri ve kültürel habitus'larla alana dâhil olmakta; dolayısıyla medya alanının içinde yeni ve karmaşık bir hiyerarşi oluşmaktadır. Geleneksel medya için geçerli olan haber değerleri ve etik ilkeler, dijital platformlarda algoritmaların öncelikleri, dikkat çekme stratejileri ve kullanıcı etkileşimi tarafından belirlenen yeni normlarla yer değiştirir. İçerik üretiminin merkezine artık "izlenme", "beğeni" ve "paylaşım" gibi metrikler yerleşmiştir. Bu dönüşüm sürecinde, ekonomik sermaye de farklı biçimlerde simgesel sermayeye evrilmektedir. Büyük teknoloji şirketleri ve sosyal medya platformları, sahip oldukları veri akışları ve reklam ağları üzerinden içeriklerin görünürlüğünü doğrudan etkileyen bir iktidar konumu kazanmıştır. Aynı şekilde, dijital dünyada yüksek teknik becerilere ve platform bilgisine sahip olmak, yeni bir kültürel sermaye biçimi olarak önem kazanmaktadır. Dijital okuryazarlık, algoritmaların işleyişini anlama ve içerik stratejilerini bu dinamiklere göre şekillendirme becerileri, medya alanında rekabet üstünlüğü sağlayan unsurlar hâline gelmiştir. Bu bağlamda, medya alanının sınırları da daha geçirgen ve esnek bir nitelik kazanmıştır. Geleneksel medya ile dijital medya aktörleri arasındaki çizgiler giderek silikleşmekte, farklı alanlardan aktörlerin medya alanına geçişleri artmaktadır. Örneğin, siyasetçiler veya akademisyenler sosyal medya kanalları üzerinden doğrudan kitlelere seslenirken, geleneksel gazeteciler de

kişisel platformlar ve podcast gibi yeni mecralarda varlık göstermektedir. Sonuç olarak, günümüz medya alanı, durağan ya da tek merkezli bir yapı olmaktan ziyade; farklı sermaye türlerinin, üretim mantıklarının ve iktidar stratejilerinin sürekli mücadele hâlinde olduğu, dinamik ve çok katmanlı bir toplumsal uzama dönüşmüştür. Bu yapı içinde iletişim yalnızca içerik üretme ve iletme süreci değil, aynı zamanda güç, meşruiyet ve görünürlük mücadelelerinin somutlaştığı bir pratik olarak değerlendirilmelidir.

Habercilik, Seçim ve Meşruiyet: Simgesel Alan Pratikleri

Medya alanının toplumsal etkisi, yalnızca bilgi aktarma kapasitesiyle sınırlı değildir. En az bunun kadar önemli olan bir başka boyut, hangi olayların haber değeri taşıdığına, hangi aktörlerin kamusal alanda temsil edilmesi gerektiğine ve hangi anlatıların meşru sayılacağına dair verilen kararlardır. Bu seçimler, toplumda neyin “görünür” ve neyin “önemsiz” olarak değerlendirileceğini belirleyerek kamusal bilincin ve kolektif hafızanın şekillenmesine doğrudan katkıda bulunur. Bu karar süreçleri çoğunlukla “rutin gazetecilik uygulamaları”, “editorial çizgi” ya da “profesyonel refleks” gibi kavramlar üzerinden doğallaştırılır ve meşrulaştırılır. Ancak bu meşrulaştırma, medyanın tarafsız ve nesnel bir araç olduğu varsayımını yeniden üretmekten başka bir işlev görmez. Gerçekte ise habercilik pratikleri, medya alanında süregelen simgesel iktidar mücadelelerinin somut ürünüdür. Haber değeri, her zaman belirli bir bakış açısından inşa edilir. Olayların, kişilerin ya da görüşlerin hangi biçimde haberleştirileceği; kimlerin uzman, kimlerin sıradan ya da marjinal olarak temsil edileceği; hangi duyguların, imgelerin ve anlatıların öne çıkarılacağı bunların tümü, belirli toplumsal, ideolojik ve kültürel çerçevelerin etkisi altında şekillenir. Bu süreçte, habercilik görünürde nesnel ve tarafsız bir faaliyet olarak sunulsa da içerdiği seçim mekanizmaları ve çerçeveleme pratikleriyle güçlü bir ideolojik işlev üstlenir. Habercilik yalnızca “olanı” aktarmakla kalmaz; neyin *olduğunun* ve neyin *önemli* olduğunun tanımını da yapar. Bu anlamda, medya içerikleri, toplumda hangi seslerin duyulacağına, hangi sorunların gündemleşeceğine ve hangi değerlerin önceliklendirileceğine ilişkin sürekli bir toplumsal inşa sürecinin parçasıdır. Bourdieu’nün (1991) işaret ettiği gibi, bu tür simgesel iktidar pratikleri, doğrudan zorlayıcı değil; gündelik iletişim pratikleri içinde doğal ve “kendiliğinden” kabul edilir biçimde işler. Sonuç olarak, medya alanındaki habercilik faaliyeti, yalnızca bilgi üretiminden ibaret değildir. Aynı zamanda, temsil ve meşruiyet ilişkilerinin yeniden üretildiği, toplumsal anlamların ve normların sürekli biçimlendiği bir simgesel alandır. Bu nedenle, habercilik pratiklerini incelemek, yalnızca teknik süreçleri değil, bu

süreçlerin ardında yatan güç dinamiklerini ve ideolojik yönelimleri de açığa çıkarmayı gerektirir.

Haberin İnşası: Seçim ve Çerçeveleme Süreçleri

Haberin yalnızca olup biteni yansıtan bir pencere değil, toplumsal gerçekliği kuran ve biçimlendiren bir söylem türü olduğu, iletişim sosyolojisinin temel kabulü hâline gelmiştir. Bu bağlamda haber üretimi, bir *yansıtma* değil, açıkça bir *inşa* sürecidir. Haberin ne olduğuna dair kararlar hangi olayın haberleştirileceği, hangi kaynaklardan görüş alınacağı, hangi başlıkların atılacağı medya alanındaki sermaye ilişkileri, ideolojik konumlanmalar ve alan içi rekabetten etkilenir. Bu seçim süreci, Pierre Bourdieu'nün (1996) medya alanı analizinde vurguladığı gibi, aktörlerin habitus'ları tarafından yönlendirilir. Gazeteciler, editörler ve yayıncılar, sahip oldukları kültürel sermaye ve içselleştirdikleri alan pratikleri doğrultusunda belirli olayları “önemli”, “çarpıcı” ya da “değerli” olarak kodlar. Bu kodlama, yalnızca teknik bir sınıflandırma değil, aynı zamanda meşruiyet üretiminin temelidir. Örneğin bir işçi grevi ile bir borsa krizinin haberleştirilme biçimi karşılaştırıldığında; kullanılan dil, görsel malzeme, kaynak çeşitliliği ve haberin konumlandırıldığı yer, medya alanının hangi ekonomik ve kültürel sermaye türlerine duyarlı olduğunu ortaya koyar. Habercilik burada, yalnızca bilgi sunmaz; hangi toplumsal gerçekliğin kamusal alanda görünür kılınacağına dair bir normatif çerçeve sunar.

Kaynak Seçimi ve Uzmanlığın Meşrulaştırılması

Medya haberlerinde kullanılan kaynakların kimliği ve niteliği, habere yön veren ideolojik çizginin en açık göstergelerinden biridir. Hangi seslerin “duyulabilir”, hangi görüşlerin “değerli” ve hangi aktörlerin “uzman” ya da “yetkili” kabul edileceği, medya alanında yürütülen simgesel mücadelelerin temel bir boyutunu oluşturur. Bourdieu'nün (1991) simgesel iktidar kuramı, belirli aktörlerin medya söyleminde sürekli ve ayrıcalıklı bir biçimde görünür kılınmasının, yalnızca bireysel itibara değil, daha geniş toplumsal ve sınıfsal yapılara hizmet ettiğini gösterir. Akademik, siyasal ya da ekonomik elitlerin, medya içeriklerinde tekrarlayan biçimde başvurulan kaynaklar olarak yer alması, bu grupların meşru bilgi üreticileri ve temsilcileri olarak konumlarını pekiştirir. Bu durum, haberin tarafsız ve nesnel bir enformasyon aracı olarak işlev görmekten ziyade, toplumsal iktidar yapılarını yeniden üretme mekanizması olarak da işlediğini gösterir. Marjinal, muhalif ya da alt sınıf aktörlerin seslerinin sistematik biçimde dışlanması ya da tali konumlara itilmesi, haberin inşa sürecinde görünmeyen ama güçlü bir ideolojik seçiciliği açığa çıkarır.

Kaynak seçimi, doğrudan medya kurumunun ideolojik yönelimiyle ve içinde konumlandığı sermaye ilişkileriyle bağlantılıdır. Örneğin, bir çevre felaketi haberinde yalnızca şirket temsilcilerinin ya da resmi kurum yetkililerinin görüşlerine yer verilirken, yerel halkın, bağımsız bilim insanlarının ya da çevre aktivistlerinin sesi duyulmazsa, bu yalnızca bir bilgi eksikliği değil; aynı zamanda meşruiyetin hangi aktörler üzerinden üretileceğine dair bilinçli bir tercihtir. Bu nedenle, uzmanlık ve otorite, medya aracılığıyla yalnızca bilgiye dayalı bir nitelik olarak değil; sınıf, statü ve iktidar yapılarını meşrulaştıran ve pekiştiren bir araç hâline gelir. Medya, görünürde “nesnel” bir haber diliyle toplumsal düzenin belirli kesimlerine ayrıcalıklı konumlar tahsis ederken, diğer kesimlerin sesini sınırlandırır ya da görünmez kılar.

Görünürlük, Sessizlik ve Temsil Mücadelesi

Medya içerikleri, yalnızca sundukları bilgilerle değil, hangi konuları, aktörleri ve bakış açılarını görünmez kıldıklarıyla da güçlü ideolojik etkiler üretir. Bu bağlamda, görünürlük ve sessizlik, medya alanındaki simgesel mücadelenin iki tamamlayıcı yüzü olarak işlev görür.

Bourdieu’nün (1996) alan kuramı çerçevesinde, medya alanında “konuşma hakkı” kadar “görünürlük hakkı” da eşitsiz biçimde dağılmıştır. Hangi grupların temsil edileceği, hangi seslerin meşru kabul edileceği ve hangi bakış açılarının susturulacağı, medya üretim süreçlerinin temel ideolojik tercihlerindendir. Marjinal topluluklar, alt sınıflar, etnik azınlıklar ya da kadın hareketleri gibi aktörlerin medya alanında kendilerini ifade edebilmeleri, genellikle belirli çerçevelere uyum sağlama koşuluna bağlıdır. Bu gruplar çoğunlukla stereotipleştirilmiş temsillere indirgenir ya da belirli olay türleriyle ilişkilendirilerek görünür kılınır. Temsil mücadeleleri, yalnızca haber metinlerinin içeriğiyle sınırlı değildir; kullanılan haber formatı, görsel dil, seçilen başlıklar, ses tonu ve haberin medya içerisindeki konumlandırılması da bu sürecin önemli bileşenleridir. Örneğin marjinal bir grubun görünürlüğü, haber bülteninin tali bir bölümünde, düşük profilli bir görsellikle ya da olumsuz bir çerçeveye sunulduğunda, içerik düzeyinde var olmakla birlikte, toplumsal algıda sessizleştirici bir işlev görür. Bu nedenle haber, yalnızca bilgi aktaran bir anlatı değil; toplumsal sınıfların, değerlerin ve ideolojilerin bir söylem alanındaki çarpışmasının sonucudur. Medya, temsil ettiklerinin politikası kadar, temsil etmediklerinin yani sessizleştirdiği ya da görünmez kıldığı aktör ve anlatıların da siyasetiyle doğrudan ilgilidir. Sessizlikler, medya söyleminde en az görünürlük kadar etkili ve belirleyici bir ideolojik araç olarak işlev görür.

Simgesel Şiddetin Günlükleştirilmesi

Pierre Bourdieu'nün "simgesel şiddet" kavramı, toplumsal güç ilişkilerinin görünmez ama etkili biçimlerde bireylerin gündelik deneyimlerine nüfuz etmesini açıklamak için geliştirilmiştir (Bourdieu, 1991). Medya ve habercilik, bu şiddetin en yaygın ve yaygınlaşmış biçimlerinden biri olarak öne çıkar. Habercilik pratikleri, gündelik yaşamı basitleştirerek, yapısal ve sistemik sorunları doğallaştırma eğilimindedir. Bu süreçte, medyanın kullandığı dilsel tercihler, çerçeveleme stratejileri ve tekrar mekanizmaları, toplumsal eşitsizliklerin görünmezleşmesini sağlar ve bunları sanki kaçınılmaz ya da bireysel başarısızlıkların sonucuymuş gibi sunar (Fairclough, 1995; van Dijk, 1998).

Örneğin, yoksulluk haberlerinde sıkça karşılaşılan bir anlatı, yoksulluğu bireysel yetersizlik veya tembellikle ilişkilendirerek, yapısal nedenleri göz ardı eder. Benzer şekilde, göçmenlere yönelik haber dilinde "tehdit" metaforlarının kullanılması, bu grupların maruz kaldığı toplumsal dışlanma ve ayrımcılığı görünmez kılarak, onları toplumsal tehlike olarak kodlar (Esses, Medianu, & Lawson, 2013). Bu tür anlatımlar, sadece belirli gruplara yönelik olumsuz stereotiplerin yeniden üretilmesine değil, aynı zamanda mevcut güç ilişkilerinin yeniden meşrulaştırılmasına da hizmet eder. Bourdieu (1991), simgesel şiddetin doğrudan zorlayıcı veya açık bir baskı biçimi olmadığını, daha çok bilinç dışı içselleştirmeler yoluyla işlediğini belirtir. Medya, bu bilinç dışı yeniden üretimin en önemli araçlarından biridir. Habercilik, ideolojik yapıların taşıyıcısı olarak, yalnızca toplumsal gerçekliği yansıtmakla kalmaz; aynı zamanda bu gerçekliği üretir ve dönüştürür (Althusser, 1971). Haberin içeriğinin yanı sıra, haberin biçimi, ritmi ve hangi seslerin öne çıkarıldığı da simgesel şiddetin işleyişinde kritik bir rol oynar. Medya, belirli sesleri hızlıca yayarken, diğerlerini sistematik olarak geciktirir, sansürler veya tamamen sessizleştirir (Couldry, 2010). Bu durum, medya alanının simgesel iktidar mekanizmalarının anlaşılması için temel bir analiz noktasıdır.

Sonuç olarak, medya ve habercilik aracılığıyla simgesel şiddetin gündelikleştirilmesi, toplumsal eşitsizliklerin doğal ve değişmez olduğu algısını pekiştirir. Bu süreç hem medyanın hem de izleyicinin toplumsal yapıya ilişkin algılarını şekillendirerek, hegemonik güç yapılarını sürdürür ve yeniden üretir.

Algoritmik Alanlar ve Görünürlük

Geleneksel medya alanında görünürlük, başlıca editoryal kararlar, profesyonel gazetecilik normları ve kurumsal meşruiyet çerçevesinde belirlenirken; dijital platformların hâkim olduğu günümüz medya

ekosisteminde bu belirleme gücü, giderek algoritmalarla devredilmiştir. Artık haber ve bilgi akışının dinamikleri, editörlerden çok platformların kodladığı görünürlük düzenekleri tarafından şekillendirilmektedir. Öneri motorları, sıralama algoritmaları, trend belirleme sistemleri ve kullanıcı davranışına dayalı kişiselleştirilmiş akışlar, hangi içeriklerin dolaşıma gireceğini, hangi anlatıların görünür kılınacağını ve hangi seslerin marjinalize edileceğini büyük ölçüde tayin eder. Bu süreçte algoritmalar yalnızca teknik araçlar değil; kullanıcı deneyimini ve anlam dünyasını yönlendiren yeni bir *simgesel otorite* işlevi üstlenmektedir. Kullanıcıların bilgiye erişim yolları, gündem algıları ve toplumsal meseleleri kavrama biçimleri, bu algoritmik filtrelerden geçerek biçimlenir. Bu yeni görünürlük rejimi, “dikkat ekonomisi” (attention economy) adı verilen özgül bir iktidar biçimini de beraberinde getirmiştir. Burada sermaye üretimi, doğrudan maddi kaynaklardan değil, kullanıcıların dikkat süresi, etkileşim davranışları ve üretilen veri üzerinden sağlanır. Kullanıcının dikkatini çekmek ve sürdürmek hem ekonomik değer hem de simgesel güç kaynağı hâline gelmiştir. Böylece ekonomik sermayenin simgesel sermayeye dönüşümü yeni biçimler kazanır. Geleneksel medya alanında görünürlük, içerik kalitesi ya da kurumsal prestij üzerinden elde edilirken; dijital ortamda bu görünürlük, teknik altyapıya, platform politikalarına ve algoritmik tasarımlara sıkı sıkıya bağlıdır. Sonuç olarak, medya alanındaki pozisyon mücadeleleri de bu yeni koşullara göre yeniden biçimlenmektedir. Bilgi ve söylemin dolaşımı artık yalnızca insan aktörlerin değil, yazılımların ve veri mimarilerinin de etkilediği bir alan hâline gelmiş; görünürlük ise salt gazetecilik ya da anlatı üretiminin değil, aynı zamanda teknik tasarım ve platform kontrolünün de bir ürünü olmuştur.

Dijital Habitus ve Platformlaşmış Habercilik

Dijitalleşmenin ve sosyal medya platformlarının yükselişi, sadece içeriklerin dolaşım biçimini değil, aynı zamanda medya profesyonellerinin habitus olarak tanımlanan davranış ve düşünce kalıplarını da kökten değiştirmektedir. Bu değişim, özellikle Bourdieu’nün medya alanına ilişkin teorik çerçevesinde değerlendirildiğinde, gazetecilik pratikleri ve alan içi konumlandırmalar açısından kritik bir yeniden yapılanma süreci olarak karşımıza çıkar.

Habitus, bireylerin toplumsal koşullar tarafından şekillenen ve aynı zamanda bu koşulları yeniden üreten davranış ve düşünce yapılarının bütünüdür. Geleneksel medya ortamında gazetecilerin habitusu; doğrulama, kaynak çeşitliliği, tarafsızlık ve etik ilkeler üzerine kuruluydu. Gazetecilik, kamu yararını gözeten ve bilgiye dayalı bir meslek olarak konumlanıyordu.

Ancak dijital platformların egemenliği, bu geleneksel habitusu dönüştürerek yeni normlar ve beklentiler getirdi. Artık medya profesyonelleri, hız, viralite, kullanıcı etkileşimi ve paylaşım oranı gibi metrik temelli performans göstergelerine göre değerlendiriliyor. Bu, gazetecilik pratiklerinin hız ve popülerlik odaklı yeniden şekillenmesine neden oldu. Dijital platformlar, algoritmalar aracılığıyla içeriklerin görünürlüğünü belirler. Bu algoritmalar, kullanıcıların ilgi ve davranışlarını ölçerek, en çok etkileşim alan içerikleri önceliklendirir. Sonuç olarak, medya aktörleri içeriklerini platformların mantığına uygun hale getirmek zorunda kalır. Bourdieu'nün kavramsallaştırmasıyla, bu sadece pratiklerin değil, aynı zamanda aktörlerin "sosyal konumlandırmasının" da dönüşümü demektir. Gazeteciler artık sadece haber üreticisi değil, aynı zamanda kendi kişisel markasını oluşturan, görünürlük için yarışan ve sosyal medya algoritmalarına göre içerik biçimlendiren birer "dijital aktör" haline gelir.

Dijital Habitus'un Özellikleri

Performans Odaklılık: Gazeteciler, haberin doğruluğundan önce, içeriğin hızla yayılması ve etkileşim alması için çalışır.

Kişisel Marka İnşası: Medya profesyonelleri, sosyal medyada takipçi sayısı, beğeni ve paylaşım gibi göstergelerle ölçülen kişisel markalarını oluşturur ve yönetir.

Çoklu Rol ve Esneklik: Gazeteciler, aynı zamanda içerik üreticisi, editör, pazarlamacı ve etkileşim yöneticisi rollerini üstlenir.

Algoritmik Uyum: İçerik üretimi, platform algoritmalarının gerektirdiği format ve tempo ile uyumlu hale getirilir.

Dijital Habitus'un Medya Alanına Etkileri

1. **Habitus'un Dönüşümü Alanın Yapısını Değiştirir:** Dijital platformların hakimiyeti, gazetecilik alanının geleneksel yapısal kodlarını değiştirir; yeni normlar, medya alanı içindeki güç ilişkilerini yeniden şekillendirir.
2. **Mesleki Etik ve Kalite Endişeleri:** Hız ve viralite odaklı içerik üretimi, doğruluk ve derinlikten ödün verme riskini beraberinde getirir. Bu da medya güvenilirliğini zayıflatabilir.
3. **Bireysel Rekabetin Artışı:** Dijital aktörlerin görünürlük ve takipçi kazanma mücadelesi, dayanışma yerine rekabeti artırabilir.
4. **Platform Bağımlılığı:** Gazetecilik pratikleri, platform algoritmalarının değişken doğasına bağlı hale gelir; bu durum haber üretiminin öngörülebilirliğini ve sürdürülebilirliğini zorlaştırır.

5. Kullanıcı Katılımının Çift Yönlü Etkisi: Kullanıcıların içerik üretimine katılımı demokratikleşmeyi desteklerken, aynı zamanda dezenformasyon ve kutuplaşma risklerini de artırır.

Örneğin:

Hız Rekabeti: COVID-19 pandemisi sürecinde haber siteleri, hızlı bilgi yayma yarışında yanlış ya da eksik bilgileri hızla servis etti.

Kişisel Marka: Gazeteciler, Twitter ve Instagram gibi platformlarda aktif olarak takipçi toplamak ve haberlerini burada öne çıkarmak için stratejiler geliştirmekte.

Algoritmik Uyum: YouTube ve TikTok gibi video platformlarında, haber içerikleri kısa, görsel ağırlıklı ve dikkat çekici biçimde sunulmakta.

Sonuç olarak dijital platformlar gazetecilik pratiğini ve medya alanını radikal biçimde dönüştürürken, Bourdieu'nün habitus kavramı bu değişimi anlamak için güçlü bir araç sunmaktadır. Dijital habitus, medya profesyonellerinin rollerini, davranışlarını ve değerlerini yeniden şekillendirirken, haber üretiminin kalitesi, etik ve kamu yararı gibi temel meseleler üzerinde yeni tartışmalar açar. Bu nedenle, platformlaşmış haberciliği anlamak, sadece teknolojik bir değişimi değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve mesleki yapıların derin dönüşümünü kavramayı gerektirir.

Platform Kapitalizmi ve Simgesel Rıza Üretimi

Dijital platformların sahiplik yapısı ve bu yapıların medya alanı üzerindeki etkisi, çağdaş iletişim ekosisteminin en kritik dönüşüm alanlarından biridir. Google, Meta, Amazon, X (eski adıyla Twitter) gibi teknoloji devleri, yalnızca teknik altyapının değil; içerik politikalarının, veri ekonomisinin ve reklam odaklı finansal modellerin başat aktörleri hâline gelmiştir. Bu gelişme, medya alanının Bourdieu'nün tanımladığı özerklik ilkesini büyük ölçüde aşındırmaktadır. Artık ekonomik ve teknik sermaye, doğrudan simgesel iktidarın temel belirleyicileri arasında yer almakta; medya üretiminin normatif, estetik ve etik sınırları algoritmik düzenlemeler ve platform politikaları aracılığıyla yeniden çizilmektedir. Platform kapitalizmi olarak adlandırılan bu yapı, kullanıcıların gönüllü katılımını sürekli veri üretimiyle iç içe geçirerek klasik anlamda *rıza üretiminin dijitalleşmiş bir biçimini* ortaya koymaktadır. Kullanıcılar, görünüşte özgür seçimler yaparken örneğin içerik üretmek, paylaşmak veya etkileşime girmek bu faaliyetleri üzerinden devasa veri havuzlarının inşasına katkıda bulunmakta ve böylece kendi deneyimlerini şekillendiren algoritmik düzeneklerin yeniden üretilmesine hizmet etmektedirler.

Bu bağlamda Bourdieu'nün (1991) simgesel iktidar anlayışı güncellenerek değerlendirilebilir: Rıza, artık açık baskı ya da zor yoluyla değil; gündelik dijital pratiklerin doğallaştırılması, kullanıcı alışkanlıklarının algoritmik olarak şekillendirilmesi ve bu süreçlerin büyük ölçüde görünmezleştirilmesi yoluyla inşa edilmektedir. Kullanıcılar, platformların önceden kodlanmış tercih mimarileri içinde hareket ederken, bu yapının dışsal doğasına dair farkındalık geliştirmekten çoğu zaman yoksun kalmaktadırlar. Dolayısıyla platform kapitalizmi, yalnızca ekonomik değil, derin bir *simgesel iktidar* rejimi de kurmakta; medya alanını piyasa dinamiklerinin ötesinde, yeni türden bir dijital hegemonya ekseninde dönüştürmektedir.

Karşı-Hegemonik Potansiyel ve Yeni Direniş Alanları

Dijital medya, yapısal engellere ve egemen güçlerin baskısına rağmen, daha önce görünmez kalan ya da sesleri kısılan alternatif ve muhalif hareketlere kendilerini ifade edebilecekleri yeni alanlar açıyor. Feminist hareketlerden çevreci aktivistlere, queer topluluklarından sınıf temelli mücadelelere kadar pek çok grup, dijital platformları kendi seslerini duyurmak, farklı bakış açılarını yaymak için kullanıyor. Klasik medyanın sınırlarının dışına itilen bu sesler, dijital dünyada kısıtlı da olsa karşıt anlatılar oluşturabiliyor. Ancak bu özgürlük ve görünürlük tamamen engelsiz değil. Dijital platformların görünürlük algoritmaları, içeriklerin ne kadar öne çıkacağını belirliyor ve bu algoritmalar çoğu zaman egemen yapıların işine yarayan sonuçlar üretiyor. Karşı-hegemonik hareketlerin bu görünürlüğü kazanabilmesi için platformların kurallarına, teknik işleyişine uyum sağlaması gerekiyor. Yani, muhalif sesler de bu sistemin içinde var olmaya çalışırken, kendi direnişlerini platformun dayattığı sınırlamalarla harmanlamak zorunda kalıyorlar. Bu da direnişi sadece içerikle değil, aynı zamanda dijital ortamda görünür olma biçimi ve estetiğiyle de şekillenen karmaşık bir mücadele haline getiriyor. Sonuç olarak dijital medya, iktidarın dağıtıldığı ama aynı zamanda yeni merkezlerin kurulduğu, çok katmanlı ve sürekli değişen bir alan haline geliyor. Burada direniş ve egemenlik birbirini besliyor, birbirine meydan okuyor; her ikisi de kendine alan açmak için mücadele ediyor. Bu yüzden dijital ortam, sadece teknoloji ya da içerik meselesi değil; güç ilişkilerinin yeniden yazıldığı, dönüştüğü bir sosyal sahne olarak ele alınmalı.

Sonuç

Medya, toplumsal gerçekliği sadece yansıtmakla kalmaz; aynı zamanda onu şekillendirir ve anlamlandırır. Bu yönüyle, iktidarın en görünmez ama en etkili biçimlerinden birinin sahnesi olarak işlev görür. Medya alanında yer alan aktörler, sahip oldukları farklı sermaye türleri ve içselleştirdikleri habitus

doğrultusunda, meşruiyet üretiminden temsil pratiklerine kadar çok katmanlı bir mücadele yürütürler. Bourdieu'nün alan kuramı, bize bu mücadelenin yüzeydeki görünümünün ötesine bakma imkânı sağlar; hangi seslerin neden duyulduğunu, hangi gerçekliklerin neden önceliklendirildiğini ve hangi sessizliklerin yapısal olduğunu anlamamıza olanak tanır. Dijitalleşmenin getirdiği dönüşüm ise sadece teknolojik bir değişim değil; aynı zamanda simgesel iktidarın yeniden yapılandığı bir süreci beraberinde getirir. Dijital platformlar, algoritmalar ve dikkat ekonomisine dayalı yeni medya düzeni, klasik habercilik normlarını köklü şekilde değiştirirken, görünürlük, erişim ve temsil gibi iletişimsel ayrıcalıkları yeniden dağıtır. Bu yeni düzen, medya alanının yapısını ve aktörlerin stratejilerini baştan tanımlarken, iktidarın artık yalnızca içerik aracılığıyla değil, aynı zamanda yapısal tasarım ve teknik altyapı üzerinden de işlediğini gösterir. Bu nedenle medya alanı, salt bir iletişim mecrası olmaktan öte; toplumun kültürel hiyerarşilerini, sınıfsal ayrımlarını ve ideolojik yapılarını yeniden inşa eden simgesel bir mimari olarak ele alınmalıdır. Bu mimarinin eleştirel bir bakışla çözümlemesi, iletişim sosyolojisinin yalnızca medya içeriklerine değil, bu içeriklerin nasıl üretildiği, dolaşıma girdiği ve kabullenildiği koşullara da odaklanması gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Dijital Gözetim ve Katılım: Yeni Medya Çağında Toplumsal Denetim Mekanizmaları

Giriş

21. yüzyılın dijital teknolojileri, toplumsal gözetim biçimlerini yalnızca teknik olarak değil, sosyolojik anlamda da yeniden tanımlamıştır. Gözetim artık yukarıdan aşağıya, merkezi bir otoritenin bireyleri izlediği panoptik bir yapı olmaktan çıkmış; yatay, katılımcı ve çoğu zaman gönüllü bir biçim almıştır. Bu dönüşüm, bireylerin hem gözetlenen hem de gözetleyici pozisyonuna yerleştiği yeni bir denetim rejimini mümkün kılmıştır. Sosyal medya, mobil uygulamalar, konum tabanlı servisler ve yapay zekâ destekli algoritmalarla örülü bu yeni sistem, klasik gözetim teorilerinin ötesine geçerek “dijital gözetim toplumu” kavramını gündeme getirmiştir. David Lyon (2018), gözetimin artık yalnızca devlet aygıtları tarafından değil, platform kapitalizminin merkez aktörleri tarafından da sistematik olarak uygulandığını ve bireylerin veri izleri üzerinden sürekli bir sınıflandırma, filtreleme ve öngörüye maruz kaldığını belirtir. Burada gözetim, bireylerin mahremiyetine yönelik bir tehditten çok daha fazlasıdır; aynı zamanda ekonomik değer üretiminin, sosyal kontrolün ve kimlik inşasının temel aracıdır. Gözetim, artık yalnızca görmek değil; geleceği öngörmek ve davranışı şekillendirmekle ilgilidir (Zuboff, 2019). Bu yeni rejim içinde bireyler, yalnızca gözetimin nesnesi değil, aynı zamanda gönüllü katılımcısı hâline gelmektedir. “Gözetim öznesi” aynı zamanda bir “gözetim aktörü”ne dönüşür. Sosyal medya kullanıcıları, sürekli içerik üreterek, konum paylaşarak, diğer bireyleri yorumlarıyla denetleyerek ve algoritmaların davranışsal yönlendirmesine boyun eğerek yeni bir “katılım yoluyla denetim”

biçimini hayata geçirmektedir (Andrejevic, 2007). Böylece katılım, yalnızca demokratikleşme ya da ifade özgürlüğü anlamına gelmez; aynı zamanda dijital sistemin sürekliliğini sağlayan bir denetim aracına da dönüşür. Bu bağlamda Michel Foucault'nun panoptikon modeli, dijital çağda yalnızca merkezî bir gözetim metaforu olarak değil, bireyin kendi davranışlarını sürekli izleyerek düzenlediği “oto-gözetim” rejiminin öncülü olarak da yeniden okunmalıdır. Ancak günümüzde bu gözetim, artık yalnızca “bakış”a değil; algoritmalara, yazılımlara ve kullanıcı etkileşimlerine dayanır. Bu, Foucault'nun disiplinler toplum kavramını “veri-temelli biopolitika”ya dönüştüren bir süreçte işaret eder. Dijital gözetim ve katılımın kesiştiği bu yeni düzlem, klasik liberal özgürlük söylemleriyle çelişen bir ikilemi de içinde barındırır: Bireyler, özgürce paylaşım yaparken aslında davranışları sistematik biçimde sınıflandırılmakta, öngörülmekte ve yönlendirilmektedir. Bu durum, “gönüllü mahremiyet kaybı” (voluntary self-disclosure) gibi kavramların akademik literatürde giderek daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur (Marwick & boyd, 2014). Bireyler, dijital alanlarda yalnızca var olmakla kalmaz, kendi gözetim altyapılarını da aktif biçimde inşa eder. Bu bölümde, dijital gözetim sistemlerinin yapısal ve kültürel boyutları, bireylerin bu sistemlere nasıl entegre olduğu, katılımın nasıl bir denetim mekanizmasına dönüştüğü ve bu süreçlerin toplumsal eşitsizlikleri nasıl yeniden ürettiği çok boyutlu olarak analiz edilecektir. Ayrıca, gözetim kapitalizmi, platform algoritmaları, kullanıcı davranışlarının öngörülmesi ve yeni gözetim normlarının gündelik hayata yerleşme biçimleri kuramsal ve ampirik perspektiflerden tartışmaya açılacaktır.

Gözetim Kuramları: Panoptikon'dan Algoritmaya

Gözetim, modern toplumların iktidar ilişkilerini anlamada merkezi bir kavramdır. Tarihsel olarak, Michel Foucault'nun (1975) ünlü “panoptikon” metaforu, merkezi bir gözlemci konumunun bireylerin davranışlarını içselleştirerek kendi kendilerini denetlemesini sağlaması üzerinden, disiplinler toplumun denetim mekanizmasını açıklamıştır. Ancak dijitalleşmeyle birlikte gözetim, artık sadece merkezi bir otoritenin bireyleri izlediği hiyerarşik bir süreç olmaktan çıkmış; çok aktörlü, dağıtık ve katılımcı bir yapıya evrilmiştir.

Bugün, algoritmalar ve yapay zekâ sistemleri, kullanıcıların çevrimiçi davranışlarını izleyip analiz ederek, sadece gözlemlemekle kalmaz; aynı zamanda davranışları tahmin eder, yönlendirir ve şekillendirir (Lyon, 2018; Zuboff, 2019). Bu bağlamda, gözetim artık “veri temelli biopolitika” (Lyon, 2018) olarak adlandırılan hem biyolojik hem dijital yaşamın sürekli izlenip yönetildiği bir süreçtir. Aynı zamanda, bireyler sosyal medya ve dijital platformlarda aktif olarak veri üretirken, bu veriler aracılığıyla kendi gözetim

süreçlerinin hem nesnesi hem de öznesi haline gelirler (Andrejevic, 2007). Bu, Foucault'nun oto-gözetim kavramının günümüz dijital teknolojileriyle yeni biçimler kazanmış halidir. Dolayısıyla, klasik panoptikon modelinden algoritmik gözetim sistemlerine geçiş, sadece teknolojik bir dönüşüm değil; iktidar ilişkilerinin ve birey-otorite dinamiklerinin radikal bir yeniden yapılandırılmasıdır.

Bu bölümde, gözetim kuramlarının tarihsel gelişimi ile dijital çağın karmaşık, çok katmanlı ve çoğu zaman görünmez olan algoritmik gözetim pratikleri detaylı biçimde incelenecektir. Böylece, gözetimin sadece “bakmak” değil, davranışı şekillendirme ve normatif süreçleri yeniden üretme işlevi üzerinde durulacaktır.

Foucault'nun Panoptizmi: Disipliner İktidarın Mekânı

Gözetim kuramlarının temel taşlarından biri olan Michel Foucault (1977), *Disiplin ve Ceza* adlı eserinde Jeremy Bentham'ın panoptikon hapishane modelini, modern toplumun mikro iktidar yapılarını açıklamak için metaforik bir çerçeveye dönüştürmüştür. Panoptikon'da birey, sürekli gözlemlenme ihtimali altında kendi davranışlarını düzenler; böylece dışsal zorlama olmaksızın içselleştirilmiş bir itaat biçimi doğar. Foucault'nun bu yaklaşımı, gözetimin yalnızca teknik değil, aynı zamanda epistemolojik bir işleyiş biçimi olduğunu ortaya koyar: Görmek, bilmek ve düzenlemek aynı düzlemde birleşir. Foucault'ya göre modern toplumlar, cezalandıran iktidardan disipline eden iktidara geçmiştir; burada gözetim, görünür olmadan çalışan ve normatif standartlar üreten bir mekanizma olarak işler. Disiplin kurumları (hapishaneler, okullar, hastaneler, fabrikalar) bireyleri normatif davranış kalıplarına uyumlu hale getirmek üzere gözetim işlevini üstlenir. Ancak dijital çağda bu kurumların yerine algoritmalar, veri akışları ve kullanıcı arayüzleri geçmiştir. Dolayısıyla panoptik gözetim artık fiziksel mekâna bağlı olmaktan çıkmış, veri mimarisine yerleşmiştir.

Deleuze'nin Kontrol Toplumu: Akışkan ve Algoritmik Denetim Biçimleri

Gilles Deleuze (1992), Michel Foucault'nun disiplin toplumuna ilişkin kuramını günümüz dijital gerçeklikleri bağlamında yeniden yorumlar ve klasik disiplin yapılarının yerini alan “kontrol toplumu” kavramını ortaya koyar. Disiplin toplumunda denetim, fabrikalar, okullar ve hapishaneler gibi fiziksel kurumlar aracılığıyla sabit, somut mekânlarda gerçekleşirken; kontrol toplumunda bu sınırlar belirsizleşmiş, denetim mekanizmaları fiziksel mekânların dışına çıkarak dijital ağlar ve yazılım kodları üzerinden akışkan ve sürekli bir biçimde işler.

Deleuze'e göre artık bireyler, belirli kurumlarca hapsedilmek veya sabit kurallara göre denetlenmek yerine, veri akışları içinde izlenmekte ve düzenlenmektedir. Bu süreçte gözetim merkezi bir gözlemciden çok, dağınık ve çoğunlukla görünmez olan algoritmik sistemler aracılığıyla yürür. Örneğin, sosyal medya platformları, arama motorları ve mobil uygulamalar kullanıcıların hareketlerini, tercihlerini ve etkileşimlerini sürekli takip ederek, onları sadece pasif olarak gözlemekle kalmaz; aynı zamanda davranışları yönlendirmek, öngörmek ve buna göre müdahale etmek üzere programlanmıştır (Lyon, 2018; Zuboff, 2019). Kontrol toplumunda, artık “nerede olduğun” değil, “ne yaptığın”, “hangi içeriklere tıkladığın”, “ne zaman ve ne sıklıkla çevrim içi olduğun” gibi daha incelikli, dinamik veriler izlenir. Bu veriler sadece bireysel davranışların değil, aynı zamanda arzuların, alışkanlıkların ve sosyal eğilimlerin kapsamlı bir haritasını çıkarma işlevi görür. Böylece, denetim mekanizması daha önceki disiplin toplumundaki sabit sınırların ötesine geçerek, bireyin yaşamının her anına nüfuz eden, esnek ve özelleşmiş bir kontrol formuna dönüşür. Deleuze'ün kontrol toplumu teorisi, dijital çağın iktidar ilişkilerini anlamak için kritik bir kavramsal çerçeve sunar; çünkü bu teori, gözetimin sadece dışsal bir baskı veya kontrol biçimi olmadığını, aynı zamanda bireyin kendi davranışlarını ve arzularını biçimlendirdiği bir içselleştirme süreci olduğunu vurgular. Algoritmik sistemler bireylerin seçimlerini ve hatta bilinçdışı eğilimlerini yönlendirerek hem görünür hem de görünmez yollarla bir “kontrol ağı” oluşturur. Bu ağ, ekonomik sermaye ile simgesel iktidarın kesişiminde, bireylerin davranışlarını düzenleyerek dijital ortamda yeni biçimler alan bir iktidar pratiği yaratır. Özetle, Deleuze'ün kontrol toplumu kavramı, dijital çağda gözetimin sınırlarını ve işleyiş biçimlerini derinlemesine anlamak için vazgeçilmez bir perspektif sunar. Bu çerçevede gözetim, artık mekanik bir “bakma” eylemi olmaktan çıkar; onun yerini, sürekli akan veri ve algoritmalarla kurulan, bireylerin davranışlarını şekillendiren karmaşık ve akışkan bir denetim ağı alır.

Gözetim Ağları ve Meta-Gözetim: Haggerty & Ericson'un Yaklaşımı

Kevin Haggerty ve Richard Ericson (2000), klasik panoptik gözetim modelinin dijital çağın karmaşıklığını açıklamada yetersiz kaldığını vurgulayarak, gözetim pratiklerinin çok daha dağınık, çok aktörlü ve ağsal bir yapıya evrildiğini savunurlar. Bu bağlamda geliştirdikleri “gözetim bileşenlerinin bir araya gelişi” (surveillant assemblage) kavramı, günümüz gözetim sistemlerini anlamak için anahtar bir kavramsal çerçeve sunar. Haggerty ve Ericson'a göre artık gözetim, merkezi ve tek yönlü bir “bakış”tan

ibaret değildir. Bunun yerine, sağlık kayıtları, sosyal medya aktiviteleri, yüz tanıma teknolojileri, GPS verileri gibi birbirinden farklı, parçalanmış ve dağıtık veri kaynaklarının, gelişmiş teknolojilerin ve çeşitli kurumların karmaşık bir ağı aracılığıyla gerçekleştirilir. Bu yapı içinde birey, bütünlüklü bir özne olmaktan çıkar; farklı veri noktalarına bölünür, kodlanır ve istatistiksel olarak yeniden inşa edilir. Örneğin, bir kişinin dijital izleri yalnızca sosyal medya paylaşımlarını değil, aynı zamanda fiziksel hareketlerini, sağlık geçmişini ve ekonomik tercihlerini de içine alan geniş bir veri ekosisteminin parçaları haline gelir. Bu çok katmanlı gözetim ağı, aynı zamanda “meta-gözetim” kavramını da beraberinde getirir. Meta-gözetim, bireylerin hem gözetlenen hem de gözetken konumunda olduğu bir durumu ifade eder. Günümüz dijital kullanıcıları, yalnızca kurumsal gözetim sistemlerinin hedefi olmakla kalmaz; aynı zamanda başkalarını gözetler, kendi davranışlarını izler ve gözetim süreçlerini anlamaya çalışarak kendi görünürlüklerini stratejik biçimde yönetirler. Örneğin, sosyal medya kullanıcıları paylaşımlarını dikkatle seçerek veya gizlilik ayarlarını düzenleyerek kendi verilerinin nasıl kullanılacağını kontrol etmeye çalışır. Haggerty ve Ericson’un analizine göre, bu süreç gözetimin artık sadece devlet ve kurumsal aktörlere ait bir araç olmaktan çıkıp, kültürel, sosyal ve bireysel pratiklerle iç içe geçmiş çok boyutlu bir sistem haline geldiğini ortaya koyar. Dijital gözetim, yalnızca zorlayıcı bir kontrol mekanizması değil; aynı zamanda bireylerin kendi öz-denetimlerini ve başkaları üzerindeki denetimlerini düzenledikleri, karmaşık ve sürekli evrilen bir ilişki ağıdır. Bu yaklaşım, günümüz toplumunda gözetim pratiklerinin çok katmanlı ve etkileşimli doğasını anlamak için kritik bir perspektif sunar; çünkü bireylerin hem gözetlenme hem de gözetme rolleri arasındaki dinamik ilişkiyi göz ardı etmeden, dijital çağın sosyal ve kültürel dönüşümlerini açıklamaya olanak verir.

Gözetim Kapitalizmi: Zuboff’un Davranışsal Fazlalık Kavramı

Shoshana Zuboff (2019), dijital çağda yükselen ekonomik ve toplumsal düzeni “gözetim kapitalizmi” kavramı çerçevesinde kapsamlı biçimde analiz eder. Zuboff’a göre, dijital platformlar kullanıcıların çevrimiçi davranışlarından topladıkları verileri yalnızca hizmet geliştirme amacıyla kullanmaz; bu veriler, ekonomik bir değeryaratmak üzere “davranışsal fazlalık” (behavioral surplus) olarak adlandırılan bir meta formuna dönüştürülür. Bu kavram, kullanıcıların dijital izlerinin, şirketlerin gelecekteki davranışları tahmin etmesi ve yönlendirmesi için topladığı fazladan veri anlamına gelir ve sermaye birikiminde yeni bir aşamayı temsil eder (Zuboff, 2019). Gözetim kapitalizmi, sadece bireylerin geçmiş davranışlarını izlemekle kalmaz; aynı zamanda bu veriler aracılığıyla gelecekteki kararları tahmin ederek, bireylerin

davranışlarını manipüle eder ve kontrol eder. Bu süreçte, bireyler özne olmaktan çıkarak, algoritmik sistemlerin öğrenme nesneleri haline gelirler. Dolayısıyla, dijital platformlar üzerinde bireysel tercihler, algoritmalar tarafından analiz edilir ve ekonomik çıkarlar doğrultusunda şekillendirilir (Zuboff, 2019).

Mahremiyetin buharlaşması, gözetim kapitalizminin temel sorunlarından biridir. Zuboff (2019), bireylerin veri toplama süreçlerine aktif rıza göstermediğini, bunun yerine veri toplamanın çoğunlukla algoritmik varsayımlara dayandığını vurgular. Bu durum, yalnızca bireysel özgürlüklerin sınırlarını zorlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal çeşitlik ve demokratik katılım olanaklarını da derinden etkiler. Böylece, dijital gözetim sistemleri, sadece teknolojik bir sorun değil, aynı zamanda politik ve sosyal bir iktidar biçimi olarak ortaya çıkar (Zuboff, 2019). Gözetim kapitalizmi, sadece devletin gözetim araçları veya teknoloji şirketlerinin veri toplama uygulamaları ile sınırlı kalmaz. Zuboff (2019), bu yapıyı karmaşık, çok katmanlı ve ekonomik çıkarlarla iç içe geçmiş bir iktidar rejimi olarak tanımlar. Bireylerin verilerini gönüllü olarak sağladığı, algoritmik tahminlerin kullanıldığı ve ekonomik karların ön planda olduğu bu rejim, dijital çağın yeni güç ilişkilerini şekillendirir. Sonuç olarak, Zuboff'un gözetim kapitalizmi kavramı, dijital teknolojilerin bireysel mahremiyet, özgürlük ve toplumsal katılım üzerindeki etkilerini anlamak için kritik bir kuramsal araçtır. Bu kavram, teknolojik yeniliklerin ardında yatan karmaşık ekonomik ve politik iktidar dinamiklerini gözler önüne serer (Zuboff, 2019).

Katılımcı Gözetim: Gönüllü Mahremiyet Kaybı ve Sayısal Denetim

Dijital çağın gözetim pratikleri, geleneksel, tek taraflı ve merkezî otoriteye dayalı kontrol paradigmalarından radikal bir sapmayı işaret eder. Bu yeni paradigmada, bireyler yalnızca pasif gözetim nesneleri olmanın ötesine geçer; aktif olarak kendi mahremiyetlerini ifşa eden, başkalarını gözetleyen ve gözetim ağlarının işleyişine doğrudan katkı sağlayan öznenin konumuna yükselir. Albrechtslund'un (2008) tanımıyla "katılımcı gözetim" (participatory surveillance), modern dijital ekosistemlerde gözetimin çok aktörlü, dağıtık ve etkileşimli doğasını anlamak için kavramsal bir çerçeveye sunar.

Katılımcı gözetim, bireylerin rızası ve bilinçli ya da bilinçsiz katkıları aracılığıyla ortaya çıkan gözetim biçimlerini kapsar. Sosyal medya platformlarında kullanıcıların paylaştığı kişisel bilgiler, konum verileri, görsel ve işitsel içerikler, aynı zamanda başka kullanıcıların davranışlarını gözlemleyip değerlendirmeleri, dijital gözetimin temel yapıtaşlarını

oluşturur. Bu süreç, sadece bireyin kendisine dair bilgilerin ifşasını değil, aynı zamanda sosyal ilişkiler üzerinden birbirlerinin izlenmesini, normatif beklentiler ve sosyal denetim mekanizmalarının yeniden üretimini mümkün kılar.

Bu yeni denetim rejimi, Foucault'nun "disipliner toplum" analizinden farklı olarak, bireyin sadece iktidar tarafından kontrol edilmediği; aynı zamanda kendi davranışlarını izleyip düzenlediği, başkalarının davranışlarını gözetleyerek sosyal normların içselleştirildiği bir "oto-gözetim" mekanizmasını işler hale getirir (Foucault, 1977). Ancak dijital platformlarda bu oto-gözetim, merkezi bir güçten ziyade dağıtık algoritmik yapılar ve kullanıcıların karşılıklı etkileşimleri üzerinden örgütlenir. Bu bağlamda katılımcı gözetim, hem iktidarın mikro-pratiklere nüfuz etmesinin hem de bireylerin sosyal ilişkilerinde ortaya çıkan yeni güç dinamiklerinin bir izdüşümü olarak görülür. Ayrıca, katılımcı gözetim kavramı "gönüllü mahremiyet kaybı" (voluntary self-disclosure) ile yakından ilişkilidir (Marwick & boyd, 2014). Dijital kullanıcılar, kişisel verilerini bilinçli olarak paylaşıırken, bu eylemin sonuçlarını tam anlamıyla kavrayamayabilir; bu durum hem bilginin üretiminde hem de kullanımında asimetrik güç ilişkilerini yeniden üretir. Kişisel verilerin ticari meta haline gelmesi, gözetimin ekonomik sermayeye dönüşüm sürecini hızlandırırken, bireyin mahremiyetinin pazarlanabilir bir nesneye dönüşmesini de beraberinde getirir (Zuboff, 2019). Bu katılımcı yapının karmaşıklığı, gözetimin bir yandan bireysel özgürlük alanlarını genişletirken, diğer yandan toplumsal denetim mekanizmalarını daha incelikli ve yaygın biçimlerde içselleştirilmesine zemin hazırlar. Dijital platformlar aracılığıyla yürütülen gözetim, kullanıcıların rızasıyla meşrulaştırılırken, aynı zamanda veri altyapılarının karmaşıklığı ve şeffaflık eksikliği nedeniyle eleştirel bir okuma ve politik müdahale gerektirir. Bu durum, dijital gözetimin hem yapısal hem kültürel boyutlarının çok katmanlı bir şekilde incelenmesini zorunlu kılar. Sonuç olarak katılımcı gözetim, modern toplumlarda iktidar ilişkilerinin ve sosyal kontrolün yeniden biçimlendiği, bireylerin pasif nesneler olmaktan çıkarak aktif denetim aktörlerine dönüştüğü bir paradigma olarak ortaya çıkar. Bu yeni gözetim formu hem teknik altyapılar hem de sosyal pratikler ekseninde kapsamlı bir analiz gerektirir; zira bireylerin katılımı, gözetimin yaygınlaşmasını ve derinleşmesini mümkün kılan temel dinamiklerden biridir.

Gözetimden Katılıma: Davranışların Gönüllü Görselleştirilmesi

Sosyal medya platformları, bireylerin günlük hayatlarına dair en özel ve en sıradan ayrıntıları sistematik olarak görünür kıldığı mecralar haline gelmiştir. Kullanıcılar; sosyal ilişkilerini, mekânsal konumlarını, tüketim

tercihlerini, duygusal durumlarını ve ideolojik duruşlarını açıkça paylaşarak, dijital ortamda sosyal aidiyet, kimlik inşası ve görünürlük süreçlerine aktif biçimde katılırlar. Bu davranışlar, salt bireysel bir ifade özgürlüğü olarak görülmemeli; aynı zamanda dijital altyapılar tarafından sürekli veri üretimine, davranışların izlenmesine ve sosyal normların yeniden üretimine hizmet eden işlevsel pratikler olarak anlaşılmalıdır. Katılım, burada özgürlük alanından çok bir zorunluluk ve normatif bir beklenti haline dönüşür. Boyd ve Marwick'in (2011) "açıklık baskısı" (context collapse) kavramı, bu durumu kavramsallaştırmak için merkezi bir rol oynar. Kullanıcılar, dijital platformlarda farklı sosyal çevrelerden, kültürel bağlamlardan ve güç dinamiklerinden gelen çoklu izleyicilere aynı anda hitap etmek zorundadır. Bu durum, paylaşılan içeriklerin kapsamlı bir gözetim mekanizmasına tabi olması ve kullanıcıların kendilerini bu gözetim mantığına göre yeniden biçimlendirmesi sonucunu doğurur. Bireyler, bu çok katmanlı izleyici kitlesi karşısında, davranışlarını ve paylaşımlarını "izlenmeye uygun" kılmak için sürekli bir öz-düzenleme sürecine girerler. Böylece mahremiyet, dışarıdan gelen müdahalelerin ötesinde, içeriden yani bireyin kendi iradesiyle aşındığı, çözülmeye başladığı bir dönüşüm yaşar. Bu gönüllü mahremiyet kaybı, bireylerin kendilerini gözetim ortamına aktif olarak entegre ettikleri, gözetimin yaygınlaşmasını ve derinleşmesini kolaylaştıran bir mekanizma olarak işlev görür. Bu bağlamda dijital katılım hem bireysel öznenliğin inşasında hem de sosyal kontrol ve normatif düzenlemelerin üretiminde çifte bir rol üstlenir. Katılım, görünürlüğü artırırken aynı zamanda gözetimin normatif kodlarının içselleştirilmesini sağlayan bir süreçtir; böylece bireyler, dijital gözetim sistemlerinin hem nesnesi hem de öznesi haline gelir. Bu dinamik, dijital çağda mahremiyet ve denetim arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığını göstermektedir.

Sayısal Denetim ve Normatif Performans

Dijital gözetim, salt içerik üretimi ve paylaşımıyla sınırlı kalmayıp, bireylerin sosyal medya ve dijital platformlar üzerindeki davranışlarını nicel ölçütler aracılığıyla detaylı biçimde izler, sınıflandırır ve değerlendirir. Beğeni sayıları, takipçi sayıları, izlenme süreleri, paylaşım sıklığı gibi metrikler, sadece kullanıcı etkileşimini değil, aynı zamanda platformların algoritmik tercihlerini ve görünürlük stratejilerini belirleyen temel göstergelerdir. Bu veriler, bireyin dijital performansını puanlayan, sıralayan ve ödüllendiren ya da cezalandıran karmaşık bir sayısal denetim (metric governance) mekanizmasının temel bileşenleridir.

Michel Foucault'nun normatif iktidar kavramının güncel bir izdüşümü olarak değerlendirilebilecek bu süreç, bireyin kendini sürekli olarak ölçülen,

karşılaştırılan ve yeniden düzenlenen bir varlık olarak deneyimlemesini zorunlu kılar. Birey, platformun sunduğu metriklerle biçimlenen ve kurgulanan normlara uyum sağlamak için kendi davranışlarını ve çevrimiçi kimliğini stratejik olarak yönetir. Bu bağlamda sayısal denetim, yalnızca dışarıdan dayatılan bir kontrol mekanizması olmaktan çıkarak, bireyin öz-denetim ve öz-düzenleme pratiğine dönüşür. Bireylerin kendi puanları, sıralamaları ve etkileşim sayıları üzerinden kendini anlamlandırması, sosyal karşılaştırma ve normatif uyum süreçlerini derinleştirir. Bu, bireylerin davranışlarını rasyonel bir seçimden ziyade, algoritmik normlarla özdeşleşme ve bu normlara entegrasyon olarak ortaya çıkar. Gillespie (2018) bu durumu, dijital platformların sadece sosyal medya ile sınırlı kalmayıp, eğitim, sağlık, iş yaşamı ve tüketim alanları gibi hayatın farklı kesimlerinde de bireyleri algoritmik standartlara uyumlu hale getiren geniş kapsamlı bir norm üretim süreci olarak tanımlar. Sonuç olarak sayısal denetim, bireylerin toplumsal performanslarını sürekli ölçen ve değerlendiren, davranışlarını algoritmik normlara göre şekillendiren bir iktidar biçimidir. Bu mekanizma, dijital çağda normatif kontrolün görünmez ve yaygın bir versiyonunu temsil ederken, bireyin özgürlük algısını ve öznellik deneyimini de köklü biçimde dönüştürmektedir.

Gözetleyicinin Bireyselleşmesi: İzlemenin Sosyalleşmesi

Modern dijital toplumda gözetim, yalnızca devlet veya kurumsal yapılara özgü bir kontrol mekanizması olmaktan çıkmış; gündelik kullanıcı etkileşimlerinin bir parçası haline gelmiştir. Bu durum, katılımcı gözetim (participatory surveillance) olarak tanımlanır ve bireylerin hem gözetlenen hem de gözetleyen rolleri aynı anda üstlendikleri bir sosyal yapıya işaret eder (Albrechtslund, 2008). Sosyal medya platformları bu çift yönlü gözetimin en görünür sahnesidir. Örneğin, Instagram’da paylaşılan bir hikâyenin kimler tarafından izlendiğini görebilmek, kullanıcılara yalnızca izlenmenin değil, izleyeni izlemenin de mümkün olduğu bir etkileşim ortamı sunar. Benzer şekilde, TikTok gibi uygulamalarda “kim beni izledi” özellikleri ya da üçüncü parti uygulamalar üzerinden profillere kimin baktığını öğrenmeye çalışmak, kullanıcıların merakla kontrol etme ve gözlemlleme pratiklerini sürekli canlı tutar. Bu tarz izleme pratikleri, yalnızca veri takibi değil; aynı zamanda sosyal ilişkilerin yönünü belirleyen, dikkat ekonomisinin (Citton, 2017) merkezinde yer alan davranışlardır.

Bu dönüşümde gözetim, yukarıdan aşağıya bir kontrol mekanizması olmaktan çıkar ve yatay bir biçim alır: Bireyler birbirlerini gözlemler, değerlendirir, onaylar veya dışlar. Bu, Foucault’nun klasik panoptikon modelinin, dijital çağda “*synoptikon*” (azınlığın çoğunluğu izlemesi) ve

“*omnioptikon*” (herkesin herkesi izlediği çok-merkezli bir gözetim biçimi) olarak yeniden yorumlanmasıdır (Mathiesen, 1997).

Ayrıca bu tür gözetim, yalnızca izleme eylemiyle sınırlı kalmaz; bireylerin kendilerini nasıl sunduklarını, neyi ne şekilde paylaştıklarını ve nasıl görünür hale geldiklerini de biçimlendirir. Burada davranışsal teşhir (behavioral exhibitionism) önemli bir rol oynar. Örneğin, bir kullanıcının başka bir kullanıcının hikâyesini izlediğini gösterebilmesi ya da bir içeriği beğenerek kamuya açık bir onay vermesi, gözetimin aynı zamanda bir *sosyal performans* haline geldiğini gösterir (Marwick & boyd, 2011).

Bu pratiklerin özellikle genç kullanıcılar arasında yaygınlaşması, gözetim kültürünün bireysel dijital kimliklerin inşasında nasıl merkezî bir rol oynadığını gözler önüne serer. Sonia Livingstone (2008), gençlerin dijital ortamda kimlik inşa süreçlerinde, görünürlük kazanma ve sosyal onay alma arzusunun, gözetim pratiklerine gönüllü olarak katılımı teşvik ettiğini belirtir. Gençler, kim tarafından izlendiğini bilmek, nasıl algılandığını anlamak ve dikkat çekmek için bu sistemin aktif bir parçası olurlar. Bu da gözetimin yalnızca bir denetim aracı değil; aynı zamanda aidiyet, statü ve ilişkisel güç kurma biçimi haline geldiğini gösterir.

Psikolojik ve Sosyolojik Etkiler

Dijital gözetim pratiklerinin yaygınlaşması, bireylerin hem benlik algısını hem de sosyal ilişkilerini derinlemesine etkileyen karmaşık psikolojik ve sosyolojik süreçleri tetikler. Öncelikle, gözetim kültürü bireylerin dijital benlik performansını zorunlu kılar; bu performans, sadece bireysel arzular veya tercihlerin ifadesi olmayıp, sosyal normlara, izleyici beklentilerine ve platform algoritmalarına göre sürekli şekillendirilen bir normatif uyum sürecidir (Lyon, 2018). Bu bağlamda, bireyler paylaşımlarının alıcıları ve olası tepkileri üzerinde sürekli bir gözetim ve hesap verebilirlik hissi taşırlar, bu da onların dijital davranışlarını önceden tahmin edilen sosyal kabul ve onay çerçevesinde şekillendirmesine yol açar.

Bu dinamik, Michel Foucault’nun disiplinci iktidar kavramıyla paralellik gösterir; ancak dijital gözetim, klasik yukarıdan aşağıya denetim modellerinden farklı olarak, bireylerin kendi kendilerini denetlemelerini sağlayan özyönetimli bir mekanizmaya dönüşür (Foucault, 1977). Bireyler, sürekli izlendiklerinin farkında olarak, kendi davranışlarını normatif standartlara göre ayarlamakta ve bu süreçte sosyal medyanın “beğeni”, “takipçi” ve “yorum” gibi geri bildirim mekanizmaları aracılığıyla normatif baskıyı içselleştirmektedirler.

Sosyolojik açıdan bakıldığında, bu durum sosyal ilişkilerin dönüşümünü de beraberinde getirir. Dijital gözetim, bireyler arasında yeni güç ilişkileri ve hiyerarşiler oluşturur; görünürlük, sosyal sermaye ve statü edinme aracı haline gelir (Marwick & boyd, 2011). Bu bağlamda, kullanıcılar yalnızca pasif birer gözetim nesnesi değil, aynı zamanda aktif gözetleyiciler olarak sosyal denetim süreçlerine katılırlar. Böylece toplumsal normlar, dijital platformlar aracılığıyla hem yeniden üretilir hem de dönüştürülür.

Öte yandan, dijital gözetim kültürünün psikolojik etkileri özellikle genç kullanıcılar üzerinde belirgin biçimde ortaya çıkar. Sürekli izlenme ve izleme hali, “dijital kaygı” (digital anxiety), “FOMO” (Fear of Missing Out) ve sosyal karşılaştırma baskısı gibi psikolojik stres kaynaklarını tetikler (Andreassen et al., 2017). Bu durum, bireylerde benlik algısında istikrarsızlık, sosyal aidiyet duygusunda zayıflama ve kronik stres hali gibi sorunlara yol açabilir. Ayrıca, dijital ortamda sürekli olarak kendini görünür kılma zorunluluğu, özgün benlik ile sosyal beklentiler arasında çatışmalara sebep olabilir; bu da bireylerin psikolojik bütünlüğünü tehdit eder.

Son olarak, bu sosyalleşmiş gözetim pratikleri, toplumsal normların dönüşümü ve birey-toplum ilişkilerinin yeniden biçimlendirilmesinde kritik rol oynar. Dijital gözetim, yalnızca bireylerin davranışlarını denetlemekle kalmaz, aynı zamanda normatif çerçevelerin üretimi ve yayılımını da sağlar. Bu süreçte, bireylerin gönüllü katılımıyla oluşan gözetim mekanizmaları, modern toplumun sosyal kontrol biçimlerinin evrimine işaret eder ve bireysel özgürlükler ile toplumsal düzen arasındaki hassas dengeyi yeniden sorgular.

Mahremiyetin Yozlaşması mı, Dönüşümü mü?

Katılımcı gözetim, yalnızca bireylerin birbirlerini izlediği yatay bir denetim mekanizması sunmakla kalmaz; aynı zamanda mahremiyet anlayışını kökten dönüştürür. Geleneksel anlamda mahremiyet, bireyin kişisel verileri ve özel alanı üzerindeki denetim hakkı olarak tanımlanırken, dijital çağda bu kavram giderek bir “hak” olmaktan çıkıp, bir “tercih”, “müzakere nesnesi” veya “değişim aracı” haline gelmiştir (Nissenbaum, 2010). Kullanıcılar artık mahremiyetlerinden ödün vererek dijital platformlara erişim, sosyal etkileşim ve algoritmik görünürlük gibi “değerli hizmetler” satın alırlar. Bu süreç, mahremiyetin gönüllü bir çözülme süreci içinde eridiğini gösterir.

Örneğin, Instagram ya da TikTok gibi uygulamalarda konum bilgisi, ilgi alanları, takip listesi veya izlenme geçmişi gibi hassas verilerin paylaşılması, daha “kişiselleştirilmiş” deneyimlerin ön koşulu olarak sunulur. Bu değiş-tokuş, bir yandan kullanıcılara dijital katılımın anahtarını sunarken,

diğer yandan mahremiyetin yeniden tanımlanmasını beraberinde getirir: Mahremiyet artık korunması gereken bir alan değil, sistemle “veri karşılığı mübadele edilebilen” bir metaya dönüşür (Zuboff, 2019).

Bu yeni mahremiyet rejiminde rıza kavramı da yeniden düşünülmelidir. Dijital platformlar çoğu zaman kullanıcılardan açık rıza aldıklarını iddia etse de bu rızanın gerçek anlamda özgür iradeyle mi verildiği, yoksa yapısal zorunluluklar ve dijital dışlanma korkusuyla mı şekillendiği tartışmalıdır (Couldry & Mejias, 2019). Platformlara katılmak, sosyal ve profesyonel yaşamda görünür olmanın neredeyse önkoşulu haline gelmiştir. Böylece kullanıcılar, farkında olmadan kişisel verilerini sürekli olarak ifşa etmeye yöneltilir ve rıza, bir tür “algoritmik mecburiyet” içinde işlev görür.

Bu bağlamda gözetim kapitalizmi kavramı, mahremiyetin dönüşümünü anlamak açısından kritik önemdedir. Shoshana Zuboff’un (2019) kavramsallaştırdığı bu yapı, bireyleri yalnızca tüketici değil; aynı zamanda veri üreticisi, algoritmik profil, reklam hedefi ve tahminsel davranış nesnesi olarak konumlandırır. Kullanıcının her hareketi, her tıklaması, her duraksaması, veri haline getirilip ekonomik değere dönüştürülür. Mahremiyetin çözülmesi yalnızca teknik bir mesele değildir; bu çözülme aynı zamanda ideolojik bir kabulle, yani bireyin gözetlenmeye katılımı meşrulaştırmasıyla mümkün olur.

Bu katılımın gönüllü olması, gözetimi daha da etkili hale getirir. Birey, sistem tarafından dayatılan şeffaflık normlarını içselleştirir; mahremiyetini korumayı değil, görünür olmayı bir sosyal değer olarak benimser. Özellikle genç kullanıcılar arasında, daha fazla paylaşmak, daha fazla dikkat çekmek ve algoritmik olarak öne çıkmak, sosyal sermayenin bir biçimi haline gelmiştir (boyd, 2014). Bu durum, gözetimin yalnızca bir sonuç değil; aynı zamanda bir katılım biçimi, hatta bir kimlik stratejisi haline geldiğini gösterir.

Sonuç olarak, dijital çağda mahremiyetin anlamı, teknolojik altyapılar kadar kültürel değerler ve ekonomik sistemlerle de şekillenir. Kullanıcılar, dijital ortama dahil olabilmek için gönüllü olarak izlenmeyi kabul ederler ve böylece gözetim, yalnızca yukarıdan gelen bir baskı değil; bireyin bizzat içine girdiği bir etkileşim biçimi, bir yaşam tarzı haline gelir.

Gözetim, Sınıf ve Erişim: Sayısal Eşitsizliğin Derinleşmesi

Dijital gözetim, ilk bakışta herkesi kapsayan ve tarafsız bir sistem gibi görünebilir; ancak uygulamada, toplumsal eşitsizlikleri yeniden üreten ve derinleştiren bir işleyişe sahiptir. Gözetim teknolojileri ve veri temelli izleme sistemleri, bireyleri ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye farklarına göre farklı yoğunluklarda etkiler. Bu durum, gözetimi yalnızca teknik bir mesele

olmaktan çıkarır; sınıfsal, mekânsal ve ırksal farkların dijital dünyadaki yansımalarına dair politik bir olgu haline getirir (Eubanks, 2018).

Sayısal Erişim ve Görünmeyen Engeller

“Dijital eşitsizlik” terimi, sadece internete erişim olup olmamasıyla sınırlı değildir. Bugünün teknolojik bağlamında esas eşitsizlik, veriye nasıl erişildiği, verinin nasıl kullanıldığı ve kimlerin ne tür sistemler tarafından izlendiğiyle ilgilidir (Selwyn, 2004). Örneğin, üst gelir grupları daha güvenli dijital altyapılara erişebilir, dijital mahremiyetlerini daha bilinçli koruyabilirken; düşük gelirli bireyler daha ucuz ama veri güvenliği zayıf uygulamaları kullanmak zorunda kalabilir. Bu durum, “görünürlük üzerinden ayrımcılık” olarak tanımlanabilecek yeni bir eşitsizlik biçimi doğurur. Ayrıca kamu hizmetlerinde kullanılan algoritmalar örneğin sosyal yardım sistemleri, göçmen denetimi ya da sağlık hizmetleri çoğu zaman dezavantajlı gruplar üzerinde daha sıkı ve müdahaleci biçimde çalışır. Virginia Eubanks’ın *Automating Inequality* (2018) adlı çalışmasında gösterdiği gibi, yoksullar, sistem tarafından en çok gözetlenen ama en az korunabilen kesimdir.

Gözetim Pratiklerinin Sınıfsal Kodları

Dijital gözetim uygulamaları, toplumsal sınıflar arasında farklı biçimlerde ve yoğunluklarda kendini gösterir. Bu durum, gözetimin yalnızca teknolojik bir süreç olmanın ötesinde, toplumsal sınıflar arasındaki güç ilişkilerini yeniden üreten ve pekiştiren bir araç olduğunu ortaya koyar (Lyon, 2018). Özellikle işyerlerinde uygulanan gözetim pratikleri, beyaz yakalı ve mavi yakalı çalışanlar arasında keskin ayrımlar yaratmaktadır. Beyaz yakalı çalışanlar, genellikle performans temelli, dolaylı ve çoğunlukla üretkenliği artırmaya odaklanan algoritmik gözetim sistemleriyle izlenirler. Örneğin, finans, teknoloji veya medya sektörlerinde çalışan profesyonellerin e-posta trafiği, yazılım kullanımı ve toplantı süreleri gibi dijital verileri, algoritmalar aracılığıyla analiz edilir. Bu tür gözetim, genellikle davranışın nicel performans göstergeleri üzerinden değerlendirilmesini sağlar (Ball, 2010). Öte yandan, mavi yakalı işçiler çok daha yoğun, doğrudan ve fiziksel gözetim araçlarına maruz kalırlar. Amazon’un depo çalışanlarına uyguladığı örnekler, bu sınıfsal farklılığın somut göstergelerindendir. Depo çalışanlarına verilen bilekliklerle anlık konum takibi yapılmakta, tuvalet molaları izlenmekte ve iş temposu algoritmik olarak belirlenmektedir (Moore, 2017). Benzer şekilde, perakende sektöründe çalışanlar, mağaza içi hareketleri kameralar ve sensörlerle izlenirken; teslimat sektöründe ise GPS takibi ve zaman çizelgeleri sıkı bir şekilde denetlenmektedir (Prassl, 2018). Bu pratikler, emek gücünün fiziksel ve zaman temelli denetimini dijitalleştirerek, iş süreçlerinin daha

görünür ve kontrol edilebilir hale gelmesini sağlar. Gözetim pratikleri sadece bireysel davranışların kontrolü ile sınırlı kalmaz; aynı zamanda sınıfsal sınırların dijital teknolojiler aracılığıyla yeniden biçimlendirilmesine olanak tanır. Hangi sınıfların daha sık ve daha ayrıntılı izlenip hangi verilerin toplandığı, gözetimin sınıfsal karakterini ortaya koyar. Örneğin, daha yüksek gelir gruplarındaki bireylerin veri gizliliğine erişim imkanları ve bu verilerin kullanımı üzerindeki kontrolü, düşük gelirli gruplara göre çok daha fazladır (Gilliom & Monahan, 2013). Ayrıca, gözetim verilerinin ne amaçla kullanıldığı da toplumsal eşitsizlikleri derinleştirebilir; işe alım, terfi ya da işten çıkarma kararlarında algoritmaların rolü, özellikle düşük gelirli ve dezavantajlı gruplar için risk oluşturur (Eubanks, 2018). Sonuç olarak, dijital gözetim pratikleri, sadece bireysel kontrolü değil, aynı zamanda toplumsal sınıf yapısının yeniden üretimini de hedefler. Bu süreç, gözetimin teknik ve ekonomik boyutlarının ötesinde, sınıfsal hiyerarşilerin ve sosyal adaletsizliklerin dijital platformlar aracılığıyla devam ettirilmesini sağlar.

Veri Temelli Sınıf Meşrulaştırması: Eğitimde Algoritmik Gözetim Yoluyla Eşitsizliğin Doğallaştırılması

Dijital teknolojilerin eğitim alanındaki artan kullanımı, yalnızca öğrenme süreçlerini desteklemekle kalmayıp aynı zamanda öğrenciler üzerinde kapsamlı gözetim uygulamalarının yerleşik hale gelmesine neden olmuştur. Bu gözetim süreçlerinin temel dayanağını oluşturan büyük veri sistemleri, öğrenci davranışlarını, başarı düzeylerini ve katılım örüntülerini ölçerek çeşitli risk sınıflandırmaları üretmektedir. Ancak bu süreçler, çoğu zaman bireysel performansları toplumsal bağlamdan yalıtarak değerlendirdiğinden, var olan eşitsizlikleri yeniden üretmekle kalmaz, aynı zamanda bu eşitsizlikleri “doğal” ve “kaçınılmaz” hale getirir. Bu durum, veri temelli sınıf meşrulaştırması olarak tanımlanabilir.

Eğitim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, öğrencilerin akademik performanslarını izleyen algoritmalar, çoğunlukla sosyo-ekonomik, kültürel ya da etnik bağlamları dikkate almaksızın karar verir. Bu tür sistemler, örneğin düşük gelirli ya da göçmen kökenli öğrencilerin başarısızlıklarını bireysel yetersizliklere bağlayarak, sistemsel eşitsizlikleri görünmez kılar (Williamson, 2017). Oysa eğitimde başarısızlık oranları; öğrencinin ailesinin gelir düzeyi, okulun fiziksel ve pedagojik kaynakları, bölgesel fırsat eşitsizlikleri gibi yapısal faktörlerle doğrudan ilişkilidir (Reay, 2017; Gillborn et al., 2018).

Cathy O’Neil (2016), eğitimde kullanılan algoritmaları “Matematiksel Tahribat Silahları” olarak tanımlar. Bu sistemler hem şeffaf değildir hem de hesap verebilirlik mekanizmalarından yoksundur. Bu nedenle, örneğin

bir öğrencinin “riskli” olarak etiketlenmesi, onun eğitimsel geleceğini etkileyecek geri dönüşü olmayan sonuçlar yaratabilir. Dahası, bu etiketlemeler çoğunlukla öğrencilerin hangi sosyo-ekonomik gruptan geldiğini dolaylı biçimde yansıtır; ancak sistem bunu bireysel eksiklik gibi kodladığı için ayrımcılık teknik bir ölçüt gibi sunulur.

Eğitim teknolojilerinde kullanılan algoritmalar, belirli öğrenci profillerini normatif bir başarı standardına göre şekillendirir. Bu norm, genellikle Batılı, orta sınıf, nörotipik ve fiziksel olarak engelsiz öğrenci profiline dayanır. Örneğin yüz tanıma teknolojilerinin Siyah öğrencilerde daha fazla hata oranı üretmesi (Buolamwini & Gebru, 2018), bu sistemlerin ırksal önyargılar taşıdığını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, uzaktan sınav gözetim yazılımlarının anksiyete bozukluğu olan ya da nöroçeşitliliğe sahip öğrenciler için cezalandırıcı hale gelmesi, teknik altyapıların engellilik karşısındaki duyarlılığını gösterir (Kimmons & Veletsianos, 2021).

Bu çerçevede, algoritmik sistemlerin nötr olduğu iddiası sorgulanmalıdır. Çünkü algoritmalar, sadece verilere değil, bu verilerin nasıl toplandığına, hangi değişkenlerin önemsendiğine ve hangi çıktılara göre sistemin optimize edildiğine göre şekillenir. Tüm bu tercihler, teknik olduğu kadar politik tercihlerdir (Eubanks, 2018). Eğer eğitim teknolojileri, sadece performansa dayalı verileri dikkate alır ve sosyo-ekonomik bağlamı dışarda bırakırsa, eşitsizliklerin teknik bir rasyonaliteyle meşrulaştırılması söz konusu olur. Bu da Pierre Bourdieu’nün kavramsallaştırdığı anlamda “sınıfsal habitus”un yeniden üretimi anlamına gelir (Bourdieu & Passeron, 1990). Sonuç olarak, veri temelli sınıflandırmalar ve algoritmik karar sistemleri, yalnızca bireylerin başarılarını ölçmekle kalmaz; aynı zamanda sosyal sınıfların eğitim alanındaki konumlarını da yeniden tanımlar. Bu bağlamda, eğitimde kullanılan algoritmaların sadece doğruluk ve verimlilik temelinde değil; adalet, temsil ve toplumsal bağlam duyarlılığı açısından da değerlendirilmesi gerekir. Bunun için:

Verilerin bağlam içinde yorumlanması,

Katılımcı algoritma tasarımı,

Bağımsız denetim ve şeffaflık mekanizmaları,

Yapısal eşitsizlikleri merkeze alan eğitim politikaları, ön koşul olarak ele alınmalıdır. Aksi halde, eğitimde dijitalleşme, eşitlik vaadinden çok uzak bir biçimde, sınıfsal ayrıcalıkları teknik yollarla pekiştiren bir aygıt dönüşür.

Direnişin Görünmezliği ve Sessizleştirme

Gözetim sistemleri, yalnızca bireylerin davranışlarını izlemekle kalmaz; aynı zamanda kimin hangi koşullarda izlenebilir olduğunu belirleyerek toplumsal güç ilişkilerini yeniden şekillendirir. Özellikle düşük gelirli ve toplumsal olarak marjinalleştirilmiş gruplar, bu sistemlerde gözetimin pasif nesneleri hâline gelirken, bu izlemeye karşı koyma, alternatif bilgi üretme ya da müzakere etme araçlarından büyük ölçüde yoksundur (Gilliom & Monahan, 2013). Bu durum, gözetimin yalnızca teknik bir işlem değil, aynı zamanda politik bir sessizleştirme mekanizması olduğunu ortaya koyar. Yani izlenmek, yalnızca görülmek değil; aynı zamanda konuşmamak, itiraz edememek anlamına gelir. Veri temelli sistemlerde bireylerden sürekli olarak bilgi toplanır; ancak bu verilerin nasıl toplandığı, ne amaçla kullanıldığı ya da nasıl temsil edildiği üzerinde izlenen kişilerin hiçbir kontrolü yoktur. Bu kontrolsüzlük, “veri egemenliği” meselesini gündeme getirir. Zira dijital vatandaşlık söylemi çoğu zaman tüm bireylerin eşit biçimde veriye eriştiği, katkı sunduğu ve fayda sağladığı varsayımına dayanır. Ancak dijital teknolojiler sınıfsal olarak asimetrik biçimde işler: Kimilerinin verisi değerli ve işlemeye açık kabul edilirken, kimileri yalnızca izlenen, ölçülen ve dışlanan konumda tutulur (Couldry & Mejias, 2019). Veri toplama süreçlerinde özellikle emekçi sınıflar, göçmenler, etnik azınlıklar, engelliler ve diğer kırılgan gruplar orantısız biçimde hedeflenir. Örneğin sosyal yardımları denetleyen otomatikleştirilmiş sistemler, düşük gelirli yurttaşları veri yoğunluğuna maruz bırakırken, aynı bireylerin sistem üzerindeki denetimi yoktur (Eubanks, 2018). Bu durum, dijital teknolojilerin “kapsayıcı” değil; bilakis dışlayıcı biçimlerde çalıştığını gösterir. Bu çarpık yapı, yalnızca gözetim ilişkilerini değil; aynı zamanda dijital direniş biçimlerini de belirler. Dijital mecralarda ifade özgürlüğü olanaklarının artmasına rağmen, gözetim altında yaşayan gruplar için bu alanlar çoğu zaman görünmezliğin norm olduğu platformlara dönüşür. Çünkü sistemin dışladığı grupların veri üretimi, politika yapım süreçlerinde dikkate alınmaz; onlar hakkında toplanan veriler ise genellikle damgalayıcı, denetleyici ya da cezalandırıcı biçimlerde işlenir (Taylor, 2017). Dolayısıyla dijital direniş, sadece sesini duyuramamak değil, veri düzeyinde temsil edilememek anlamına da gelir. Sonuç olarak, dijital gözetim sistemleri nötr ve nesnel araçlar olmaktan ziyade, sınıfsal ilişkilerin, emek rejimlerinin ve politik güç dengelerinin içine yerleşmiş iktidar aygıtlarıdır. Bu sistemler, teknolojik gelişimin idealleştirilmiş söylemleriyle meşrulaştırılır; ancak fiilen toplumun dezavantajlı kesimlerine daha yüksek gözetim yükü ve daha az hak erişimi sunar. Gözetim, izlenenin direnişini görünmez kılar; itiraz hakkını sessizleştirir ve bireyin kendi verisi üzerindeki söz hakkını elinden alır. Bu bağlamda, dijital eşitsizlik yalnızca

teknolojiye erişimle değil, veri temsiliyetine, dijital özerkliğe ve epistemik haklara erişimle de ilgilidir. Gerçek bir dijital yurttaşlık, bu hakların sınıfsal olarak yeniden dağıtılmasını değil, adil biçimde tanınmasını ve korunmasını gerektirir.

Dijital Gözetimin Sınıfsal Kodları

Alt sınıflar, özellikle kamusal destek sistemlerine bağımlı bireyler (örneğin işsizler, göçmenler, yardım programı yararlanıcıları), dijital gözetim sistemlerinin en yoğun uygulandığı gruplar arasında yer alır. Devlet destekli dijital kayıt sistemleri, yüz tanıma teknolojileri, biyometrik izleme araçları ve algoritmik sınıflandırmalar, bu gruplar üzerinde disiplinler bir izleme biçimi olarak işler. Bu sistemler çoğunlukla sosyal yardımın koşullu hale getirilmesinde, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişimde ya da suç önleme mekanizmalarında kullanılır. Birey burada yalnızca izlenen değil; “risk”, “yük” veya “potansiyel tehdit” olarak kodlanan bir profile dönüşür. Buna karşın üst sınıflar, benzer gözetim sistemlerine doğrudan maruz kalmaktan çok, bu sistemlerin üreticisi, tasarımcısı ya da yöneticisi olarak konumlanır. Ekonomik ve teknik sermaye sahibi olan bireyler, gözetimden kaçınma, mahremiyet koruma teknolojilerine erişme ya da “dijital iz bırakmadan” hareket etme imkânına sahiptir. Bu durum, gözetimin doğasında yer alan asimetrik güç ilişkilerini sınıfsal bağlamda görünür kılar.

Sayısal Erişim ve Teknolojik Mahremiyetin Ayrıcılığı

Dijital teknolojilere erişim artık yalnızca bir bağlantı meselesi değil; nasıl erişildiği, erişimin ne ölçüde güvenli, bilinçli ve kontrollü gerçekleştiği, yani teknolojik mahremiyetin nasıl kurulduğu sorunsalıyla birlikte ele alınmalıdır. Bugünün gözetim toplumunda, mahremiyet bile bir ayrıcalık, hatta sınıfsal bir imtiyaz haline gelmiştir (Andrejevic, 2014). Herkes internete bağlanabilir, ama herkes aynı düzeyde dijital özerklik, veri güvenliği veya platformlar üzerinde kontrol hakkına sahip değildir. Teknolojik araçların yaygınlaşması, dijital çeşitliği sağlamak şöyle dursun, yeni eşitsizlik biçimlerini beraberinde getirmiştir. Üst sınıflar, daha pahalı ama güvenlik açısından üstün cihazlar ve yazılımlar kullanabilir; VPN, şifreleme, reklam engelleyiciler gibi mahremiyet koruyucu araçlara daha çok erişebilir. Buna karşın, düşük gelirli kullanıcılar ücretsiz ve veri sömürsüne açık platformlara yönelmek zorunda kalır. Buradaki temel fark, teknolojik mahremiyetin bir kullanıcı hakkı değil, ekonomik sermayeyle satın alınabilir bir lüks haline gelmesidir (Gilliard & Culik, 2016).

Örneğin, gelir seviyesi yüksek bireyler verilerini korumak adına ücretli hizmetlere (ör. Signal, ProtonMail, DuckDuckGo, iPhone’un veri takibi

engelleme özellikleri) erişebilirken; ücretsiz hizmetlere bağımlı kalanlar, verilerinin işlenmesi ve üçüncü taraflara satılması pahasına bu platformlara mahkûm kalır. Bu durum, “veriyle ödeme” kavramını gündeme getirir: Kimi kullanıcı platformlara para öderken, kimisi mahremiyetini öder.

Eğitimsel ve Kültürel Bilişsellik Farkı

Sayısal okuryazarlık da bu eşitsizliğin belirleyici faktörlerindendir. Dijital dünyada nasıl hareket edeceğini bilen, hangi verilerin izlenebilir olduğunu fark edebilen ve mahremiyet ayarlarını etkin biçimde yönetebilen bireyler, teknolojiyle daha sağlıklı bir ilişki kurabilir. Ancak bu bilgiye erişim, genellikle daha yüksek eğitim düzeyine ve kültürel sermayeye sahip bireylerle sınırlıdır (van Dijk, 2020). Bu fark, yalnızca teknolojik donanım ile değil; dijital dünyada yön bulabilme becerisiyle ilgilidir. Ayrıca mahremiyet, bireysel olduğu kadar kurumsal bir meseledir. Örneğin büyük şirket yöneticilerinin verileri güçlü siber güvenlik önlemleriyle korunurken; alt düzey çalışanlar ya da müşteriler çok daha kolay gözetlenebilir durumdadır. Bu durum, gözetimin sadece bireysel düzeyde değil, örgütsel hiyerarşi içinde de katmanlı olduğunu gösterir. Aynı dijital platformda farklı kullanıcılar, farklı düzeyde gözetim altında tutulur. Kimin verisi değerli, kimin verisi ise denetlenebilir olarak görülür? Bu ayrım, dijital eşitsizliğin ahlaki boyutunu da açığa çıkarır.

Gizlenebilme Hakkı: Görünürlükten Çıkabilme Ayrıcalığı

Günümüz dijital çağında mahremiyet kavramı, geleneksel veri gizliliği sınırlarının ötesine geçerek, görünürlükten çıkabilme yani “görünmez olabilme” hakkını da içerir. Bu hak, bireyin dijital ortamda izlenmemeyi, takip edilmemeyi ya da bilgi kirliliği içinde kaybolmayı seçebilme özgürlüğünü ifade eder. Ancak bu özgürlük, toplumsal düzeyde eşit olarak dağıtılmamaktadır (Brunton & Nissenbaum, 2015). Dijital dünyada görünmez olabilmek, yani algoritmalarından kaçınmak, kişisel dijital izleri silmek, arama motorlarının indekslerinden çıkarılmak veya sosyal medya takiplerinden kurtulmak, ciddi teknik bilgi, ekonomik kaynaklar ve kültürel sermaye gerektirir. Örneğin, “unutulma hakkı” talepleriyle ilgili hukuki süreçlere erişim, teknik bilgi birikimi ve bazen yüksek maliyetler, bu hakkın kullanımını sınırlayan etkenlerdir (Tufekci, 2018). Dolayısıyla, görünürlük artık bir zorunluluk haline gelirken; görünmezlik bir ayrıcalık, bir lüks olmuştur. Bu görünmezlik ayrıcalığı, dijital çağın yeni sosyal eşitsizlik biçimlerinden biridir. Dijital ortamda sadece internete erişmek ya da bağlı olmak değil, aynı zamanda ne kadar izlenebilir olduğumuz, hangi verilerin ne şekilde toplandığı ve bireysel mahremiyetin ne ölçüde korunabildiği esas

çalışsızlık alanlarını oluşturur (Noble, 2018). Örneğin, düşük gelirli bireylerin ve dezavantajlı toplumların veri gözetimine maruz kalma olasılığı daha yüksekken, yüksek sosyoekonomik konumda olanlar daha fazla mahremiyet korumasına erişebilir (boyd, 2014). Bu durum, dijital teknolojilerin sadece bilgiye erişim aracı değil, aynı zamanda sınıfsal, ekonomik ve kültürel ayrımları yeniden üreten bir “ayrıcalık ekonomisi” olarak işlev gördüğünü gösterir. Mahremiyet, artık bireysel bir bilinç meselesi olmaktan çıkar; teknik altyapıya erişim, ekonomik sermaye ve kültürel becerilerin birleşimiyle kazanılan bir sosyal konum haline gelir. Bu bağlamda, dijital görünmezlik, politik ve toplumsal bir mücadele alanı olarak ele alınmalıdır.

Sonuç olarak, dijital çağda mahremiyet hakkı, görünürlükten çıkabilme imkanıyla birlikte değerlendirilmelidir. Bu hak, sadece bireysel tercih değil, aynı zamanda sosyal adaletin, çeşitliğin ve demokratik katılımın temel koşullarından biridir. Dijital görünmezlik ayrıcalığının yaygınlaştırılması, daha kapsayıcı ve adil bir dijital toplumun inşası için kritik bir gerekliliktir.

Platform Kapitalizminde Emek ve Gözetim Kesişimi

Günümüzün dijital ekonomisi, özellikle platform kapitalizmi bağlamında, gözetimin sadece tüketici davranışlarını izlemekle sınırlı kalmadığını; emek süreçlerinin düzenlenmesinde ve kontrolünde merkezi bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Bu durum, çalışma yaşamının dönüşümüne ilişkin temel bir paradigmayı yansıtır. Gig economy, yani parça başı iş ekonomisi, bu dönüşümün en belirgin örneklerinden biridir. Uber, Deliveroo, Glovo gibi platformlarda çalışan kuryeler, taksi şoförleri ve ev hizmetleri sağlayıcıları, sürekli olarak dijital gözetim altında tutulur. Bu gözetim, yalnızca izleme amacı taşımamakla beraber, çalışanların disiplin altına alınması ve emek süreçlerinin optimize edilmesi için kullanılır (Wood et al., 2019).

Platformlar, çalışanlarının hareketlerini, performansını ve müşteri geri bildirimlerini algoritmalar aracılığıyla sürekli takip eder. Bu süreçte performans puanları, teslimat süreleri, müşteri değerlendirmeleri gibi sayısal metrikler, çalışanların iş güvencesini ve platform içindeki konumunu belirler. Örneğin, düşük puan alan bir Uber sürücüsü veya geç teslimat yapan bir yemek kuryesi, sistem tarafından cezalandırılabilir ya da platformdan uzaklaştırılabilir (Rosenblat & Stark, 2016). Bu mekanizma, gözetimin sadece bir denetim aracı olmadığını, aynı zamanda işin temposunu hızlandıran, işçi davranışlarını şekillendiren ve emeği daha esnek fakat aynı zamanda daha güvencesiz hale getiren bir disiplin aracı olduğunu ortaya koyar.

Gözetim uygulamaları, iş güvencesi, ücret ve sosyal haklar gibi temel emek koşullarını da doğrudan etkiler. Dijital platformlar, işçilerin örgütlenmesini

ve kolektif eylemini zorlaştırırken; bireysel performans ölçümlerine dayanarak iş gücünü rekabet içinde tutar. Böylece gözetim, sınıfsal sömürü mekanizmalarını yeniden üretir ve derinleştirir (Cant, 2019). Çalışanlar, sürekli gözlenmenin yarattığı baskı altında performanslarını artırmaya zorlanırken, iş güvencesizliği ve belirsizlikle karşı karşıya kalırlar.

Bu bağlamda, platform kapitalizminde gözetim, sadece bireysel mahremiyet ihlalinin ibaret bir sorun değildir. Aynı zamanda emek süreçlerinin yönetiminde ve sömürüsünde kullanılan karmaşık ve çok katmanlı bir iktidar aracıdır. Gözetim, ekonomik sermayenin dijitalleşmesiyle birleşerek, emeğin yeni biçimlerde kontrol edilmesini sağlar ve bu durum işçi sınıfının dijital çağdaki sömürüsünün temelini oluşturur.

Sonuç

Dijital çağda gözetim artık sadece teknolojiye dayalı mekanik bir denetim biçimi olmaktan çıkmış, karmaşık, çok katmanlı ve sosyal olarak içselleştirilmiş bir olgu haline gelmiştir. Geleneksel anlamda yukarıdan aşağıya, merkezi bir otoritenin tek taraflı kontrolü olarak işleyen gözetim, bugün bireylerin kendi davranışlarını ve başkalarının davranışlarını gönüllü olarak ifşa edip izlediği yatay bir sosyal ağ yapısına dönüşmüştür. Bu ağ içinde insanlar hem izlenen hem de izleyendir; yani gözetim artık sadece zorlayıcı bir dış güç değil, aynı zamanda bireylerin gündelik pratiklerinde aktif olarak üretip paylaştığı bir süreçtir. Bu durum, Michel Foucault'nun disiplin toplumundan Gilles Deleuze'nün kontrol toplumuna kadar süregelen iktidar analizlerinin ötesine geçerek, Shoshana Zuboff'un "gözetim kapitalizmi" kavramıyla işaret ettiği gibi, gözetimin ekonomik kar ve sosyal norm üretimi için araçsallaştırıldığı yeni bir dönemin habercisidir. Ancak bu yaygın gözetim ağı herkes için eşit işlemez. Dijital görünürlük ve görünmezlik arasında derin sınıfsal farklar bulunmaktadır. Görünürlük, teknolojiye, bilgiye ve dijital becerilere erişimi olanlar için bir güç ve avantaj kaynağı olurken; gözetimden kaçabilmek, mahremiyetini koruyabilmek ise önemli ölçüde ekonomik sermaye, teknik bilgi ve sosyal destek gerektirir. Bu yüzden, dijital dünyada mahremiyet hakkı, modern bir "ayrıcılık" halini almıştır. Öte yandan gözetim teknolojilerinin hedef aldığı kesimler, genellikle ekonomik olarak daha savunmasız, sosyal olarak dışlanmış ve kültürel sermayesi düşük gruplardır. Bu da gözetimin sadece bireysel hak ve özgürlükleri değil, aynı zamanda toplumsal eşitsizlikleri derinleştiren ve yeniden üreten yapısal bir güç olduğunu açıkça gösterir. Dijital gözetim, sadece bireylerin "görünürlüğünü" düzenlemekle kalmaz, aynı zamanda sosyal statüleri, ekonomik fırsatları ve toplumsal kimliklerini yeniden şekillendirir. Bu bağlamda gözetim, çağdaş toplumlarda iktidarın yeni ve görünmez biçimleri olarak işlev görür. Sınıfsal konumları, cinsiyet,

etnisite ve diğer sosyal kimlikleri yeniden tanımlar, ayrımcılık ve dışlanma mekanizmalarını pekiştirir. Böylece gözetim, sadece teknolojik bir mesele değil; toplumun temel dinamiklerini, güç ilişkilerini ve kültürel pratiklerini etkileyen bir toplumsal olgudur.

Bu nedenle dijital çağda gözetimi analiz etmek, teknolojinin işleyiş biçiminden çok daha fazlasını gerektirir. Aynı zamanda bu iktidar biçimlerinin toplumsal yapıya nasıl nüfuz ettiğini, bireylerin dijital kimliklerini nasıl şekillendirdiğini, sosyal ilişkileri nasıl dönüştürdüğünü ve eşitsizlikleri nasıl derinleştirdiğini anlamak gerekir. Gözetim, günümüzde hem bireysel özgürlüklerin kısıtlanmasına hem de sosyal adaletin engellenmesine neden olan temel bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, gözetim pratiklerine yönelik eleştirel ve kapsayıcı yaklaşımlar geliştirmek, dijital çağda demokratik bir toplumsal yaşam için vazgeçilmezdir.

Toplumsal Cinsiyetin İletişimsel İnşası

Giriş

Toplumsal cinsiyet, yalnızca biyolojik farklılıkların toplumsal yansıması değil; bizzat iletişimsel pratikler, söylemsel rejimler ve kültürel temsiller aracılığıyla inşa edilen tarihsel ve değişken bir kimlik sistemidir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet, özsel bir gerçeklik değil; toplumsal normların, dilin, medyanın ve görsel kültürün içinde sürekli olarak yeniden üretilen bir yapılar bütünüdür. Judith Butler'ın (1990) “performatif cinsiyet” kavramsallaştırması, kadınlık ve erkekliğin doğuştan gelen sabit kimlikler değil; yinelenen söylemsel ve bedensel pratikler yoluyla toplumsal olarak kurulmuş roller olduğunu ileri sürer. Bu yaklaşım, toplumsal cinsiyetin doğallaştırılmış yapısını bozarak, onu tarihsel, kültürel ve politik bağlamlarda sürekli olarak “olunmakta olan” bir kimlik biçimi olarak tanımlar.

İletişim süreçleri, bu inşa sürecinde yalnızca aracılık eden değil; aynı zamanda normatif cinsiyet rejimlerini kuran ve yeniden üreten birincil mekanizmalardır. Dil, söylem, görsellik ve beden temsilleri yoluyla toplumsal cinsiyet, kamusal alanda tanınan, kabul edilen ya da dışlanan bir performansa dönüşür. Michel Foucault'nun (1978) bilgi-iktidar ilişkisi çerçevesi, bu bağlamda toplumsal cinsiyetin sadece temsili değil, aynı zamanda düzenlenmiş, denetlenmiş ve disipline edilmiş bir alan olduğunu gösterir. Cinsiyet kimlikleri yalnızca görünürlükle değil; bu görünürlüğün nasıl yapılandırıldığı, kimlerin hangi temsillere sahip olabildiği ve kimlerin sistematik olarak silikleştirildiğiyle de belirlenir. Bu iktidar ilişkileri, en yoğun biçimde medya alanında karşımıza çıkar. Geleneksel medya ürünleri, özellikle televizyon, sinema ve reklamlar, kadınlık ve erkeklik rollerini

büyük ölçüde heteronormatif ve patriyarkal çerçeveler içinde sunar. Laura Mulvey'in (1975) sinema analizinde ortaya koyduğu "erkek bakışı" (male gaze) kavramı, kadın bedeninin kamerayla nesneleştirilerek, erkek öznenin arzusu etrafında düzenlendiğini vurgular. Bu durum yalnızca bir temsil sorunu değil; kadınların izleme, kendini temsil etme ve kamusal alanda var olma biçimlerinin de iktidar altında şekillendiği anlamına gelir. Ancak iletişim, aynı zamanda toplumsal cinsiyet rejimlerine karşı direnişin de mecrasıdır. Popüler kültürde, dijital medya alanında ve sosyal ağlarda gelişen karşı-anlatılar, toplumsal cinsiyetin doğal ya da değişmez olmadığını gösteren önemli örnekler sunar. Özellikle queer kuram, toplumsal cinsiyeti ikili (binary) bir yapı olarak değil; akışkan, çoğul ve bağlamsal bir spektrum olarak kavramsallaştırır (Halberstam, 2005; Sedgwick, 1990). Bu perspektif, kadınlık ve erkekliğin dışında kalan kimliklerin (non-binary, trans, interseks vb.) görünürlük mücadelesini hem teorik hem politik olarak merkeze alır. Dijital kültür, bu mücadelelerin hem olanak hem de tehdit taşıyan bir alanıdır. Sosyal medya platformlarında gelişen dijital feminizm, hashtag aktivizmi (#MeToo, #YesAllWomen gibi) ve queer görünürlük pratikleri, geleneksel medya alanında dışlanan seslerin yeni kamusal mecralar yaratmasına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, bu alanlar da algoritmik filtreleme, siber şiddet ve platform kapitalizmi gibi yapılarla kuşatılmıştır. Yani direnişin kendisi de dijital denetim ve piyasa mantığı içinde sınırlandırılabilir hâle gelmiştir (Noble, 2018).

Bu bölümde, toplumsal cinsiyetin söylemsel inşasına dair üç temel husus analiz edilecektir:

1. Temsiliyet: Medyada, görsel kültürde ve dilde kadın, erkek ve queer kimliklerin nasıl temsil edildiği, hangi kalıplarla sunulduğu ve bu temsillerin nasıl normatif cinsiyet rollerini pekiştirdiği.
2. Sınırlandırma: Bu temsillerin kimleri içerdiği, kimleri dışladığı; hangi bedenlerin, arzuların ve kimliklerin sistematik olarak marjinalleştirildiği.
3. Direniş ve Karşı-Anlatı: Dijital kültür, popüler medya ve sosyal ağlarda gelişen karşı temsillerin, aktivizmin ve yeni ifade biçimlerinin toplumsal cinsiyet rejimini nasıl sorguladığı ve dönüştürdüğü.

Sonuç olarak, toplumsal cinsiyet iletişimle kurulmakta olan dinamik bir pratik olarak ele alınmalı; sabit, özsel ya da yalnızca bireysel tercihlere indirgenen bir kimlik biçimi olarak değil, toplumsal iktidar ilişkileri içinde süreklilik ve çatışma hâlinde inşa edilen bir performans olarak analiz edilmelidir. Bu yaklaşım, toplumsal cinsiyetin yalnızca ne olduğu değil,

nasıl üretildiği, temsil edildiği ve dönüştürüldüğü sorularını da gündeme getirerek, iletişim alanında daha eleştirel ve çoğulcu bir analiz zeminine katkı sunar.

Cinsiyetin Sosyolojik Temelleri ve Kuramsal Açılımları

Toplumsal cinsiyet, bireyin biyolojik cinsiyetine indirgenemeyecek ölçüde karmaşık, çok katmanlı ve kültürel olarak inşa edilen bir toplumsal kategoridir. Sosyolojik perspektif, cinsiyeti sabit, evrensel ya da doğal bir veri olarak değil; toplumsal ilişkiler, kültürel normlar, tarihsel süreçler ve kurumsal düzenlemeler tarafından biçimlendirilen bir kimlik ve davranış alanı olarak ele alır. Bu yaklaşım, cinsiyetin “doğal” bir fark değil, toplumsal bir fark olarak öğrenildiğini, içselleştirildiğini ve iletişimsel pratiklerle yeniden üretildiğini vurgular (West & Zimmerman, 1987). Cinsiyetin bu şekilde kavramsallaştırılması, bireysel düzeyde nasıl “kadın” ya da “erkek” olunacağını belirli toplumsal kurallar, normatif beklentiler ve sembolik sistemler aracılığıyla öğrenildiğini ortaya koyar. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet, yalnızca bireysel bir kimlik değil; aynı zamanda kurumsal düzeyde düzenlenen, ekonomik yapılarla kesişen ve politik iktidar ilişkileri içinde işleyen bir düzenleme biçimidir. Örneğin aile, eğitim, din ve medya gibi kurumlar; toplumsal cinsiyet rollerini aktaran ve sürdüren başlıca toplumsal alanlardır. Kuramsal olarak, yapısalcı-fonksiyonalist yaklaşımlar cinsiyet rollerini toplumsal düzenin sürdürülmesine hizmet eden işlevsel farklılıklar olarak değerlendirirken, eleştirel ve feminist teoriler, cinsiyet rollerini iktidar, tahakküm ve eşitsizlik perspektifinden ele alır. Simone de Beauvoir’ın “kadın doğulmaz, kadın olunur” (1949) ifadesi, toplumsal cinsiyetin tarihsel ve kültürel olarak biçimlendiğini vurgulayan bu dönüşümün öncüsüdür. 1970’lerden itibaren gelişen feminist teori, toplumsal cinsiyetin birey üzerindeki etkisini değil; aynı zamanda kurumsal yapılar ve ideolojik süreçler üzerinden nasıl üretildiğini ve meşrulaştırıldığını analiz etmeye yönelmiştir. Postyapısalcı kuramlar ise cinsiyetin sabit ve ikili bir yapı olarak ele alınmasını eleştirir. Judith Butler’ın (1990) geliştirdiği “performatif cinsiyet” kuramı, toplumsal cinsiyetin yinelenen pratikler aracılığıyla kurulan ve sürekliliği bu tekrar içinde sağlanan bir söylemsel performans olduğunu öne sürer. Bu yaklaşım, cinsiyetin ne olduğu kadar, nasıl üretildiği ve sürdürüldüğünü de sorgulamayı mümkün kılar. Dolayısıyla cinsiyet, yalnızca “kazanılan” bir toplumsal rol değil; aynı zamanda iktidar yapıları tarafından şekillendirilen, denetlenen ve sınırlanan bir normatif alandır. Sonuç olarak, sosyolojik bakış açısından toplumsal cinsiyet hem bireysel düzeyde kimlik kurulumuna hem de makro düzeyde toplumsal düzenin inşasına ilişkin çok yönlü bir çözümleme alanıdır. Bu perspektif, cinsiyetin doğal bir gerçeklik değil, toplumsal olarak

kurulmuş ve tarihsel olarak şekillenmiş bir kategori olduğunu kabul ederek, normatif cinsiyet rejimlerinin eleştirel biçimde sorgulanmasını mümkün kılar. Böylece cinsiyet, yalnızca bir kimlik meselesi değil; aynı zamanda eşitsizliklerin, dışlamaların ve toplumsal iktidar yapılarının yeniden üretildiği bir sosyolojik alan olarak değerlendirilir.

Feminist Sosyoloji: İlk Dalga'dan Postmodern Yönelimlere

Toplumsal cinsiyetin sosyolojik analizine yönelik derinleşme, büyük ölçüde feminist kuramın tarihsel gelişiminden beslenmiştir. Feminist sosyoloji, yalnızca kadınların deneyimlerini görünür kılmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal yapılar, bilgi üretimi ve kurumsal işleyişin cinsiyet temelli eşitsizlikleri nasıl ürettiğini eleştirel biçimde analiz eder. Bu çerçevede feminist düşünce, tarihsel olarak üç temel dalga üzerinden incelenebilir; her bir dalga, toplumsal cinsiyetin farklı yönlerine odaklanmış ve kuramsal açılımları derinleştirmiştir.

Birinci Dalga Feminizm: Hukuki Eşitlik ve Kamusal Görünürlük yüzyıl sonlarında Batı'da gelişen birinci dalga feminizm, esas olarak kadınların hukuki ve siyasal haklara erişimi mücadelesine odaklanmıştır. Oy hakkı, mülkiyet hakkı ve eğitim olanakları gibi alanlarda eşit yurttaşlık talepleri bu dönemin merkezinde yer almıştır. Toplumsal cinsiyet, henüz sosyolojik bir kavramsallaştırmaya tam olarak ulaşmamış olsa da kamusal alanda kadınların görünürlüğü ve temsil hakkı üzerinden tartışılmıştır. Bu dönemde iletişim, kadınların kolektif taleplerini duyurabildiği, kamusal söylemin sınırlarını zorlayabildiği bir araç olarak değerlendirilmiştir. Ancak bu dalga büyük ölçüde orta sınıf, beyaz kadınların deneyimlerini merkeze aldığı için eleştiriye de açık hale gelmiştir.

İkinci Dalga Feminizm: Kültürel Kalıplar, Roller ve Temsil Eleştirisi 1960'lı yıllardan itibaren gelişen ikinci dalga feminizm, toplumsal cinsiyeti yalnızca hukuki eşitsizliklerin bir sonucu olarak değil, aynı zamanda kültürel normlar, gündelik pratikler ve temsil sistemleri aracılığıyla kurulan bir toplumsal yapı olarak ele almıştır. Bu dönemde feminist düşünce, kadınların toplumsal rollerinin aile, eğitim, din ve medya gibi kurumlar aracılığıyla nasıl üretildiğini eleştirel bir bakışla incelemeye başlamıştır. Simone de Beauvoir'ın (1949) *Le Deuxième Sexe* (İkinci Cins) adlı eseri bu dönüşümün kuramsal temelini oluşturmuş, "kadın doğulmaz, kadın olunur" ifadesiyle cinsiyetin biyolojik değil, toplumsal bir inşa olduğunu vurgulamıştır. Böylece toplumsal cinsiyet, bireyin değil; toplumun ürettiği, kurduğu ve yeniden dolaşıma soktuğu bir kategori olarak kavramsallaştırılmıştır.

İkinci dalga aynı zamanda medyada kadının temsiline yönelik ilk sistematik eleştirileri de geliştirmiştir. Kadınların nesneleştirici, pasif ya da ikincil figürler olarak sunulması; erkek egemen bakışın (male gaze) medya ürünlerindeki belirleyiciliği; ve annelik, ev içi roller gibi normatif kalıpların yeniden üretimi feminist medya eleştirisinin temel başlıklarını oluşturmuştur.

Üçüncü Dalga ve Postmodern Yönelimler: Fark, Çoğulluk ve Kimlik Politikaları 1990'lı yıllardan itibaren gelişen üçüncü dalga feminizm ve postmodern feminist kuramlar, toplumsal cinsiyetin sabit, evrensel ya da homojen bir yapı olmadığını vurgulamıştır. Bu yaklaşımlar, cinsiyetin ırk, sınıf, etnisite, cinsellik, engellilik gibi kesişen kimlik eksenleriyle birlikte ele alınması gerektiğini savunur (Crenshaw, 1989). Bu dönemde queer kuram, postyapısalcı kuramlar ve eleştirel söylem analizleri feminist düşünceyle iç içe geçmiş, kimliğin sabitliğini sorgulayan akışkan, çoğul ve bağlamsal bir cinsiyet anlayışı ortaya çıkmıştır.

Judith Butler'ın (1990) "performatif cinsiyet" kuramı, cinsiyetin tekrar eden toplumsal ve söylemsel pratikler yoluyla kurulan bir performans olduğunu ileri sürerek, normatif cinsiyet rollerinin doğallaştırılmasına yönelik radikal bir eleştiri sunmuştur. Bu yaklaşım, yalnızca kadınlık ve erkeklik değil, cinsiyetin tüm ikili yapılarını sorgulamaya açmış; kimlik politikalarının sabit aidiyetler yerine hareketli ve stratejik pozisyonlar olduğunu göstermiştir. Bu dönemde iletişim alanı da dönüşmüştür. Sosyal medya, dijital aktivizm, çevrimiçi feminizm (örn. #MeToo, #BlackGirlMagic, #TransRights) gibi yeni kamusal alanlar, feminist eleştirinin hem içerik hem biçim bakımından genişlemesini sağlamıştır. Ancak bu dijital mecralar, aynı zamanda gözetim, metalaşma ve dijital şiddet gibi yeni eşitsizlik biçimlerini de beraberinde getirmiştir. Bu tarihsel-kuramsal gelişim çizgisi, feminist sosyolojinin toplumsal cinsiyetin doğallaştırılmış yapısını nasıl çözümlediğini ve dönüştürdüğünü göstermektedir. Feminist kuramlar, yalnızca kadınların yaşadığı eşitsizlikleri değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyetin nasıl üretildiğini, temsil edildiğini ve dirençle karşılandığını analiz ederek, toplumsal yapının eleştirel bir şekilde yeniden düşünülmesine olanak sunmuştur.

Judith Butler ve Toplumsal Cinsiyetin Performatifliği

Toplumsal cinsiyet kuramında paradigmatik bir kırılma, Judith Butler'ın *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (1990) adlı eseriyle yaşanmıştır. Butler, hem feminist düşünce hem de queer kuram açısından büyük etki yaratan bu çalışmasında, toplumsal cinsiyeti sabit, özsel ya da doğallaştırılmış bir kimlik olarak değil; tekrar eden toplumsal, kültürel ve

söylemsel pratikler yoluyla inşa edilen bir performans olarak kavramsallaştırır. Butler’a göre “kadınlık” ya da “erkeklik”, bireyde içkin olan bir özden değil; normatif sistemler içinde tekrarlanan eylemlerden türeyen, “varmış gibi görünen” kimlik biçimleridir (Butler, 1990, s. 33–34). Bu yaklaşım, geleneksel feminist kuramın bazılarında rastlanan özcü kadınlık anlayışına eleştirel bir karşı duruş içerir. Butler, özellikle Simone de Beauvoir’ın “kadın doğulmaz, kadın olunur” (1949) önermesini postyapısalcı kuramsal çerçeveye yeniden yorumlar. Ancak Butler’a göre bu “olma” hali, yalnızca toplumsal olarak empoze edilen rolleri öğrenmekle sınırlı değildir; aynı zamanda bu rollerin sürekli tekrar yoluyla üretildiği bir performatif yapıdır. Bu performans, birey tarafından bilinçli biçimde seçilen bir rol değil, toplumsal normlar tarafından zorunlu kılınan, düzenlenen ve denetlenen bir tekrar sistemidir (Butler, 1993).

Performativite Kavramı ve Söylemin Kurucu Gücü

Butler, J.L. Austin’in “sözcük teorisi”nden esinle geliştirdiği “performatiflik” (performativite) kavramını, toplumsal cinsiyetin inşa biçimlerini açıklamak için kullanır. Austin’e göre bazı ifadeler yalnızca bir durumu betimlemekle kalmaz, aynı zamanda o durumu gerçekleştirir. Örneğin “seni kocan ilan ediyorum” ifadesi, belirli kurumsal koşullar altında bir eylemi icra eder. Butler da benzer biçimde, toplumsal cinsiyetin de söylem yoluyla hem adlandırıldığını hem üretildiğini savunur. Bir kişiye “kadın” ya da “erkek” denmesi, yalnızca bir tanım değil; aynı zamanda o kişinin toplum içindeki yerini belirleyen, ona çeşitli normatif roller yükleyen bir eylemdir (Butler, 1997, *Excitable Speech*). Buradan hareketle, toplumsal cinsiyet kimlikleri biyolojik determinizmle açıklanamaz; çünkü biyolojik cinsiyetin kendisi dahi Butler’a göre söylem tarafından biçimlendirilmiş bir kategoridir. “Kadın” ya da “erkek” olmak, yalnızca belirli bedensel özelliklere sahip olmak değil; bu özelliklerin anlamlandırıldığı, normlara göre kodlandığı ve çeşitli toplumsal pratiklerle pekiştirildiği bir süreçtir (Butler, 1990, s. 6–7). Butler’ın kuramında toplumsal cinsiyet performansları, özgür bir seçimden ziyade toplumsal normlara uyum sağlama zorunluluğu altında gelişir. Ancak bu normlar hiçbir zaman tamamıyla içselleştirilemez; performansların her tekrarı aynı biçimde gerçekleşmediğinden dolayı, normlar kendi içinde bir kopma, sapma ve direniş potansiyeli de taşır. Bu durum, toplumsal cinsiyetin yalnızca yeniden üretilen değil, aynı zamanda sorgulanabilir ve dönüştürülebilir bir yapı olduğunu da ortaya koyar (Salih, 2002). Butler’a göre cinsiyetin performatifliği, aynı zamanda bir politik strateji sunar: Eğer cinsiyet kimliği bir “olma” hali değil, sürekli olarak “yapılmakta olan” bir süreçse, bu süreç müdahale edilebilir. Normların dışında kalan performanslar, örneğin queer kimlikler, non-binary ifadeler veya toplumsal rollerin parodileştirilmesi,

iktidarın doğallaştırdığı yapıları sarsma potansiyeline sahiptir. Bu yönüyle Butler, normatif cinsiyet rejimlerine karşı söylemsel direniş alanlarının da kapısını aralamaktadır. Butler'ın performatiflik kuramı, iletişim çalışmalarına da önemli kuramsal katkılar sunar. Toplumsal cinsiyetin inşası sürecinde dil, görsel imgeler, medya temsilleri ve gündelik söylemler merkezi bir rol oynar. Bu araçlar aracılığıyla normatif cinsiyet kimlikleri dolaşıma girer, meşrulaştırılır ve görünürlük kazanır. Aynı zamanda bu mecralar, normların dışına çıkan kimliklerin ya da bedenlerin silikleştirilmesine, sansürlenmesine veya dışlanmasına da zemin hazırlar (Gill, 2007). Dolayısıyla iletişim, toplumsal cinsiyetin inşasında yalnızca bir araç değil; bizzat kurucu bir iktidar aygıtıdır.

Queer Teori: Normatif Cinsiyet Kimliklerinin Sorgulanması

Queer teori, 1990'lardan itibaren Judith Butler, Eve Kosofsky Sedgwick, Michael Warner gibi kuramcılar tarafından geliştirilen ve cinsiyet ile cinselliğin sabit, doğal ya da ikili kategoriler olarak ele alınmasını radikal biçimde sorgulayan bir düşünsel çerçevedir. Queer teoriye göre, "erkek/kadın", "heteroseksüel/homoseksüel" gibi ikilikler sadece bireysel kimlikleri değil, aynı zamanda toplumsal normları, iktidar ilişkilerini ve dışlama mekanizmalarını da üretir.

Bu yaklaşımın önemli kuramsal dayanaklarından biri Michel Foucault'nun *Cinselliğin Tarihi* (1976) adlı eseridir. Foucault, modern toplumlarda cinselliğin bastırılmadığını; aksine bilim, hukuk, tıp ve din gibi kurumlar aracılığıyla sürekli konuşulup düzenlenerek bir iktidar alanı haline getirildiğini ileri sürer. Cinsellik bu bağlamda sadece özel bir deneyim değil, toplumun düzenlenmesinde rol oynayan bir kontrol mekanizmasıdır.

Queer Teorinin Temel Varsayımları

1. Kimlikler Doğal Değildir: Cinsiyet ve cinsellik, doğuştan gelen sabit gerçeklikler değil; tarihsel, kültürel ve söylemsel süreçlerle kurulan yapılardır.
2. Normatif Olanın Eleştirisi: Heteroseksüellik, toplumda "normal" kabul edilen bir çerçevedir. Queer teori, bu normun kendisini sorunlaştırır; sapkın, dışlanmış ya da "anormal" görüleni merkeze alarak sorgular.
3. Temsiliyetin Politikliği: Medyada, sanatta ve gündelik dilde queer kimliklerin nasıl temsil edildiği, bireylerin toplumsal olarak nasıl var olabileceğini doğrudan etkiler. Temsil, yalnızca görsel değil, aynı zamanda ideolojik bir araçtır.

Judith Butler'ın *Gender Trouble* (1990) adlı eseri queer teorisinin temel taşlarındandır. Butler, cinsiyetin biyolojik bir gerçeklikten ziyade, kültürel olarak tekrar eden performatif eylemlerle inşa edildiğini savunur. Bir kişinin kadın ya da erkek olması, bu kimlikleri tekrar eden biçimlerde “oynaması” ile mümkün olur. Bu görüş, toplumsal cinsiyetin değiştirilebilir, kaygan ve dirençli olduğunu öne çıkarır. Queer teori, bu bağlamda yalnızca LGBTQ+ kimliklerini savunmakla kalmaz; aynı zamanda kimlik siyasetinin sabitleyici doğasına da eleştiri getirir. Yani, belirli bir kimliğe sıkışmayı değil, kimliklerin akışkanlığını ve geçişkenliğini vurgular.

Bu eleştirel çerçeve medya çalışmalarına da uygulanabilir. Örneğin, Larry Gross (2001), medya temsillerinde eşcinsel bireylerin uzun yıllar ya görünmez kılındığını ya da karikatürleştirilerek marjinalleştirildiğini göstermiştir. Bu görünmezlik, queer bireylerin toplumsal kabulünü zorlaştırır; aynı zamanda hâkim heteronormatif yapıyı yeniden üretir.

Diane Raymond'a göre (2003), televizyon dizilerindeki LGBTQ+ karakterler genellikle ya komedi unsuru olarak kullanılır ya da “öteki” olarak konumlandırılır. Bu durum, queer kimliklerin yalnızca var olmalarını değil, nasıl var olmalarına izin verildiğini de belirler. Netflix gibi platformlarda LGBTQ+ temsillerinin artması, görünürlüğü artırsa da queer teori bu temsillerin nasıl biçimlendirildiğine odaklanır. Eğer bu karakterler yalnızca “çeşitlilik kotası” için kullanılıyorsa, ya da stereotiplere sıkışlıyorsa, bu görünürlük sadece yeni bir norm üretmiş olur. Sonuç olarak:

Kimlik ve İktidar: Kimliklerin sabitlemesi, toplumsal iktidar mekanizmalarının bir aracıdır. Queer teori, bu sabitlemenin doğrudan politik sonuçlar ürettiğini gösterir.

Görünürlük ve Temsilin Sınırlılığı: Temsil edilmek yeterli değildir; önemli olan nasıl temsil edildiğimizdir. Simgesel şiddet, sadece yok saymakla değil, kısıtlayıcı biçimde temsil etmekle de işler.

Direniş Alanı Olarak İletişim: Queer teori, medya, sanat ve popüler kültürü yalnızca eleştirmekle kalmaz; aynı zamanda bu alanları direnişin, dönüşümün ve yeni kimlik ifadelerinin üretilebileceği yerler olarak da görür.

Queer teori, cinsiyetin ve cinselliğin sabit, doğal ya da evrensel olmadığını ortaya koyarak, toplumsal normların nasıl kurulduğunu ve yeniden üretildiğini sorgular. Medya ve iletişim bu normların hem üreticisi hem de sorgulayıcısı olabilir. Dolayısıyla queer teori, yalnızca cinsiyet kimliklerini değil, bu kimliklerin nasıl temsil edildiğini, hangi anlatılarla inşa edildiğini ve ne tür toplumsal sonuçlar doğurduğunu anlamak için vazgeçilmez bir araç sunar.

Kesişimsellik (Intersectionality): Çoklu Eşitsizliklerin Birlikte İşleyişi

Kesişimsellik kuramı (intersectionality), toplumsal eşitsizliklerin ve ayrımcılığın yalnızca tek bir kimlik kategorisi üzerinden anlaşılamayacağını; bireylerin birden fazla toplumsal konumun kesişiminde yer aldığını ve bu konumların birbirleriyle etkileşim hâlinde çalıştığını öne sürer. İlk olarak Afro-Amerikan hukukçu ve akademisyen Kimberlé Crenshaw tarafından 1989 yılında kavramsallaştırılan kesişimsellik, özellikle siyah kadınların hem ırksal hem de toplumsal cinsiyet temelli ayrımcılığa eşzamanlı olarak maruz kaldıklarını göstererek, mevcut feminist ve hukuk söylemlerinin bu çoklu ayrımcılık biçimlerini yeterince kavrayamadığını ortaya koymuştur (Crenshaw, 1989; 1991). Bu teoriye göre ırk, toplumsal cinsiyet, sınıf, etnisite, cinsel yönelim, engellilik durumu ve yaş gibi kategoriler, toplumsal yapılar ve güç ilişkileri tarafından üretilen, sabit olmayan ama birbirini etkileyen konumlandırmalardır (Collins, 2000; Hancock, 2007). Dolayısıyla, toplumsal eşitsizlikleri ve ayrımcılığı analiz ederken, bu kategorilerin birbirinden bağımsız değil; çarpan etkisi yaratarak birlikte işledikleri dikkate alınmalıdır. Örneğin medyada siyah kadınların temsil biçimleri, yalnızca cinsiyetçi değil; aynı zamanda ırkçı ve sınıfsal önyargıları da içeren çok katmanlı anlamlandırma süreçleriyle şekillenmektedir. Siyahi kadınların “hiperseksüelleştirilmiş” veya “ötekileştirilmiş” imgelerle sunulması, toplumsal cinsiyet ve ırkın sembolik iktidar mekanizmaları aracılığıyla nasıl iç içe geçtiğini gözler önüne serer (hooks, 1992; Collins, 2004). Bu durum, temsil pratiklerinin çoklu tahakküm biçimlerini yeniden üreten bir alan olduğunu gösterir. İletişim çalışmaları bağlamında kesişimsellik, yalnızca cinsiyet temsillerini analiz etmekle kalmaz; bu temsillerin hangi bağlamlarda ırksallaştırıldığını, milliyetçilikle nasıl ilişkilendirildiğini ve sınıfsal dışlamalarla nasıl pekiştirildiğini de açığa çıkarmayı hedefler (Nash, 2008; Cho, Crenshaw & McCall, 2013). Böylece, daha kapsayıcı ve eleştirel bir analiz çerçevesi sunar.

Medyada Toplumsal Cinsiyet Temsilleri: Beden, Roller ve Söylemsel Kodlar

Toplumsal cinsiyetin medyadaki temsili, yalnızca kadın, erkek ya da queer bireylerin nasıl gösterildiğine odaklanan yüzeysel bir mesele değildir. Aksine bu temsiller; kültürel normların, iktidar ilişkilerinin ve ideolojik yapının derinlikli bir ifadesi olarak, toplumsal cinsiyetin nasıl üretildiğini, yeniden kurulduğunu ve meşrulaştırıldığını görünür kılar. Medya, bu bağlamda yalnızca bir yansıtıcı değil; aynı zamanda toplumsal cinsiyet normlarını dolaşıma sokan ve pekiştiren bir ideolojik aygıt olarak işlev görür

(van Zoonen, 1994). Bu işlev, özellikle bedenin temsil biçimleri, toplumsal rollerin kodlanması ve normatif yapının sürekli yeniden üretilmesinde açıkça gözlemlenebilir. Görsel medyada kadın bedeni genellikle nesneleştirilmiş, erotize edilmiş ve heteroseksüel erkek bakışına göre düzenlenmiş biçimde sunulur. Laura Mulvey'nin (1975) geliştirdiği “erkek bakışı” (male gaze) kavramı, bu temsilin sinematografik ve kültürel temelini oluşturur. Bu bağlamda kadın karakterler çoğunlukla arzusun nesnesi olarak kurgulanırken, kamera da izleyiciyi varsayılan olarak heteroseksüel erkek pozisyonuna yerleştirir. Kadın bedeninin parçalı sunumu –örneğin sadece bacakların, göğüslerin ya da kalçanın vurgulanması–, kadın öznesinin bütünlüğünü kırarak onu görsel bir haz nesnesine dönüştürür (Gill, 2007). Bu temsil biçimi, yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal ölçekte işleyen bir simgesel şiddetin taşıyıcısıdır (Bourdieu, 1990). Erkek bedeninin medyadaki temsili ise genellikle güç, kontrol ve başarı gibi hegemonik erkeklik normlarına referansla inşa edilir (Connell, 2005). Spor yayınlarından reklam kampanyalarına kadar pek çok içerikte erkek bedenine yüklenen bu anlamlar, eril tahakkümün hem estetik hem de ideolojik boyutlarını pekiştirir. Bu durum, yalnızca erkekliği değil, aynı zamanda erkek olmayan her şeyi ikincilleştiren bir hiyerarşik sistemin sürekliliğini sağlar. Toplumsal rollerin medya aracılığıyla temsili de benzer biçimde normatif kalıplara dayalıdır. Kadın karakterler çoğu zaman bakıma muhtaç, duygusal, fedakâr ya da aile içi rollerle sınırlandırılırken; erkek karakterler karar verici, güçlü ve bağımsız figürler olarak kurgulanır (Tuchman, 1978; Gauntlett, 2008). Bu tür temsiller yalnızca toplumsal gerçekliği yansıtmaz; aynı zamanda belirli bir toplumsal düzenin yeniden üretilmesine aracılık eder. Özellikle dijital medyada bu roller daha görünür hâle gelmiş, örneğin sosyal medyada kadınların estetik normlara uymaya zorlandığı, erkeklerin ise güç ve otorite sembolleriyle öne çıkarıldığı yeni bir temsil rejimi oluşmuştur. Bu temsil yapısı yalnızca heteronormatif kimlikleri değil, aynı zamanda queer kimlikleri de etkiler. Queer teori, özellikle Judith Butler'ın (1990) çalışmalarıyla sabit ve özsel bir cinsiyet anlayışını reddederek, toplumsal cinsiyetin tekrar eden performanslar yoluyla üretildiğini öne sürer. Medya ise bu performansların görünürlüğünü sınırlayarak ya da karikatürize ederek, heteronormatif yapıyı güçlendirir. Örneğin LGBTQ+ bireyler ya hiç temsil edilmez ya da stereotipleştirilmiş, marjinalleştirilmiş figürler olarak sunulur (Gross, 2001). Bu tür temsiller, yalnızca kimliklerin görünürlüğünü değil; aynı zamanda onların toplumsal kabul düzeyini de doğrudan etkiler. Bu noktada Pierre Bourdieu'nün “habitus” kavramı da önem kazanmaktadır. Habitus, bireylerin pratiklerini şekillendiren yapısal bir algı ve davranış çerçevesi olarak, medya üreticilerinin içerik oluşturma biçimlerine de yön

verir. Geleneksel gazetecilikte doğruluk, tarafsızlık ve kaynak çeşitliliği gibi normlar baskınken; dijital çağda bunların yerini hız, viralite ve kullanıcı ilgisi gibi metrikler almıştır. Bu değişim, medya alanında çalışan aktörlerin habitus'unu dönüştürmekte, onları yalnızca haber sunucusu değil; aynı zamanda kendi dijital markasını yöneten birer görünürlük girişimcisine dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, içeriklerin biçimini, konusunu ve hangi toplumsal kimliklerin nasıl temsil edileceğini doğrudan etkileyen yapısal bir güç olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak, medyada toplumsal cinsiyetin temsili, yalnızca estetik ya da içeriksel bir tercih meselesi değildir. Bu temsil pratikleri, bedenin nasıl kodlandığını, rollerin nasıl norm haline geldiğini ve queer kimliklerin nasıl görünmezleştirildiğini ortaya koyar. Aynı zamanda bu temsiller, iktidar ilişkilerinin, kültürel normların ve medya profesyonellerinin dönüşen habitus'unun da bir yansımasıdır. Bu nedenle medya temsillerini anlamak, sadece görüntüye değil; o görüntünün arkasındaki söylemsel, ideolojik ve politik ağlara da bakmayı gerektirir.

Dijital Medyada Toplumsal Cinsiyetin Söylemsel ve İdeolojik İnşası

Toplumsal cinsiyet, yalnızca biyolojik farklara indirgenemeyecek kadar derin bir kültürel ve söylemsel yapıdır. Medya, bu yapının inşasında merkezi bir rol oynar. Stuart Hall'un (1980) "kodlama/kod açma" modeli, medya içeriklerinin yalnızca gerçekliği yansıtmadığını; aksine onu belirli ideolojik çerçevelerle ürettiğini savunur. Bu bağlamda medya, anlam üretim süreçlerinde toplumsal cinsiyete dair normları, beklentileri ve rolleri yeniden şekillendiren güçlü bir ideolojik aygıt hâline gelir. Özellikle anaakım medya, toplumsal cinsiyet rollerini çoğunlukla doğallaştırılmış ve sabit kategoriler olarak sunar. Örneğin, kariyerine odaklanmış bir kadın karakterin "ailesini ihmal eden anne" ya da "soğuk ve yalnız iş kadını" olarak temsil edilmesi, yalnızca bir bireyin anlatısı değil; aynı zamanda neoliberal kültürün, kadınları hem ekonomik üretkenlik hem de ailevi sorumlulukla tanımlayan çifte yükünü yansıtan bir ideolojik kurgudur (Lazar, 2006). Bu tür temsiller, kadınlara yüklenen görünmez normları meşrulaştırır; üstelik bu temsillerin eleştiriye kapalı olmasını sağlamak üzere onları "doğal" ya da "normal" gibi sunar. Bu söylemsel çerçeve, yalnızca kadın temsilleriyle sınırlı değildir. LGBTQ+ bireyler ya da ikili cinsiyet sistemine uymayan kimlikler ya tamamen görünmezleştirilir ya da stereotipik, marjinalleştirici temsillere sıkıştırılır. Toplumsal cinsiyetin medya yoluyla temsili, bu açıdan hem içme hem de dışlama stratejilerinin taşıyıcısıdır.

Dijital Medya: Dönüşüm İmkânı mı, İdeolojinin Yeni Yüzü mü?

Dijital medyanın yükselişiyle birlikte, temsilin doğası da dönüşüme uğramıştır. Sosyal medya platformları, bireylere kendilerini ifade etme, kimliklerini sergileme ve alternatif temsiller üretme konusunda geleneksel medyaya kıyasla daha geniş imkânlar sunar. Bu durum, özellikle kadınlar ve cinsiyet normlarına uymayan bireyler için görünürlük açısından önemli bir kırılma yaratmıştır. Ancak bu görünürlük alanı, bütünüyle özgürleştirici değildir. Dijital medya ekonomisi, temsilleri algoritmik beğeni kültürü, görsel estetik ve tıklanma potansiyeli gibi metriklere göre şekillendirir. Böylece görünürlük, çoğu zaman bedenın cinselleştirilmesi, tüketimle özdeşleştirilmesi ve popüler kültürün kalıplarına uyum göstermesi koşuluna bağlanır. Bu bağlamda dijital medya, geleneksel medya gibi ideolojik kodları farklı biçimlerde yeniden üretir. Rosalind Gill (2008), bu durumu “post-feminist medya kültürü” kavramıyla açıklar. Post-feminizm, kadınların bireysel güçlenmesini savunur gibi görünse de bu gücü sıklıkla güzellik, beden kontrolü, cinsel çekicilik ve tüketim davranışları üzerinden tanımlar. Örneğin Instagram’da, “kendi bedeninin sahibi olmak” söylemiyle paylaşılan içerikler, sıklıkla yine patriyarkal arzunun görsel kodlarına hitap eder. Bu durum, bireysel ajans ile toplumsal normlar arasında karmaşık bir gerilim yaratır. Angela McRobbie (2009) ise bu süreci, feminizmin kazanımlarının neoliberal bireycilik içinde etkisizleştirilmesi olarak yorumlar. Kadınlar artık açıkça “baskı altında” görünmezler; aksine seçim yapma özgürlükleri olduğunu düşünürler. Ancak bu özgürlük, çoğu zaman önceden belirlenmiş tüketim kalıplarının ve normatif güzellik ideallerinin sınırları içinde gerçekleşir. Sonuç ise temsilin değil, kodun dönüşümüdür. Dijital medya çağında toplumsal cinsiyet temsilleri daha çoğul hale gelmiş gibi görünse de bu temsillerin arkasında işleyen ideolojik kodlar hâlâ güçlüdür. Dijitalleşme, yalnızca temsili çoğaltmaz; aynı zamanda temsili daha rafine, daha içkin yollarla şekillendiren yeni ideolojik düzenekler üretir. Algoritmalar, dikkat ekonomisi, performatif kimlik sunumları ve dijital kapitalizm, bu yeni temsillerin hangi biçimlerde meşrulaşacağını belirleyen yapısal faktörlerdir.

Bu nedenle dijital medya hem eleştirel fırsatlar hem de ideolojik yeniden üretim riskleri barındıran çift yönlü bir söylemsel alandır. Gerçek bir dönüşüm ancak temsiliyetin biçimsel çoğulluğu değil; bu temsillerin üretim süreçlerine dair eleştirel farkındalıkla mümkün olabilir. Toplumsal cinsiyetin medya yoluyla yeniden üretildiği bu çok katmanlı yapıyı çözümleyebilmek için, medyayı yalnızca bir araç olarak değil; aynı zamanda toplumsal gerçekliğin kurucu bir aktörü olarak ele almak gerekir.

Kadın Bedeninin Medyada Metalaşması ve Nesneleştirilmesi: Görselliğin İdeolojik Kodları

Kadın bedeni, modern medya ekosisteminde yalnızca bir insanın fiziksel varlığı olarak değil; aynı zamanda bir temsil, bir tüketim nesnesi ve bir piyasa malı olarak şekillendirilir. Bu çok katmanlı temsil biçimi, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten kültürel ve ekonomik kodların birleşimiyle işler. Laura Mulvey'in (1975) sinema kuramına kazandırdığı “erkek bakışı” (male gaze) kavramı, bu sürecin temel teorik çerçevelerinden biridir. Mulvey, özellikle klasik Hollywood sinemasında kadının görsel olarak arzulanabilir bir nesneye dönüştürüldüğünü ve bu durumun izleyicinin algısını da şekillendirdiğini öne sürer. Ancak bu bakış açısı, yalnızca sinemayla sınırlı değildir; reklamdaki sosyal medyaya, dijital oyunlardan müzik videolarına kadar birçok alanda yeniden üretilmektedir.

Medyada kadın bedeni sıklıkla parçalara ayrılarak bacak, bel, göğüs gibi sunulur; bu sunum biçimi, insan bedeninin bütünlüğünü bozarak onu simgesel olarak “parçalanabilir” ve “sahip olunabilir” bir nesneye indirger. Bu durum yalnızca estetik bir tercih değil; aynı zamanda kapitalist piyasa mantığının, kadın bedenini tüketime uygun hale getirme stratejisidir (Bordo, 1993; Gill, 2007). Kadın bedeni, moda, kozmetik, fitness ve estetik cerrahi gibi sektörlerle doğrudan bağlantılı olarak sürekli biçimlendirilir ve değerlendirilir. Güzellik normlarının medyada üretilen versiyonları, yalnızca izleyiciye bir model sunmaz; aynı zamanda kadınlara kendi bedenlerini bir “proje” olarak görmeleri gerektiği mesajını da iletir.

Bu bağlamda kadın bedeni, yalnızca arzusun değil; aynı zamanda emeğin ve sermayenin de nesnesi hâline gelir. Örneğin, Instagram’da bedenini estetik normlara göre sergileyen bir “influencer” hem kendi imajı üzerinden gelir elde eder hem de kapitalist sistemin güzellik ideolojisine hizmet eder. Gill (2008), bu durumu “gönüllü nesneleşme” olarak adlandırır: Kadınlar, özgürleşme ya da güçlenme adı altında kendi bedenlerini meta haline getirirken, sistemin ideolojik kodlarını içselleştirerek yeniden üretirler.

Temsilin Daraltılması: Güçlü Kadın Figürlerinin Normatif Kodlarla Biçimlenmesi: Kadın bedeni üzerindeki bu ideolojik yapı yalnızca erotik ya da estetik temsillerle sınırlı değildir. Medyada yer alan “güçlü kadın” figürleri dahi çoğu zaman normatif kadınlık kalıpları içinde sunulur. Örneğin, bir kadın karakterin entelektüel ya da lider özellikleri ön plana çıkarıldığında, bu özellikler sıklıkla cinsiyetsizleştirilir veya karakter “soğuk, mesafeli, duygusuz” gibi olumsuz niteliklerle çerçevelenir. Böylece güç, geleneksel kadınlıkla bağdaşmadığı varsayımıyla yeniden kodlanır (Tasker, 1993; Negra, 2009). Bu kodlama biçimi, yalnızca belirli bedenlerin görünürlüğünü değil; aynı

zamanda hangi davranışların ve kimliklerin kabul edilebilir olduğunu da tanımlar.

Medya, Beden ve Disiplin Mekanizmaları: Kadın bedeninin medya aracılığıyla metalaştırılması, aynı zamanda bir disiplin sürecidir. Michel Foucault'nun (1977) “disiplin toplumu” kavramı, bu bağlamda yeniden düşünülebilir: Kadınlar, medya temsilleri aracılığıyla sürekli izlenen, değerlendiren ve kendi bedenlerini başkalarının gözünden kontrol eden özneler hâline getirilir. Bu, yalnızca dışsal bir baskı değil; içselleştirilmiş bir denetim biçimidir. Beden artık yalnızca “sahip olunan” bir şey değil; sürekli çalışılması, düzeltilmesi, iyileştirilmesi gereken bir projeye dönüşür.

Sonuç olarak kadın bedeninin medyadaki metalaşması, yalnızca estetik normların değil; aynı zamanda ekonomik, kültürel ve ideolojik yapılar bütününe bir yansımasıdır. Bu nedenle çözüm, yalnızca “daha farklı kadın temsilleri” üretmek değil; temsilin kendisini, ardındaki piyasa mantığını ve cinsiyetlendirilmiş bakış rejimlerini sorgulamakla mümkündür. Medya eleştirisinin merkezine, bedenin nasıl görüldüğünü değil; kimin gördüğünü, neden o şekilde gördüğünü ve bu görme biçiminin hangi iktidar ilişkilerini meşrulaştırdığını yerleştirmek gerekir.

Erkeklik Temsilleri: Güç, Kontrol ve Duygusal Bastırma

Erkekliğin medya temsilleri de çoğu zaman hegemonik erkeklik kalıplarına dayanır. Raewyn Connell'in (1995) kavramsallaştırdığı biçimiyle “hegemonik erkeklik”, diğer erkeklik biçimlerine (örneğin duygusal, eşitlikçi, queer) üstünlük sağlayan, iktidar odaklı, rekabetçi ve rasyonel bir erkeklik modelidir. Bu model, medyada liderlik, şiddetle ilişkilendirilmiş güç gösterileri, kadınlar üzerindeki kontrol ve duyguların bastırılması gibi temalarla görselleştirilir.

Hegemonik erkeklik temsilleri yalnızca erkekler için bir ideal tipi değil; aynı zamanda norm dışı erkeklik biçimlerinin örneğin duyarlı, şiddet karşıtı, queer ya da sınıfsal olarak dezavantajlı erkeklerin marjinalleştirilmesinin aracıdır. Medya burada yalnızca kadınlığı değil; aynı zamanda erkekliği de disipline eden bir alan hâline gelir.

Queer Kimliklerin Medyada Marjinal Temsili ve Söylemsel Dışlanması

Medya, toplumsal normların yeniden üretildiği başat bir söylemsel alandır. Bu alanda queer kimliklerin temsili, çoğunlukla yalnızca görünürlük meselesi olarak değil, aynı zamanda bu görünürlüğün biçimi, sınırları ve içerdiği ideolojik anlamlarla değerlendirilmelidir. Queer bireylerin ana

akım medyadaki temsilleri uzun yıllar boyunca ya tamamen silinmiş ya da stereotipleştirilmiş, karikatürize edilmiş ve normatif çerçeveler içinde denetlenmiş karakterlerle sınırlı kalmıştır (Gross, 2001; Sender, 2012). Bu temsiller, queer varoluşları politik olarak edilginleştiren ve toplumsal olarak meşruluk zemininden uzaklaştıran bir medya düzenini yansıtır.

Heteronormatif Merkez ve Queer Dışarısı

Ana akım medya pratikleri, sıklıkla heteroseksüel kimliği varsayılan, ikili cinsiyet sistemini doğallaştıran ve “normallığı” heteronormatif aile yapısı etrafında tanımlayan bir epistemolojiye dayanır. Bu sistem içerisinde queer kimlikler çoğu zaman yalnızca “farklılık” veya “istisna” olarak temsil edilir; bu da onların anlatsal işlevini sınırlayarak marjinalleştirir. Örneğin, televizyon dizilerinde eşcinsel erkek karakterlerin çoğu, komik, abartılı, moda düşkün ve asexual figürler olarak kurgulanır. Lezbiyen kadın karakterler ise ya “deneyssel” bir heteroseksüel fantezinin nesnesi ya da trajik bir geçmişin taşıyıcısıdır (Clarkson, 2005). Bu temsillerdeki yüzeysel çeşitlilik, aslında derin bir normatif düzenin yeniden üretimidir.

Trans Bedenin Temsili: Dönüşümün Ötesinde Bir Özne Arayışı

Trans bireylerin medya temsilleri daha da sınırlı ve problemli bir görünürlüğe sahiptir. Trans kimlikler çoğu zaman yalnızca fiziksel dönüşüm süreçleriyle tanımlanır; bireyin duygusal, entelektüel ya da toplumsal boyutları ya tamamen silinir ya da araçsallaştırılır (Serano, 2007). Bu temsiller, trans bireyleri özne değil, medyatik bir “olay” ya da “anomalik durum” haline getirir. Özellikle haber medyasında, trans bireylerin kimliklerine dair haberlerin büyük kısmı ya şiddet olayları üzerinden kriminalleştirici söylemlerle sunulur ya da medikal geçiş süreçlerine indirgenir. Bu tür içerikler, trans öznelliklerin toplumsal meşruiyetini gölgede bırakırken, toplumu da trans varoluşlara karşı kuşkulu ve dışlayıcı hale getirir.

Neoliberal Çeşitlilik ve Denetimli Görünürlük

Son yıllarda medyada queer karakterlere daha fazla yer verildiği gözlemlense de bu görünürlüğün eleştirel bir biçimde değerlendirilmesi gerekir. Medya endüstrileri, pazarlanabilir çeşitlilik anlayışıyla queer karakterleri “renkli”, “mizahi”, “alışılabilir” formlarda sunarak, onları sistem içine entegre edilebilir hale getirir (Duggan, 2003). Bu temsil biçimleri, queer kimlikleri politik bir özne olmaktan çıkararak tüketime uygun bireylere dönüştürür. Neoliberal medya düzeninde, temsil artık bir hak değil, bir satış stratejisine indirgenir. Bu da queer temsillerin radikal potansiyelini törpülerken, ana akım normların mutlaklaştırılmasına hizmet eder.

Queer Teorinin Müdahalesi: Temsilin Biçimi Kadar Bağlamı da Politikdir

Queer teori, yalnızca kimliklerin görünür olup olmadığıyla değil, bu görünürlüğü nasıl, ne zaman ve hangi koşullarda üretildiğiyle ilgilenir. Judith Butler'ın (1990) performativite kuramı, cinsiyet kimliklerinin sabit, özsel varlıklar değil; söylemsel tekrarlar yoluyla kurulan yapılar olduğunu ileri sürer. Bu bakış açısı, medyada queer temsillerin eleştirisini sadece içerik düzeyine değil, aynı zamanda temsil pratiklerinin ideolojik arka planına da taşır. Queer teori, medya temsillerini sabit kimliklerin yansımaları olarak değil, toplumsal cinsiyet rejimlerinin yeniden üretim alanı olarak görür. Bu nedenle yalnızca görünürlüğü artırmak değil, temsilin sınırlarını, kurallarını ve varsayımlarını sorgulamak da gerekir.

Sonuç olarak queer kimliklerin medyadaki temsili, yüzeysel çeşitlilik politikaları ile gerçek toplumsal kapsayıcılık arasındaki mesafeyi görünür kılar. Sorun yalnızca “görünmemek” değil; görünenin nasıl görüldüğü, kim tarafından tanımlandığı ve hangi söylemsel kalıplar içinde dolaşıma sokulduğudur. Eleştirel medya okuryazarlığı ve queer teorik çerçeveler, bu görünürlük biçimlerini analiz ederek, medyanın heteronormatif yapısına karşı alternatif anlatı yollarının inşasını mümkün kılar. Gerçek bir temsil, yalnızca queer bireylerin ekranlarda yer almasıyla değil; onların kendi hikâyelerini, deneyimlerini ve varoluş biçimlerini politik birer özne olarak dile getirebilmeleriyle mümkündür.

Popüler Kültürde Cinsiyetin Normatif Kodları

Televizyon dizileri, popüler müzik, YouTube içerikleri ve sosyal medya fenomenleri gibi yeni medya mecraları, toplumsal cinsiyet normlarının güncellenmiş versiyonlarını üretmektedir. “Güçlü kadın” imgesi bile, çoğu zaman fiziksel güzelliğin, tüketim yetisinin ve heteroseksüel arzunun hizmetine sunularak yeniden normatifleşir. Benzer şekilde, alternatif erkeklik temsilleri çoğu zaman popülerleşse de bu figürler genellikle sistemin sınırları içinde evcilleştirilmiş olur. TikTok, Instagram ve benzeri platformlar üzerinden kurulan “influencer” kimlikleri de cinsiyet performanslarının sayısal görünürlük, beğeni, takipçi ve etkileşim temelinde ölçüldüğü yeni bir cinsiyet ekonomisini beraberinde getirmiştir. Bu yapıda bedenler yalnızca gösterilen değil; algoritmalar tarafından sınıflandırılan ve piyasa değerine dönüştürülen nesnelere dönüşmektedir.

Dijital Feminizm ve Direnişin Yeni Biçimleri

Dijital teknolojilerin yaygınlaşması, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerine karşı mücadelede paradigmatik bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Dijital feminizm, feminist ve queer hareketlerin dijital platformları kullanarak hem ifade biçimlerini çeşitlendirmesi hem de örgütlenme ve direniş stratejilerini dönüştürmesi anlamına gelir (Baer, 2016). Sosyal medya, bloglar, podcast'ler ve çevrimiçi forumlar gibi dijital alanlar, geleneksel medyanın dışladığı veya temsil etmekte yetersiz kaldığı kadınlar ve LGBTQ+ bireyler için görünürlük ve ses alanı yaratmaktadır. Dijital feminizm, sadece var olan toplumsal cinsiyet normlarına karşı itiraz etmekle kalmaz; aynı zamanda yeni kültürel anlatılar ve kimlik politikaları inşa eder. Örneğin #MeToo hareketi, kadınların maruz kaldığı cinsel taciz ve şiddeti küresel ölçekte görünür kılarak, bireysel deneyimlerin kolektif direnişe dönüşmesini sağlamıştır (Mendes, Ringrose & Keller, 2018). Bu süreçte dijital platformlar hem toplumsal farkındalığı artırmak hem de hukuki ve sosyal değişim taleplerini organize etmek için kritik bir mecra haline gelmiştir. Ancak dijital feminizmin etkinliği yalnızca görünürlük üretimiyle sınırlı değildir. Aynı zamanda, patriarkal söylemlere karşı geliştirilen simgesel “karşı-mekanlar” yaratması bakımından da önemlidir. Bu karşı-mekanlar, toplumsal cinsiyet normlarını sorgulayan alternatif estetikler, söylemler ve topluluklar üretir. Örneğin, Instagram’da beden olumlama hareketi (#bodypositivity) veya TikTok’ta queer deneyimlerin paylaşılması, hegemonik normlara meydan okuyan yeni anlatıların gelişmesine olanak tanır (Banet-Weiser, 2018).

Öte yandan dijital feminizm, neoliberal ekonomi ve algoritmik denetimle şekillenen çevrimiçi ortamın sınırlamalarıyla da karşı karşıyadır. Platformların reklam ve tıklanma odaklı yapısı, direniş söylemlerinin ticarileşmesine ve standartlaşmasına neden olabilir (Gershon, 2017). Ayrıca siber taciz ve dijital gözetim gibi riskler, özellikle kadın ve queer kullanıcıların bu alanlarda güvenli ve etkin biçimde varlık göstermesini zorlaştırmaktadır.

Sonuç olarak, dijital feminizm, toplumsal cinsiyet mücadelelerine yeni ifade, örgütlenme ve direniş biçimleri kazandırırken, bu süreç aynı zamanda teknolojik ve politik sınırlamalarla da şekillenmektedir. Dijital alanların sunduğu fırsatlar, eleştirel bilinç ve kolektif hareketlerle birlikte değerlendirildiğinde, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinin geleceğine dair umut verici bir potansiyel barındırmaktadır.

Dijital Alanın Politikleştirilmesi: Hashtag Aktivizminden Kolektif Eyleme

Sosyal medya, kadın ve queer hareketlerinin kamusal alandaki görünürlüğünü artıran en önemli alanlardan biri hâline gelmiştir. Özellikle Twitter/X, Instagram ve TikTok gibi platformlar, geleneksel medyada yer bulamayan anlatıların dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır. #MeToo, #BenDe, #8Mart, #Susma, #İstanbulSözleşmesiYaşatır gibi hashtag temelli kampanyalar, bireysel deneyimleri kolektif bir hafızaya dönüştürmekte; duygusal, simgesel ve politik dayanışma biçimleri yaratmaktadır. Bu kampanyalar yalnızca ifşa değil, aynı zamanda bilgi üretimi, görünürlük ve norm eleştirisi gibi çok yönlü işlevler üstlenir. Hashtag aktivizmi, yalnızca sosyal medyada görünür olmayı değil; aynı zamanda hukuki reform talebi, medya temsiline müdahale, kurumlara baskı gibi somut etkiler de üretmiştir (Mendes, Ringrose & Keller, 2019). Bu yönüyle dijital feminizm, dijital teknolojileri araçsallaştıran değil, onları söylemsel mücadeleye dahil eden politik bir harekettir.

Dijital Bedensellik ve Arzunun Politikası

Dijital feminizm, yalnızca söylemsel temsillere değil; bedenın, arzunun ve görünürlüğün dijital ortamda nasıl politikleştirildiğine de odaklanır. Özellikle Instagram ve TikTok gibi görsel ağırlıklı platformlarda kadınlar, bedenlerini özneleştirme ve kendi arzularını dile getirme amacıyla stratejik biçimde görünür kalmaktadır. Bu pratikler, erkek bakışına karşı yeni görsel rejimler üretmenin; cinsiyet, beden ve normlar arasındaki sınırları bulanıklaştırmanın yolları olarak okunabilir. Ancak bu görünürlük biçimleri, aynı zamanda platform algoritmalarının, gözetim kapitalizminin ve cinsiyetli etkileşim dinamiklerinin sınırları içinde gerçekleşmektedir. Örneğin TikTok'un sansür politikaları, queer içeriklerin bastırılması ya da beden normlarının algoritmik olarak yeniden üretimi gibi uygulamalar, dijital feminizmin ifade alanını sınırlayan yapılar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu da gösteriyor ki dijital alan hem potansiyel bir özgürleşme zemini hem de yeniden denetim mekanıdır.

Platform Feminizmi ve Eleştirel Yönelimler

Dijital feminizmin yükselişi, feminist söylemlerin ve pratiklerin dijital platformlarda görünürlük kazanmasını sağlasa da bu süreç her zaman radikal ve dönüştürücü bir potansiyele sahip değildir. "Platform feminizmi" ya da "neoliberal feminizm" olarak adlandırılan eğilimler, feminist mücadeleyi bireysel başarı ve tüketim odaklı bir biçime indirgemektedir (Banet-Weiser, 2018). Bu yaklaşımda, feminizm bir "kız gücü" (girl power) markasına dönüşerek, özellikle Instagram, TikTok gibi görsel odaklı sosyal

medya platformlarında popülerlik kazanır. Ancak bu popülerlik, genellikle yapısal eşitsizliklerin göz ardı edilmesine ve sistemik sorunların görünmez kılınmasına yol açar. Örneğin, başarılı kadın girişimcilerin öne çıkarılması, kadınların iş hayatındaki cinsiyet temelli engellerini ve ücret eşitsizliğini tartışmaktan çok uzak bir bireysel başarı hikâyesi olarak sunulur (Gill ve Orgad, 2018).

Eleştirel dijital feminizm ise, bu tür yüzeysel görünürlüklerin ötesine geçmeyi hedefler. Platformların işleyiş mekanizmalarını, algoritmik yapıları, veri toplama ve dijital emek sömürüsünü feminist bir bakışla sorgular (Nakamura, 2015). Özellikle platformların algoritmalarının hangi içerikleri görünür kıldığı, hangi grupları marjinalleştirdiği ve dijital alandaki emek biçimlerinin nasıl sömürüldüğü, eleştirel dijital feminizmin odak noktalarıdır. Örneğin, kadınların ve LGBTQ+ bireylerin çevrimiçi aktivizmi çoğu zaman ücretsiz emek olarak görülürken, bu faaliyetlerden elde edilen ekonomik değer platform şirketlerine aktarılır (Duffy ve Hund, 2015). Ayrıca, eleştirel yönelimler, yalnızca görünürlük kazanan feminist içeriklere değil; görünürlükten dışlananlara da odaklanır. Medyada az temsil edilen veya yanlış temsil edilen grupların dijital ortamda da benzer biçimde marjinalize edilmesi, dijital feminizmin sınırlarını gözler önüne serer (Gillespie, 2018). Bu nedenle eleştirel dijital feminizm, feminist mücadeleyi sadece “dijital görünürlük” bağlamında değil, temsilin politik ve teknolojik koşulları bağlamında da değerlendirir. Veri politikaları, kullanıcı alışkanlıkları, platformların ekonomik modelleri ve teknolojik altyapılar, bu mücadelenin yeni alanları olarak görülür.

Sonuç olarak, platform feminizmi ile eleştirel dijital feminizm arasındaki fark, feminist pratiklerin derinliği ve radikal dönüşüm potansiyelinde yatar. Platform feminizmi, çoğu zaman kapitalist tüketim kültürünü yeniden üretirken, eleştirel dijital feminizm patriyarka, ırkçılık ve sınıf gibi yapısal eşitsizlikleri dijital düzeyde de ele alarak daha kapsayıcı ve dönüştürücü bir perspektif sunar.

Cinsiyetli Algoritmalar ve Platform Eşitsizlikleri

Dijital platformların altyapısını oluşturan algoritmalar, çoğu zaman teknik, tarafsız ve objektif olarak sunulsa da bu yapılar sosyal gerçeklikten, kültürel kodlardan ve toplumsal önyargılardan bağımsız değildir. Algoritmalar, yalnızca veriyi işleyen mekanizmalar değil; hangi içeriğin görünür olacağını, kimin sesi daha fazla yankılanacak, kimin temsili bastırılacak gibi sorulara dolaylı ama etkili biçimde yanıt veren sistemlerdir. Bu nedenle dijital sistemler, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini nötralize etmez; tersine, bu eşitsizlikleri teknik düzlemde yeniden üretme kapasitesine sahiptir.

Algoritmik Tarafsızlığın Miti ve Cinsiyetçi Kodlar

Teknoloji firmaları sıklıkla algoritmaların “tarafsız” olduğu iddiasında bulunur. Ancak bu tarafsızlık miti, sistemin nasıl kodlandığı, hangi verilerin beslendiği, neyin “uygun” ya da “ilgi çekici” olarak sınıflandırıldığı gibi soruların üzerini örter. Örneğin, öneri sistemleri kullanıcı davranışlarına göre çalışır; ancak bu davranışların toplumsal önyargılardan etkilendiği gerçeği, algoritmaların çıktısına da yansır. Safiya Umoja Noble (2018), *Algorithms of Oppression* adlı çalışmasında Google arama motorunun siyah kadınları nasıl cinselleştiren, stereotipleştiren ve dışlayan içerikleri öne çıkardığını göstermiştir. Bu örnek, algoritmik süreçlerin yalnızca teknik değil, derin biçimde toplumsal olduğunu kanıtlar. Algoritmalar, tarihsel önyargılarla eğitilen veri setlerinden beslendiği ölçüde, cinsiyetçiliği, ırkçılığı ve sınıf ayrımcılığını pekiştirme riski taşır.

Görünürlük Eşiği ve Algoritmik Susturma

Dijital platformların içerik görünürlüğünü belirleyen algoritmalar, sadece kullanıcıların üretim süreçleriyle değil; aynı zamanda platformların teknik ve ideolojik öncelikleriyle şekillenen karmaşık bir düzenin parçasıdır. TikTok, Instagram, YouTube gibi sosyal medya mecralarında içeriklerin “keşfet”, “önerilen” ya da “trend” listelerine girmesi, sadece paylaşılan materyalin popülerliğiyle değil; algoritmik uyumluluk ölçütleriyle de doğrudan ilişkilidir (Gillespie, 2014). Bu ölçütler, içeriklerin hangi sıklıkta gösterileceği, kimlere önerileceği ve ne kadar etkileşim alacağı üzerinde belirleyici olur. Ancak bu algoritmalar, çoğunlukla cinsiyet, ırk, sınıf gibi toplumsal kategorilere dayalı varsayımlar içerir ve bu da görünürlükte ciddi adaletsizliklere yol açar. Örneğin, queer temalı içerikler sıklıkla “uygunsuz” ya da “topluluk kurallarını ihlal eden” kategorilere yerleştirilerek, algoritmalar tarafından kısıtlanmakta ya da öneri sistemlerinde geri planda bırakılmaktadır (Noble, 2018). Benzer şekilde, beden olumlama hareketi kapsamında paylaşılan farklı beden tiplerini gösteren görseller, standart güzellik normlarına uymadığı için platformlarda daha az öne çıkarılabilir (Harvey, 2020). Ayrıca, dini ve kültürel sembollere sahip içeriklerde örneğin başörtülü kadınların görüntüleri algoritmaların yanlış etiketleme veya düşük etkileşim sebebiyle marjinalleşmesi sıkça rapor edilmektedir (Benjamin, 2019). Bu örnekler, görünürlüğün sadece sosyal kabul ile değil; teknolojik kodlama ve platformun politik kararlarıyla da belirlendiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bu durum, platformlarda “algoritmik susturma” (algorithmic silencing) olarak adlandırılan bir dijital baskı mekanizmasını ortaya çıkarır. Platformlar, teknik düzeyde hangi seslerin duyulacağını, hangi toplulukların kendini

ifade edebileceğini ve hangi kimliklerin görünür olacağını belirleyerek yeni bir iktidar formu inşa eder (Tufekci, 2015). Böylece dijital alan, salt ifade özgürlüğü sunan bir alan olmaktan çıkar; aksine, belirli kimliklerin sistematik olarak görünürlükten mahrum bırakıldığı, marjinalize edildiği bir mecraya dönüşür.

Sonuç olarak, görünürlük eşiği kavramı, dijital platformların içerik üretiminden daha çok, içeriklerin nasıl ve kimlere sunulduğuna dair derin yapısal ve ideolojik süreçlere işaret eder. Algoritmalar, görünürlük ve temsil eşitsizliklerini pekiştiren ve sürdüren araçlar haline gelirken, bu dinamiklerin farkında olmak; dijital adalet ve kapsayıcılık mücadelelerinde kritik bir öneme sahiptir.

Cinsiyetli Veri Açıkları ve Temsil Krizi

Dijital çağda veri, toplumsal yapıları şekillendiren yeni bir güç haline gelirken, veri kümelerinin yapısı ve algoritmik eğitim süreçleri toplumsal cinsiyet normlarının yeniden üretilmesinde kritik rol oynamaktadır. Makine öğrenimi sistemleri ve yapay zekâ modelleri, eğitildikleri veri setlerine sıkı sıkıya bağlıdır. Eğer bu veri setleri cinsiyet temsili açısından dengesiz ya da önyargılı ise, ortaya çıkan algoritmik kararlar da bu önyargıları yeniden üretmekle kalmayıp, sistematik bir adaletsizlik mekanizmasına dönüşür (Crawford, 2016). Bu durumu en somut şekilde gösteren örneklerden biri yüz tanıma teknolojileridir. Bu sistemlerin beyaz erkek yüzlerini tanıma doğruluğu, siyah kadın yüzlerini tanımadaki başarısızlığının çok üzerindedir. Buolamwini ve Gebru'nun (2018) çalışması, bu teknolojik açığın sadece teknik bir eksiklik olmadığını, aynı zamanda algoritmaların eğitildiği veri setlerinin yapısal olarak ırk ve cinsiyet temelli ayrımcılıkla yüklü olduğunu ortaya koymuştur. Bu tür “cinsiyetli veri açıkları”, yüz tanıma gibi gözetim teknolojilerinde yalnızca teknik sorunlara değil, aynı zamanda sosyal adaletsizliklere yol açar. Bu durum, dijital teknolojilerin toplumsal cinsiyet ve ırk eşitsizliklerini görünmez kılmak yerine, daha da derinleştirdiğini gösterir (Benjamin, 2019). Benzer şekilde, işe alım süreçlerinde kullanılan algoritmik değerlendirme sistemlerinde cinsiyetli önyargılar ortaya çıkmaktadır. Örneğin, erkeklere özgü kelimeler içeren özgeçmişlerin algoritmalar tarafından daha yüksek puan alması (Raghavan, Barocas & Kleinberg, 2020), kadın adayların sistematik olarak elenmesine yol açmakta; bu durum sadece veri kaynaklı bir hata değil, aynı zamanda iş dünyasındaki cinsiyet temelli yapısal eşitsizliklerin algoritmik biçimde yeniden üretimidir. Dolayısıyla algoritmalar, mevcut toplumsal normları yansıtmakla kalmayıp, bunları meşrulaştıran ve sürdürerek eşitsizliği pekiştiren araçlara dönüşmektedir (Noble, 2018). Veri kümelerindeki bu

cinsiyetli açığın çözümü, yalnızca daha “eşit” veri sağlamakla mümkün olmamakta; aynı zamanda veri üretim süreçlerinin, algoritmik tasarımın ve model değerlendirme kriterlerinin eleştirel bir şekilde gözden geçirilmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, “adaletli yapay zekâ” (fair AI) yaklaşımları hem veri temelli hem de etik düzeyde toplumsal cinsiyet eşitliğini hedeflemekte; algoritmaların önyargıları azaltacak biçimde tasarlanmasını ve denetlenmesini savunmaktadır (Mehrabi et al., 2021). Ancak bu çabalar, veri ve teknoloji üretim süreçlerinin toplumsal bağlam ve güç ilişkilerinden bağımsız olmadığını vurgulayarak, dijital eşitsizliklerin sistematik doğasına dikkat çeker (Crawford & Paglen, 2019). Özetle, dijital sistemlerde cinsiyetli veri açıkları, temsilde yaşanan krizlerin teknik değil yapısal kökenli olduğunu göstermekte; bu kriz, algoritmik adalet mücadelesinin temel odak noktalarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak için teknoloji üretim süreçlerinde çok boyutlu, disiplinlerarası ve eleştirel yaklaşımlar geliştirilmesi kaçınılmazdır.

Sonuç

Toplumsal cinsiyet, bu bölüm boyunca da gösterildiği gibi, biyolojik bir gerçeklikten ziyade; söylem, temsil, performans ve iktidarekseninde biçimlenen dinamik bir toplumsal yapıdır. Bu yapının en temel inşa araçlarından biri ise iletişimdir. Gündelik dil, medya temsilleri, dijital platformlar ve algoritmik sistemler, cinsiyetin ne olduğuna, nasıl yaşanacağına ve kimlerin meşru kabul edileceğine dair normatif kalıpları üretir, dolaşıma sokar ve yeniden üretir. Böylece iletişim, sadece cinsiyeti temsil eden bir alan değil; cinsiyetin bizzat kurulduğu, düzenlendiği ve sorgulandığı bir zemin hâline gelir. Cinsiyetin sosyolojik ve kuramsal temelleri, sabit ve evrensel bir kimlik anlayışından uzaklaşarak, çoklu, değişken ve tarihsel olarak biçimlenen bir yapı olarak ele alınmasını gerekli kılar. Judith Butler’ın performatiflik kuramı, cinsiyetin tekrar eden pratiklerle oluştuğunu; queer teori ise bu tekrarların dışında kalan varoluşların nasıl bastırıldığını göstermiştir. Bu kuramsal açılımlar, iletişimin yalnızca içerik üretimi değil, norm üretimi olduğunu açık biçimde ortaya koymuştur. Medyada cinsiyet temsilleri, yalnızca görsel estetikle sınırlı olmayan; ideolojik olarak yönlendirilmiş, sınıfsal, ırksal ve heteronormatif bakış açılarını pekiştiren bir temsil rejimi yaratır. Kadınlığın erotize edilmesi, erkekliğin hegemonik kodlarla sunulması ve queer kimliklerin ya görünmezleştirilmesi ya da stereotipleştirilmesi; Medyanın cinsiyeti hem normalize eden hem de sınırlandıran bir iktidar alanı olarak işlev gördüğünü kanıtlar. Ancak bu temsil rejimi dijitalleşmeyle birlikte parçalanmaya başlamıştır. Dijital feminizm ve queer dijital aktivizm, dijital alanı yalnızca görünürlük kazanma değil; aynı zamanda alternatif epistemolojiler üretme

ve patriyarkal kodları bozma zemini olarak değerlendirmektedir. Sosyal medya kampanyaları, kullanıcı üretimli anlatılar ve dijital beden politikaları; artık cinsiyetin merkezden değil, çok merkezli bir biçimde yeniden tanımlandığı mecralara dönüşmüştür. Bununla birlikte, dijital teknolojilerin eşitlikçi bir zemin sunduğu varsayımı, algoritmaların görünüşte tarafsız ama derinlemesine cinsiyetli yapısı karşısında sorgulanmalıdır. Cinsiyetli veri setleri, önyargılı yazılımlar ve görünürlüğü platform mantığına göre dağıtan algoritmik sistemler, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini yeni teknik biçimlerde üretmektedir. Bu nedenle dijital eşitsizlik yalnızca kullanıcılar arasında değil; sistemin yapısal kodları ve görünürlüğü düzenleyen altyapılar düzeyinde de kökleşmiştir.

Duyguların Platformlaşması ve Sayısal Disiplin

Giriş

Dijital çağ, yalnızca bilgi üretiminin, temsilin ve iletişimin dönüşümüne değil; aynı zamanda duygularında sayısal altyapılar üzerinden biçimlendirildiği, dolaşıma sokulduğu ve düzenlendiği yeni bir duygulanım rejiminin kurulmasına sahne olmuştur. Bu dönüşüm, bireylerin dijital ortamlarda yalnızca “ne söylediklerinin” değil, aynı zamanda “ne hissettiklerinin” de algoritmik sistemler tarafından izlenmesini, sınıflandırılmasını ve yönlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Böylelikle duygular, içsel, öznel ve kendiliğinden yaşantılar olmaktan çıkarak, veriye dönüştürülebilir performanslar hâlini alır (Paasonen, 2021). Beğeni sayıları, yorum biçimleri, emoji kullanımı, izlenme süresi, içerik paylaşım zamanı ve takipçi dinamikleri gibi etkileşimsel göstergeler, bireyin dijital benliğini duygusal düzlemde inşa ve perforce etmesinde belirleyici unsurlar haline gelir. Bu olgu, dijital kültür çalışmaları literatüründe “duyguların platformlaşması” (Paasonen, 2021; Papacharissi, 2015) olarak adlandırılmaktadır. Platformlaşma yalnızca teknik bir altyapı değişimi değil; aynı zamanda duygusal deneyimlerin normatif biçimde ölçülebilir, yönetilebilir ve metalaştırılabilir bir yapıya dönüştürülmesini ifade eder. Duyguların dijital platformlarda dolaşıma girme biçimi, genellikle dikkat ekonomisinin ve algoritmik görünürlük sistemlerinin kurallarına göre şekillenir. Bu bağlamda “mutluluk”, “ilham”, “coşku” gibi olumlu olarak kodlanan duygular sistem tarafından ödüllendirilirken; “öfke”, “kayıp”, “keder”, “hayal kırıklığı” gibi duygular, genellikle ya bastırılır ya da yalnızca estetikleştirilmiş ve normatifleştirilmiş biçimleriyle kabul görür (Bucher, 2018). Böylece birey, sadece ne hissettiğini değil ne hissetmesinin beklendiğini de içselleştirir. Duygular, bir tür toplumsal görev ya da stratejik

iletişim biçimi hâline gelir. Bu durum, Sara Ahmed'in (2010) geliştirdiği "duyguların kültürel politikası" kavramıyla doğrudan ilişkilidir. Ahmed'e göre duygular, bireyin iç dünyasına ait öznel yaşantılar değil; toplumsal ilişkiler içinde konumlanan, belirli davranışlara yönlendiren ve siyasal anlamlar taşıyan söylemsel araçlardır. Dijital platformlarda duyguların dolaşımı, yalnızca bireysel ifadeyi değil, aynı zamanda duyguların ideolojik olarak nasıl kodlandığını ve hangi duyguların meşru sayıldığını da gösterir. Örneğin sistem eleştirisi içeren içeriklerin "negatif" olarak sınıflandırılması ya da görünürlükten uzaklaştırılması, duyguların da birer politik ekonomi nesnesi hâline geldiğini göstermektedir (Zuboff, 2019). Dijital ortamın sunduğu ifade olanakları, klasik iletişim kuramlarında varsayıldığı gibi "özgürleşme" ya da "demokratikleşme" ile doğrudan örtüşmeyebilir. Algoritmik sistemler, kullanıcıların görünürlüğünü belirlerken aynı zamanda duygusal içeriklere yönelik bir tür filtreleme ve yönlendirme işlevi de görür. Bu algoritmik denetim, yalnızca estetik tercihlere değil; aynı zamanda sosyal normlara, platform politikalarına ve reklam odaklı ekonomi modellerine göre belirlenmektedir. Bu bağlamda ifade özgürlüğü, yalnızca "söyleyebilme hakkı" değil, aynı zamanda "duygusal olarak kabul edilebilir olma" zorunluluğu ile yeniden tanımlanmaktadır. Bu dönüşüm, dijital öznenin hem üretici hem de denetlenen bir figür olarak yeniden konumlandığını gösterir. Duygular, algoritmik sistemler tarafından ölçülebilir ve yönetilebilir veriler hâline getirilirken, bireyler de hem üretici hem tüketici (prosumer) olarak duygusal ekonominin aktif aktörleri olur. Bu yeni düzende, toplumsal normlara aykırı ya da sistem eleştirisi içeren duygusal ifadeler "düşük etkileşimli" ya da "problemli" içerik olarak algılanarak dolaşımdan düşürülebilir (DeNora, 2000; Gillespie, 2018). Duyguların dijital mecralarda platformlaşması, yalnızca bireysel bir ifade meselesi değil; aynı zamanda teknolojik altyapılarla iç içe geçmiş, kültürel, ekonomik ve siyasal ilişkiler tarafından belirlenen bir toplumsal iktidar alanıdır. Bu bağlamda dijital duygular hem disipline edici hem de direniş olanakları barındıran alanlar olarak yeniden düşünülmelidir. Bireylerin dijital benliklerini kurarken maruz kaldıkları duygusal normlar, yalnızca psikolojik değil; aynı zamanda ideolojik ve ekonomik olarak da değerlendirilmelidir.

Duyguların Sayısallaşması ve Etkileşim Rejimleri

Dijital iletişim çağında duygular, bireyin içsel ve öznel yaşantılarından çıkarak sayısallaştırılabilir, sınıflandırılabilir ve algoritmik olarak işlenebilir verilere dönüşmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca duyguların ifade biçimlerini değil; aynı zamanda bireyin dijital kimliğini, toplumsal ilişkiler ağını ve çevrimiçi etkileşim biçimlerini doğrudan dönüştürmektedir. Duygular,

artık yalnızca hissedilen değil, dijital ortamlarda performe edilen ve ölçülen içerikler olarak ele alınmaktadır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların duygu ifadelerini standartlaştırılmış araçlar üzerinden yapılandırır: emojiler, beğeni butonları, yorumlar, paylaşım sayıları, izlenme süreleri ve çeşitli tepkiler (reaction) gibi sembolik göstergeler, bireylerin duygusal deneyimlerini önceden kodlanmış bir etkileşim sistemine entegre eder. Bu tür gösterim biçimleri, duyguları bağlamsal zenginliklerinden kopararak, onları ölçülebilirliğe uygun hale getirir. Böylece duygular, kullanıcıların kontrolünden büyük ölçüde çıkarak platformların algoritmik mantığı içinde yeniden anlam kazanır. Bu yapısal dönüşüm, güncel iletişim ve medya kuramlarında “sayısal duygulanım rejimi” (*digital affective regime*) olarak adlandırılmaktadır (Lemke, 2015; Paasonen, 2021). Bu kavram, duyguların dijital sistemler içinde yalnızca bireysel ifade araçları değil; aynı zamanda iktidar ilişkileri, görünürlük politikaları ve ekonomik değer üretimi süreçlerinin bir parçası haline geldiğini ifade eder. Sayısal duygulanım rejimi, bireylerin dijital platformlarda neyi, nasıl ve ne zaman hissetmeleri gerektiğini dolaylı biçimde yönlendirerek, duyguların üretimini ve dolaşımını kontrol altına alır. Bu rejim, aynı zamanda etik ve politik sonuçlar doğuran bir yapı olarak da değerlendirilmelidir. Hangi duyguların görünür olacağına, hangilerinin öne çıkarılacağına ya da bastırılacağına dair kararlar, bireylerin değil; algoritmaların, platform politikalarının ve metrik temelli içerik optimizasyonlarının kontrolündedir. Bu durum, Sara Ahmed’in (2010) duyguların kültürel-politik doğasına ilişkin analizleriyle de örtüşür: Duygular yalnızca bireysel yaşantılar değil; aynı zamanda toplumsal normlara göre şekillenen, yönlendirilen ve belli davranış kalıplarını teşvik eden söylemsel araçlardır. Sonuç olarak, dijital iletişim ortamlarında duygular, yalnızca paylaşılmak için var olan içsel durumlar değil; ekonomik ve toplumsal değer üreten, sistematik olarak organize edilen ve performe edilen göstergelere dönüşmüştür. Duyguların bu yeni dolaşım biçimi, bireylerin dijital benliklerini inşa etme biçimlerini yeniden tanımlarken, aynı zamanda iletişimin anlamını, sınırlarını ve işlevlerini de derinden dönüştürmektedir.

Duyguların Metrikleşmesi ve Görünürlük Yarışı

Dijital kültürün algoritmik yapısı, bireylerin yalnızca içerik üretimini değil, aynı zamanda duygularını da performatif ve ölçülebilir hâle getirmiştir. Beğeni sayıları, paylaşım oranları, izlenme süresi ve takipçi artışı gibi metrikler, görünüşte içeriklerin etkileşim başarısını ölçen araçlar olarak sunulsa da bu veriler aynı zamanda içeriklerin duygulanımsal tonunu da normatif bir düzleme çeker. Dijital platformlar, duyguların dolaşıma girme kapasitesini niceliksel ölçütlerle değerlendirirken, belirli duygu biçimlerini

ödüllendirir, bazılarını ise görünmezleştirir ya da marjinalleştirir. Özellikle mutluluk, neşe, minnettarlık, şükran gibi “olumlu” olarak kodlanan duygular dijital ortamda daha fazla etkileşim üretirken; yas, öfke, hüznün, hayal kırıklığı gibi duygular çoğu zaman algoritmik görünürlükten dışlanır ya da “aşırılık”, “şikâyet” ve “negatiflik” gibi etiketlerle damgalanır (Taina Bucher, 2018). Bu da bireylerin yalnızca ne düşündüklerini değil ne hissetmeleri gerektiğini de belirleyen bir dijital duygular rejimi yaratır. Bu algoritmik duygulanım rejimi içinde duygular, içsel yaşantılar olmaktan çıkarak, kamusal olarak performe edilen, görsel olarak temsil edilen ve metriklerle ölçülen içeriklere dönüşür. Özellikle Instagram gibi görselliğe dayalı platformlarda bireyler, duygularını estetik kodlara uygun biçimde düzenleyerek, takipçilerin beğenisini alacak şekilde sunma baskısı altındadır. Bu durum, Crystal Abidin’in (2020) “dijital mutluluk estetiği” olarak adlandırdığı olguyla doğrudan ilişkilidir. Bireyler, gerçek yaşam deneyimlerinden bağımsız olarak dijital benliklerini sürekli pozitif, neşeli ve ilham verici bir biçimde sergilemek zorunda kalırlar. Bu estetik norm, bireyleri duygusal olarak tek boyutlu ve normatif bir görsellik rejimi içine hapseder. Bu bağlamda duygular yalnızca ifade edilen değil, yönetilen ve yönlendirilen içerik biçimlerine dönüşür. Bireylerin duygusal tepkileri, algoritmaların teşvik ettiği biçimlerde şekillenirken; belirli duyguların daha fazla dolaşıma girmesi, bireyleri bu duyguları üretmeye ve sergilemeye iter. Bu da Zuboff’un (2019) “davranışsal artı değer” kavramıyla ilişkili olarak, bireyin duygusal ifadesinin dahi metalaştırıldığı ve veri ekonomisine dâhil edildiği bir süreci ifade eder. Burada söz konusu olan yalnızca bireysel bir ifade kısıtlaması değil; duygulanımın kendisini düzenleyen bir iktidar biçimidir. Sara Ahmed’in (2010) “duyguların kültürel politikası” olarak tanımladığı çerçeveye uygun biçimde, hangi duyguların görünür olacağı, hangilerinin bastırılacağı ya da estetik olarak nasıl sunulacağına dair normatif bir denetim uygulanmaktadır. Bu, yalnızca bireyin kendisini sansürlemesine değil, aynı zamanda duyguların içeriğinin dönüşmesine de yol açar: Hüznün, öfke veya kayıp gibi deneyimler bile, algoritmik sistem içinde “pazarlanabilir” estetik formlara dönüştürülür. Sonuç olarak dijital ortamlar, duyguların ifadesine olanak sağlayan demokratik platformlar olmanın ötesinde, duygusal normların üretildiği, dolaşıma sokulduğu ve ölçüldüğü denetim alanlarıdır. Görünürlüğün duygusal biçimlerle bağlantılı olarak metrikleştirildiği bu sistem, bireyleri yalnızca izlenebilir olmaya değil, aynı zamanda duygusal olarak kabul edilebilir olmaya da zorlamaktadır. Bu, dijital çağda duyguların nasıl toplumsal, kültürel ve teknolojik yapılar içinde yeniden üretildiğini gösteren güçlü bir göstergedir.

Etkileşim Rejimleri: Onay ve Sessizliğin Ekonomi Politigi

Dijital medya platformları, kullanıcıları yalnızca içerik üretmeye değil, aynı zamanda bu içeriklere tepki vermeye, paylaşmaya ve çeşitli biçimlerde etkileşim kurmaya yönlendirir. Bu yönlendirme salt teknik bir özellik değil; belirli ekonomik ve ideolojik hedefler doğrultusunda yapılandırılmış bir katılım rejimidir. Bu bağlamda “etkileşim rejimleri”, platform kapitalizminin temel bileşenlerinden biri olarak değerlendirilebilir (Srnicek, 2017). Her beğeni (like), yorum, emoji ya da paylaşım, kullanıcının duygusal katılımını bir veri girdisine dönüştürerek dijital ekonominin meta üretim sürecine dahil eder. Bu süreci Shoshana Zuboff (2019), “davranışsal artık değer” (*behavioral surplus*) kavramıyla açıklar: Kullanıcıların dijital davranışları yalnızca hizmeti iyileştirmek için değil, aynı zamanda öngörülebilir ve yönlendirilebilir tüketici profilleri oluşturmak için sistematik biçimde toplanır, analiz edilir ve satılır. Bu doğrultuda her etkileşim, duygusal bir ifade olmanın ötesinde, algoritmik değer üretiminin bir parçası hâline gelir.

Ancak etkileşim ekonomisi, bu veri üretim sürecini eşit bir şekilde gerçekleştirmez. Popüler kullanıcılar veya platform tarafından “onaylanmış” içerik üreticileri algoritmalar tarafından daha görünür kılınırken, norm dışı, eleştirel veya marjinal kullanıcılar sistematik biçimde görünmezleştirilir. Bu durum, Taina Bucher’in (2012) “algoritmik gücün epistemolojisi” olarak tanımladığı sürece işaret eder: Algoritmalar yalnızca içerikleri filtrelemekle kalmaz, aynı zamanda kimin ne kadar konuşabileceğini, hangi seslerin dolaşımda kalacağını ve hangilerinin sessizliğe gömüleceğini belirler. Bu bağlamda sessizlik, yalnızca ilgisizlikten kaynaklanan bir boşluk değil; aktif olarak kurulan bir dışlama biçimidir. Gillespie (2014) bu süreci “platform yönetişi” (*platform governance*) kavramıyla tartışır: Platformlar içerik politikaları ve algoritmalar aracılığıyla neyin “görölmeye değer” olduğunu tanımlar ve böylece dijital kamusalığın sınırlarını çizer. Özellikle politik, queer, feminist ya da etnik azınlıklara ait içeriklerin ya “zararlı” ya da “düşük etkileşimli” olarak sınıflandırılması, platformun ticari ve ideolojik çıkarları doğrultusunda sessizliğe gömülmesine neden olur (Noble, 2018). Öte yandan, dijital platformlar tarafından teşvik edilen belirli duygusal tepki türleri (örneğin pozitif duygular: sevgi, kahkaha, onay) daha geniş dolaşıma girerken; öfke, üzüntü ya da karmaşık duygular çoğu zaman sistem tarafından sınırlı erişimle karşılaşılır. Sara Ahmed’in (2010) “duyguların siyasetini” tanımladığı gibi, bazı duygular mekânsal ve toplumsal olarak dolaşıma sokulurken, diğerleri bastırılır veya kriminalize edilir. Bu bağlamda dijital platformlar, yalnızca içeriği değil; duyguları da normatif ve ekonomik çerçeveler içinde üretir. Bu duygusal yönlendirme, kullanıcıların zamanla belirli duygusal kalıplar içinde kendilerini ifade etmeye teşvik edildiği ve

böylece dijital öznelik biçimlerinin inşa edildiği bir rejime dönüşür. Bu rejim, Lilie Chouliaraki ve Andreas Hepp'in (2017) "medya aracılığıyla duygusal yurttaşlık" kavramında belirttikleri gibi, küresel kullanıcıların neye nasıl tepki vereceğini şekillendirir. Bu noktada dijital sessizlik, sadece dışlanmanın değil; duygusal katılımın da hiyerarşikleştirildiği bir politik-ekonomik yapının sonucudur.

Dijital Duygusal Çalışma: Görünür Olmak İçin Hissetmek

Dijital ortamlarda bireylerden yalnızca içerik üretmeleri değil; aynı zamanda doğru duyguyu, doğru biçimde ve doğru zamanda ifade etmeleri beklenir. Bu durum, özellikle içerik üreticileri, influencer'lar ve aktivistler için görünürlüğü sürdürebilmenin koşulu hâline gelir. Bu pratik, Hochschild'in (1983) kavramsallaştırdığı duygusal emek fikrinin dijital versiyonuna, yani dijital duygusal çalışmaya dönüşmüştür. Bir içerik üreticisi, kişisel krizini dahi "anamlı", "öğretici" ya da "estetik" bir formatta sunmak zorunda kalabilir. Bu zorunluluk, yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda simgesel sermaye üretimi için de geçerlidir. "Kendini duygusal olarak yönetebilmek", dijital ortamlarda başarılı olmanın bir becerisi olarak sunulur. Böylece dijital platformlar, duyguların ifadesine alan açmaktan çok, onları yönetilebilir, ölçülebilir ve pazarlanabilir biçimlere sokar.

Sessizliğin Sosyolojisi: Algoritmik Görünmezlik ve Dijital Dışlanma

Dijital çağda sessizlik artık sadece konuşmamak ya da içerik üretmemekle açıklanamaz. Sosyal medya platformlarının yapısal ve algoritmik mantığında, "görünür olmak", yalnızca dikkat çekmek değil; aynı zamanda varlığını kanıtlamak, toplumsal olarak tanınmak ve dolaşımda kalmak anlamına gelir. Bu görünürlük, dijital kamusal alanda bir tür "var olma hakkı"na dönüşürken; görünmezlik ise giderek daha fazla yok sayılma, silinme ve dışlanma biçimi haline gelmektedir. Platformlar, içerikleri kullanıcıların ilgisine göre değil; algoritmaların karar verdiği ölçütlere göre dağıtır. Algoritmalar, kullanıcıların hangi içerikleri göreceğini belirlerken aynı zamanda hangi içeriklerin *görünmeyeceğine* de karar verir. Taina Bucher'in (2012) ifade ettiği gibi, algoritmalar "teknik" değil; aynı zamanda "epistemolojik" araçlardır yani neyin bilgisi dolaşıma girer, kim konuşur, kim susturulur gibi soruları yanıtlarlar. Bu durum, özellikle azınlık gruplar, politik olarak muhalif sesler veya norm dışı kimlikler için algoritmik görünmezlik anlamına gelir. Sophie T. Noble'in (2018) *Algorithms of Oppression* adlı çalışmasında belirttiği gibi, özellikle arama motorları ve sosyal medya algoritmaları, ırksal ve toplumsal önyargıları yeniden üretir. Örneğin "siyah kadın" gibi bir arama teriminin

uzun süre boyunca hiperseksüalize edilmiş içeriklerle ilişkilendirilmesi, sadece teknik bir tesadüf değil; dijital kültürün hangi sesleri ve kimlikleri bastırdığının sistematik bir örneğidir. Benzer şekilde queer, feminist veya göçmen temalı içeriklerin “topluluk kurallarına aykırı” olduğu gerekçesiyle sansürlenmesi, dijital sessizliğin politik boyutunu açığa çıkarır (Gillespie, 2018). Bu noktada sessizlik, bireyin aktif olarak konuşmaması değil; konuşmasının duyulmaz kılınması, yani sistematik olarak görünmezleştirilmesi anlamına gelir. Seda Gürses ve Joris Van Hoboken (2018), algoritmaların karar mekanizmalarının şeffaf olmamasının, bu tür dışlamaların tespit edilmesini ve sorgulanmasını zorlaştırdığını vurgular. Sessizlik böylece, teknolojik tarafsızlık iddiası altında gizlenen bir güç ilişkisine dönüşür. Ayrıca sessizlik her zaman dışsal bir baskıyla değil; bazen içselleştirilmiş normlarla da inşa edilir. Dijital mecralarda belli türden duyguların (örneğin olumlu, “pozitif” tepkilerin) daha fazla ödüllendirilmesi, kullanıcıları kendi öfkelerini, üzüntüsünü ya da travmasını bastırmaya yönlendirebilir. Sara Ahmed (2010), bu tür duygusal yönlendirmelerin, kimin “iyi bir dijital yurttaş” sayılacağını da belirlediğini söyler. Bu da sessizliğin sadece dışlayıcı değil; aynı zamanda öz-kontrol yoluyla gönüllü bir uyuma dönüştüğü anlamına gelir. Sonuç olarak, dijital sessizlik ne bireysel bir tercihtir ne de sadece teknik bir durumdur. Aksine, bu sessizlik; algoritmik mantıklar, kültürel önyargılar, politik denetim ve ekonomik çıkarların kesişiminde oluşan çok katmanlı bir görünmezlik halidir. Bu nedenle dijital eşitlikten bahsetmek için yalnızca ifade özgürlüğünü değil, aynı zamanda duyulma, fark edilme ve dolaşıma girme hakkını da tartışmak gerekir.

Görünürlük Zorunluluğu ve Sessizliğin Patolojikleştirilmesi

Dijital çağda birey, yalnızca kim olduğunu değil, ne sıklıkla görünür olduğunu da sürekli olarak kanıtlamak zorundadır. Sosyal medya platformlarında paylaşmak, beğenmek, yorum yapmak ya da “hikâye” güncellemek gibi davranışlar, artık sadece iletişim değil; varlık göstergeleri olarak işlev görür. Bu bağlamda “görünürlük”, bir tür dijital yurttaşlık pratiği hâline gelmiştir (Papacharissi, 2010). Bu pratikten geri durmak yani sessiz kalmak ise giderek “anormal”, “pasif” ya da “sorunlu” olarak kodlanır. Bu durum, sessizliğin patolojikleştirilmesi sürecine işaret eder. Sessizlik, günümüz platform kültüründe sıklıkla ilgisizlik, iletişimsizlik ya da sosyal değer eksikliği olarak okunur. Dijital ortamda sürekli aktif olma baskısı, yalnızca sosyalleşme dinamiklerini değil, aynı zamanda bireyin psikolojik ve toplumsal değerini de ölçmenin bir aracı hâline gelir. Chun (2016), bu durumu “dijital zorunluluklar ekonomisi” olarak adlandırır ve bireylerin dijital katılımı, görünürlük üzerinden birbirleriyle rekabet ettikleri bir

normatif alan olarak tanımlar. Ancak sessizlik her zaman pasiflik anlamına gelmez. Aksine, sessizlik; kimi zaman politik bir strateji, kimi zaman duygusal koruma, kimi zaman da marjinalleştirilmenin sonucu olabilir. Michel Foucault'nun (1978) "sessizliklerin ekonomisi" kavramı, güç ilişkilerinde sessizliğin yalnızca bastırılmışlık değil; aynı zamanda konuşmanın sınırlarını belirleyen bir iktidar biçimi olduğunu gösterir. Dijital alanda da bu sınırlar, platformların algoritmik tercihleriyle şekillenir. Örneğin "gölge yasak" (*shadow banning*) olarak adlandırılan uygulamalar, bir kullanıcının içerik üretmeye devam etmesine rağmen bu içeriklerin diğer kullanıcıların akışında görünmemesiyle sonuçlanır. Bu durum, teknik olarak görünürlük sunar gibi görünse de gerçekte algoritmik olarak inşa edilmiş bir silinme biçimidir (Caplan, Donovan & Hanson, 2018). Üstelik bu tür müdahaleler çoğu zaman şeffaf değildir; kullanıcı sessizliğinin nedenini anlamadan dışlandığını hisseder. Bu da sessizliğin yalnızca bireysel değil, yapısal olarak üretilmiş bir patolojiye dönüştüğünü gösterir. Ayrıca sosyal medya platformlarının ekonomik modeli, sürekli veri üretimine dayalıdır. Sessiz hesaplar yani içerik üretmeyen, düşük etkileşimli ya da sistemin önerdiği biçimde davranmayan kullanıcılar bu ekonomik modelin dışında kalır. Dolayısıyla platformlar, bu tür kullanıcıları algoritmik olarak "önemsiz" kategorisine yerleştirir (Srnicke, 2017). Bu, yalnızca sosyal değil; dijital ekonomideki dolaşım değerinin kaybı anlamına gelir. Sonuç olarak sessizlik, dijital dünyada hem bireysel hem de yapısal düzeyde stigma (damgalama, dışlama, değersizleştirme) haline gelir. Görünürlük bir zorunluluğa, sessizlikse bir sapmaya dönüşür. Bu çerçevede dijital yurttaşlık, yalnızca haklara değil; aynı zamanda görünürlük üretme yükümlülüğüne dayanır. Sessiz kalanlar ise yalnızca teknik olarak değil; kültürel ve politik olarak da sistem dışına itilmiş olur.

Algoritmik Görünmezlik: Kodla İşleyen Dışlama

Platform algoritmaları, içeriklerin hangi kullanıcıya ne zaman ne yoğunlukta gösterileceğini belirlerken, kullanıcıların geçmiş davranışlarına, etkileşim oranlarına ve içerik tipine göre bir sıralama yapar. Bu sıralama süreci, görünürlüğü sadece teknik değil; normatif ve ideolojik bir mesele hâline getirir. Algoritmalar, çoğunlukla "yüksek etkileşim potansiyeli taşıyan" içerikleri öne çıkarırken; sistemin dışında kalan sesleri pasifleştirir. Özellikle marjinal kimliklere sahip kullanıcılar örneğin queer bireyler, etnik azınlıklar, engelliler ya da politik muhalifler sıklıkla içeriklerinin ya görünmezleştirildiğini ya da sansürlendiğini rapor etmektedir. Bu, yalnızca kullanıcıların ifade hakkını sınırlandırmakla kalmaz; aynı zamanda sistemin kimlere "konuşma hakkı" tanıdığı, kimleri ise "sistemin dışında tuttuğu" sorusunu da gündeme getirir. Bu süreç, dijital dışlanmanın kodla işleyen

biçimidir: Görünmezlik, sessizlik olarak değil; “algoritmik önemsizlik” olarak üretilir. Böylece platformlar, yalnızca içerik dağıtımı değil; dijital yurttaşlık sınırlarının da belirlendiği ideolojik araçlara dönüşür.

Sessizliğin Politik Boyutları: Gönüllü mü, Zorunlu mu?

Sessizlik, tarihsel olarak her zaman tek boyutlu bir eylemsizlik biçimi değildir. Aksine, kimi zaman direnişin sembolü, kimi zaman ise baskının ürünü olarak ortaya çıkar. Hannah Arendt’in (1958) kamusal alan kuramında belirttiği üzere, konuşmak ve eylemek kamusal varoluşun temelidir; ancak bu varlık, herkes için eşit erişilebilir değildir. Sessizlik bu bağlamda hem bir seçim hem de bir zorunluluk hem bir güçlenme hem de bir kısıtlanma hâli olarak okunabilir. Dijital ortamda bu çifte anlam daha da keskinleşir. Günümüz dijital platformları, teknik olarak herkese ifade özgürlüğü sunuyormuş gibi görünse de bu özgürlük büyük ölçüde algoritmik düzenlemeler, kültürel normlar ve politik denetimlerle sınırlandırılır. Bu nedenle bireylerin sessizliği, çoğu zaman sadece kişisel karar değil; aynı zamanda görünür olmanın bedelinin yüksekliğine dair bir göstergedir (Couldry, 2010). Özellikle kadınlar, LGBTİ+ bireyler, etnik/dini azınlıklar ve politik aktivistler gibi tarihsel olarak marjinalleştirilmiş gruplar için dijital sessizlik; sadece geri çekilme değil, kendini koruma stratejisi olarak işlev görür. Örneğin *Matias et al.* (2015), kadın gazetecilerin Twitter’da sık sık siber tacizle karşılaştığını, bu nedenle ya paylaşımlarını azalttığını ya da profillerini gizli hâle getirdiğini belirtmiştir. Yani sessizlik burada gönüllü değil, zorunlu bir oto sansür biçimidir. Benzer biçimde, LGBTİ+ bireylerin ya da politik aktivistlerin maruz kaldığı “doxxing” (kişisel bilgilerin ifşa edilmesi), hedef gösterme ve organize dijital saldırılar, ifade alanlarını daraltır. Dijital ortamlarda aktif olmak, bu gruplar için sadece bir ifade biçimi değil; aynı zamanda kişisel risk barındıran bir eylem hâline gelir (Citron, 2014). Dolayısıyla sessizlik, burada korkunun ve korunma ihtiyacının doğal sonucu olarak ortaya çıkar. Bu zorunluluk aynı zamanda platform politikaları ve algoritmik ceza mekanizmaları ile de pekiştirilir. Örneğin, politik içeriklerin daha az görünür hâle gelmesi, ana akımın dışında kalan seslerin “topluluk kurallarını ihlal ettiği” gerekçesiyle kaldırılması ya da platform içi “flagging” (şikâyet) sistemlerinin organize biçimde kötüye kullanılması, ifade özgürlüğünün sistematik olarak bastırılmasına neden olur (Gillespie, 2018). Bu mekanizmalar, kullanıcının kararından çok daha büyük, yapısal bir sessizleştirme rejimi üretir. Öte yandan sessizlik her zaman pasiflik ya da korku anlamına gelmez. Sessizlik, bazı durumlarda aktif bir politik eylem biçimi olarak da işlev görür. Örneğin, sessiz yürüyüşler, sosyal medya boykotları ya da “#WeWontBeSilenced” gibi kampanyalar, görünüşte sessizlik üzerinden bir politik gönderme üretir.

Bourdieu'nün (1991) ifadesiyle bu tür sessizlikler, sembolik şiddetin reddi ve sembolik bir karşı saldırı biçiminde işlev görebilir. Sonuç olarak dijital sessizlik, bireyin iç dünyasından ya da psikolojik yapısından bağımsız olarak değerlendirilemez. Sessizliğin politik boyutu; kimin konuşabildiği, ne söylediğinde nasıl cezalandırıldığı ve kimin ne zaman susturulduğu üzerinden analiz edilmelidir. Sessizlik, dijital çağın yeni çelişkilerinden biridir: Hem direnişin hem teslimiyetin hem stratejinin hem mağduriyetin sesi.

Dijital Sessizlikle Mücadele: Alternatif Alanlar ve Taktikler

Dijital platformlarda yaşanan görünmezleştirme, algoritmik cezalandırma ve yapısal sessizleştirme süreçleri karşısında bireyler ve topluluklar yalnızca edilgen kalmaz; aksine bu baskıcı sistemlere karşı alternatif yollar geliştirerek dijital sessizliğe karşı kolektif ve yaratıcı direniş biçimleri üretirler. Bu mücadele biçimleri, yalnızca teknik çözümler değil; aynı zamanda kültürel ve politik anlam dünyaları inşa eder. Birincil mücadele alanı olarak ortaya çıkan alternatif dijital mecralar, merkezizetsiz yapıları sayesinde kullanıcıya daha fazla kontrol ve ifade alanı tanır. Örneğin Mastodon, Diaspora, Scuttlebutt ve benzeri açık kaynaklı, federatif sosyal ağlar; geleneksel platformların (örneğin Instagram, Twitter, TikTok) sahip olduğu algoritmik kontrol mekanizmalarına karşı, topluluk denetimiyle yürüyen daha yatay iletişim biçimleri önerir. Bu tür platformlar, algoritmik manipülasyonun minimize edildiği, ifade özgürlüğünün daha adil dağıtıldığı yapılar olarak konumlanır (Gehl, 2015; Tréguer, 2019).

İkinci stratejik alan ise kriptolu iletişim teknolojileri ve kapatılmış dijital topluluklardır. Özellikle otoriter rejimlerde ya da yüksek dijital gözetim ortamlarında, kullanıcılar Signal, Telegram gibi uçtan uca şifreleme kullanan uygulamalar aracılığıyla daha güvenli iletişim kurmakta; böylece içerik üretimini sansürden ve dış müdahaleden korumaya çalışmaktadır. Bu tür teknolojiler, yalnızca güvenlik sağlamakla kalmaz, aynı zamanda sessizlik baskısına karşı görünmeyen bir ifade altyapısı oluşturur (Zuboff, 2019). Dijital sessizliğe karşı geliştirilen bir başka güçlü strateji, algoritma-dışı paylaşım ve örgütlenme biçimleridir. Kullanıcılar, içeriklerini daha görünür kılmak için klasik etkileşim kalıplarını (beğeni, yorum, hashtag) yeniden yapılandırır ya da topluluk destekli dolaşım yöntemlerine başvurur. Örneğin, içeriklerin doğrudan mesaj yoluyla yayılması, karşılıklı paylaşım grupları oluşturulması, algoritmik sıralamayı atlamak için yaratıcı taktikler geliştirilmesi (örneğin görsel yerine metin kullanımı ya da “hikâye” formatına kaçmak) bu direniş biçimlerine örnek teşkil eder (Bishop, 2019). Bazı kullanıcılar ise sessizliği, doğrudan bir politik araç olarak yeniden çerçevelendirir. Sessizlik, bu bağlamda yalnızca iletişimsizlik değil; anlamlı

ve planlanmış bir protesto biçimi hâlini alır. Örneğin “#DigitalSilence” gibi dijital kampanyalar, sosyal medya kullanıcılarını belirli günlerde paylaşım yapmamaya çağırarak platformlara karşı kolektif bir mesaj üretir. Boş gönderiler, siyah görseller ya da metinsiz paylaşımlar, sembolik olarak “sessizliğin sesi” hâline gelir (Papacharissi, 2015). Bu tür protesto biçimleri, Goffman’ın (1963) “çerçeveleme” teorisinde yer verdiği gibi, görünmeyeni görünür kılmak adına sessizliğe anlam yükleyen performatif eylemlerdir. Ayrıca, “dijital grev” olarak adlandırılan kolektif sessizlik eylemleri de giderek yaygınlaşmaktadır. Bu grevler, kullanıcıların belirli bir platformda içerik üretmeyi geçici olarak bırakmasıyla hem dijital ekonomiyi hem de platformların dikkat rejimini sekteye uğratmayı amaçlar. Özellikle içerik üreticileri tarafından başlatılan bu eylemler, platformların reklam gelirine dayalı yapısını hedef alarak duyulmamanın ekonomik sonuçlarını görünür hâle getirir (Terranova, 2004). Sonuç olarak dijital sessizliğe karşı mücadele, teknik becerilerle sınırlı olmayan, çok katmanlı bir siyasal yaratıcılık alanına dönüşmüştür. Sessizlik artık yalnızca bir boşluk değil; direniş, kolektivite, taktik ve anlam taşıyan bir politik eylem pratiğidir. Bu mücadele biçimleri, klasik “söz”e dayalı siyaset anlayışını aşarak, sessizliğin de politikleşebileceğini ve anlam yaratabileceğini göstermektedir.

Sayısal Normlar: Ölçülebilir Olanın Değerli Sayılması

Sayısal normlar, dijital platformların kullanıcı davranışlarını şekillendirmek üzere inşa ettiği görünmeyen kurallar bütünüdür. Beğeni sayısı, paylaşım oranı, görüntülenme süresi, etkileşim yoğunluğu gibi metrikler hem içeriğin değerini hem de kullanıcının “toplumsal sermayesini” belirler. Bu ölçümler görünürde nesnel olsa da hangi içeriğin daha fazla etkileşim aldığı sorusu teknikten çok ideolojiktir: Neşeli olmak mı değerli? Estetik mi önemli? Sade bir isyan mı, yoksa dekoratif bir itiraz mı öne çıkar? Bu normlar, görünmeyen ama etkili bir biçimde davranışları düzenler. Kullanıcılar içeriklerini, “algoritmanın sevdiği” biçimlere göre üretmeye başlar: Daha kısa, daha hızlı, daha renkli, daha olumlu. Böylece içerik üretimi yalnızca ifade değil, sisteme uygunluk pratiği hâline gelir.

Duygusal Disiplin: Algoritmaya Göre Hissetmek

Sayısal normların sadece görsel ya da biçimsel düzlemde değil; duygulanım düzeyinde de etkili olduğu açıktır. Kullanıcılar, sadece ne söylediklerini değil, nasıl hissettiklerini de denetlemek zorundadır. Sürekli pozitif kalma baskısı, duygusal çalkantıların bastırılması, öfkenin estetikleştirilmesi ya da yasin algoritmik olarak “riskli” kabul edilmesi, duygusal disiplini besleyen bir normatif çerçeve oluşturur. Bu çerçeve içinde, duygular yalnızca bireysel

deneyimler değil; platformların içeriğe biçtiği değer üzerinden ölçülen ve yönlendirilen birer veri politikası nesnesi hâline gelir. Böylece yalnızca görünürlüğün değil, hissetmenin biçimi de sistemin belirlediği sınırlar içine çekilir. Ahmed'in (2010) duyguların yönlendirilmiş politik yatırımlar olduğu tezi burada somutlaşır: Platform, sadece içerikleri değil; duyguların ne yöne akacağını da yönlendirir.

İdeoloji Olarak Görünürlük Kültürü

Günümüz dijital çağında “görünürlük”, yalnızca bir teknik özellik değil; bireysel kimliklerin, toplumsal değerlerin ve kültürel ilişkilerin yeniden üretildiği ideolojik bir yapıya dönüşmüştür. Sosyal medya platformlarında görünmek, takip edilmek, beğenilmek ve paylaşılmak, yalnızca iletişimsel etkileşimler değil; aynı zamanda bireyin sosyal varoluşunu ve değerselliğini belirleyen normatif ölçütler hâline gelir. Bu bağlamda görünürlük, neoliberal öznenin inşasında merkezî bir rol oynar. Bu kültürel yapı, Antonio Gramsci'nin hegemonya kavramıyla birlikte düşünüldüğünde daha berrak bir görünüm kazanır. Gramsci'ye göre hegemonya, yalnızca zor yoluyla değil; bireylerin baskın değerleri içselleştirerek bu değerleri gönüllü biçimde yeniden üretmesiyle işler (Gramsci, 1971). Dijital platformlarda da benzer bir süreç yaşanır: Kullanıcılar, platformun sunduğu görünürlük normlarını yalnızca kabul etmekle kalmaz, aynı zamanda bu normlara uygun biçimde kendilerini optimize ederek sisteme aktif olarak katılırlar. Beğeni almak, paylaşılmak, sıralamada yükselmek, günümüzde yalnızca teknik kazanımlar değil; aynı zamanda onaylanma, tanınma ve “var olma” pratikleridir. Bu bağlamda dijital görünürlük, Foucault'nun (1977) “panoptikon” kavramının güncellenmiş bir biçimiyle de açıklanabilir. Geleneksel panoptikon modelinde bireyler gözetlenme ihtimaliyle kendilerini disipline ederken, dijital görünürlük kültüründe kullanıcılar gönüllü gözetim (voluntary surveillance) süreçlerine dahil olur. Kendi yaşamlarını kamusalılaştıran, davranışlarını platform algoritmalarına göre düzenleyen ve görünürlük kazanmak için içeriklerini stratejik olarak şekillendiren birey, artık yalnızca gözetlenen değil; aynı zamanda kendini izleyen ve düzenleyen bir özneye dönüşür (Albrechtslund, 2008; Couldry & Hepp, 2017). Bu sistem içinde görünürlük, sadece teknik erişim değil; aynı zamanda duygusal, kültürel ve ekonomik sermayenin yeniden dağıtımına da aracılık eder. Dijital platformların algoritmik yapısı, belirli içerik türlerini öne çıkararak yalnızca “ne tür içerikler görünür olmalı?” sorusunu değil; “hangi duygular meşrudur?”, “kimler konuşmalıdır?”, “nasıl davranılmalıdır?” gibi normatif soruların da yanıtlarını biçimlendirir. Böylece dijital görünürlük, yalnızca bireysel tercihlere dayalı bir pratik değil; politik ve ideolojik bir alan hâline gelir (Bucher, 2018; Gillespie, 2014).

Buna bağlı olarak, sayılarla ifade edilen görünürlük ölçütleri (beğeni sayısı, takipçi sayısı, etkileşim oranı) sadece teknik göstergeler değildir. Aksine, bu sayısal göstergeler, rızaya dayalı bir disiplin mekanizmasına dönüşerek kullanıcıların davranışlarını biçimlendirmeye başlar. “Daha çok beğeni alacak” içerikler üretmek, “trend” olan estetik kalıplara uymak, bireyin hem kendi kimliğini hem de değer sistemini bu dijital hegemonya içinde yeniden şekillendirmesine neden olur (van Dijck, 2013). Böylece platform ideolojisi, katılım ve içselleştirme yoluyla işler; farklılıkların, çatlakların ve sistem dışı söylemlerin sönümlenmesine yol açar. Sonuç olarak görünürlük kültürü, dijital çağın en güçlü ideolojik aygıtlarından biridir. Birey, varoluşunu platformların sunduğu parametrelerle tanımlar hâlde gelirken; bu süreçte özgürlük hissiyle hareket ettiğini zannederken, aslında kendi gözetimini ve disiplinini gönüllü olarak gerçekleştiren bir özneye dönüşür. Bu da klasik ideolojik baskının yerini, katılımla örülen bir hegemonik yapıya bırakır: Neoliberal dijital özne, kendini sürekli güncellemeli, optimize etmeli, ölçülmeli ve kıyaslanabilir hâlde tutmalıdır. Aksi hâlde, görünmez kalma riskiyle karşı karşıya gelir.

Direnç Alanları ve Bozulmuş Normlar

Her hegemonik düzen gibi, dijital görünürlük kültürü de tamamlanmış, kapalı ya da mutlak değildir. Platform kapitalizminin dayattığı normatif kodlar: Hız, tutarlılık, görünürlük, etkileşim kullanıcılar tarafından yalnızca içselleştirilmez; aynı zamanda sorgulanır, kırılır ve dönüştürülmeye çalışılır. Özellikle feminist, queer, anti-kapitalist ve sınıf temelli dijital hareketler, bu hegemonik yapının içinde çatlaklar ve sapmalar yaratmaya yönelik mikro-politik taktikler geliştirir.

Bu alternatif pratikler arasında yer alan “kasıtlı estetik dışılık”, platformların idealize edilmiş güzellik normlarına karşı bir meydan okuma olarak okunabilir. Örneğin, Instagram gibi estetik odaklı mecralarda yüksek çözünürlüklü, filtreli görseller dolaşım avantajına sahipken; bazı kullanıcılar bilinçli biçimde “düşük kaliteli”, “bozuk” veya “estetik dışı” görseller paylaşarak bu algoritmik normlara karşı politik pozisyon alırlar. Bu, “aesthetic refusal” (estetik reddiye) olarak adlandırılan bir stratejidir (Tiidenberg, 2020). Benzer şekilde, “dijital yavaşlık” (digital slowness), sürekli içerik üretme ve güncel kalma baskısına karşı geliştirilen bir direnç biçimidir. Bu taktik, sadece üretim değil, tüketim pratiklerinde de “yavaşlamayı” teşvik eder. Bu anlamda, Jaron Lanier’ın (2018) savunduğu gibi, platformların dikkat ekonomisine dayalı yapısına karşı, bilinçli geri çekilme veya “çevrimdışı kalma” eylemleri politik bir anlam kazanır. Yavaşlık burada yalnızca bir tempo değil, bir karşı-süreklilik stratejisi hâline gelir. Öte yandan,

anonim öfke, özellikle marjinal grupların sistematik olarak bastırıldığı dijital alanlarda, kimlik açıklamadan gerçekleştirilen duygusal ifadelerle kendini gösterir. Bu öfke çoğu zaman “anonim hesaplar” aracılığıyla dile getirilir ve platformların kimlik doğrulama politikalarıyla çelişir. Bu noktada anonimlik, yalnızca korunma stratejisi değil; epistemolojik bir direniş biçimi hâline gelir (Papacharissi, 2015). Anonim öfke, görünürlük baskısı altındaki öznenin, sistemin beklediği şekilde “düzgün” ve “uygun” davranmaması hâlidir; normlara meydan okuyan bir seslenme biçimidir. Ancak bu alternatif ifade biçimleri çoğu zaman platformun altyapı düzeyindeki algoritmik tercihlerine takılır. Örneğin, algoritmaların “düşük kaliteli içerik” olarak sınıflandırdığı paylaşımlar daha az dolaşıma girer, etkileşim skorları düşer ya da sistem tarafından “ilgisiz” olarak tanımlanır (Caplan & Gillespie, 2020). Bu durum, yalnızca içeriğin politik anlamını değil, aynı zamanda içerik üreticisinin toplumsal görünürlüğünü de sınırlandırır. Dolayısıyla direnç vardır, ancak bu direnç altyapısal eşitsizliklerle karşı karşıyadır. Bu bağlamda dijital alanda hegemonya-karşı hegemonya mücadelesi yalnızca anlatılar, söylemler ve içerikler düzeyinde değil; aynı zamanda sistemin mühendislik ve algoritma mimarisi üzerinden de yürümektedir. Yani dijital politik ifade, yalnızca “ne söylendiğiyle” değil, aynı zamanda “ne kadar görünür kılındığıyla” da sınırlanır. Wendy Chun’un (2016) belirttiği gibi, dijital medya hem demokratik hem de dışlayıcıdır; olanaklar sunduğu kadar, bu olanakların erişimini de sınıf, cinsiyet, ırk ve kimlik temelli eşitsizliklerle belirler.

Bu çerçevede, dijital direniş pratiklerinin sınırları, yalnızca politik irade ya da yaratıcı ifade kapasitesiyle değil; sistemin altyapısal ideolojisi, yani hangi davranışların teşvik edildiği ve hangilerinin bastırıldığıyla doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla karşı-hegemonik girişimlerin sürdürülebilirliği, yalnızca içerik üretmekle değil; aynı zamanda platform ekonomisinin, algoritmik karar süreçlerinin ve veri kapitalizminin sorgulanmasıyla mümkündür.

Sonuç

Dijital platformlar, bireylerin yalnızca ne söylediklerini değil ne hissettiklerini, nasıl göründüklerini ve hangi duygularını ne sıklıkla ifade ettiklerini de kayıt altına alan, ölçen ve sınıflandıran algoritmik yapılara dönüşmüştür. Bu sistemler, teknik altyapılar olmalarının ötesinde, kullanıcı davranışlarını yönlendiren, duyguları normatif biçimde şekillendiren ve görünürlüğü ideolojik olarak dağıtan düzenekler hâline gelmiştir (Bucher, 2018; Gillespie, 2014). Beğeni, paylaşım ve yorum gibi etkileşim metrikleri yalnızca kullanıcı ilgisini değil; aynı zamanda duyguların dolaşım potansiyelini de belirlemekte, böylece “ifade özgürlüğü” platformların algoritmik kararlarına bağımlı hâle gelmektedir (van Dijck & Poell, 2013). Ahmed’in (2010) duyguların

toplumsal olarak şekillenen yönlerini vurgulayan yaklaşımı, bu sistemin yalnızca bireysel değil, kolektif bir duygu politikası ürettiğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu bağlamda “dijital duygusal rejimler” (Paasonen, 2021), algoritmalarla kurulan bir iktidar yapısının duygusal düzlemdeki işleyişine işaret etmektedir. Dijital ortamda sessizlik ise çoğu zaman yanlış biçimde “pasiflik” ya da “ifade eksikliği” olarak algılansa da algoritmik görünmezliğin sistematik bir sonucu olarak değerlendirilmelidir (Noble, 2018; Tufekci, 2015). Gölge yasaklar (*shadow banning*), düşük önceliklendirme ve filtreleme politikaları, içerik üreticilerini yalnızca görünürlük açısından değil, ifade hakkı açısından da marjinalleştirmektedir. Bu yapılar, dijital vatandaşlık kavramını derinleştirmekte ve kimin konuşabileceğine, kimin konuşmasının duyulacağına platformlar nezdinde karar verildiğini göstermektedir (Gillespie, 2018). Bu hegemonik yapı içinde çeşitli direniş biçimleri de gelişmektedir. Dijital feminizm, queer dijital aktivizm, yavaş medya hareketi ve algoritmik sabotaj gibi mikro stratejiler, bu normatif düzene karşı anlamlı boşluklar yaratmaktadır (Banet-Weiser, 2018; Lovink, 2016). Ancak bu stratejilerin çoğu, platformun iç sınırlarıyla çarpıştığında ya bastırılmakta ya da algoritmik olarak görünmezleştirilmektedir. Böylece direnişin dijital sistem içindeki meşruiyeti sınırlı kalmakta, yapısal dönüşüm çoğu zaman mümkün olamamaktadır (Bilić, 2020). Sayısal normlar, bu yönüyle yalnızca teknik işleyiş kuralları değil; bireyin neyi nasıl söylemesi, hangi duyguyu ne biçimde ifade etmesi gerektiğini belirleyen bir davranış rejimidir. Goffman’ın (1959) “kendini sunma” kuramı dijital kimlik performansları üzerinden yeniden okunmakta; kullanıcılar sürekli olarak “uygun” duygular sergileyerek platform mantığına uyum göstermeye zorlanmaktadır (Abidin, 2020).

Sonuç olarak dijital çağda iletişim, yalnızca içerik üretimi değil, duygu biçimlerinin metrikleştirildiği, ifadenin algoritmalarla düzenlendiği ve görünürlüğün sistematik olarak yönetildiği bir iktidar rejimine dönüşmüştür. Özgürlük, yalnızca söyleyebilme kapasitesi değil; ne şekilde, hangi tonla ve kimler tarafından duyulacağına karar verebilme mücadelesidir. Bu nedenle dijital iletişim sistemlerinin demokratikleşmesi, sadece ifade alanlarının genişlemesiyle değil; duyguların, sessizliklerin ve etkileşim biçimlerinin de adil biçimde yapılandırılmasıyla mümkündür.

Bu kitap, iletişimin yalnızca bir teknik aktarım değil; toplumun ideolojik, kültürel ve normatif yapısının kurucu bir bileşeni olduğunu ortaya koymak amacıyla yola çıkmıştır. Beş bölüm boyunca yapılan analizler, iletişim olgusunun çok katmanlı yapısını; simgesel iktidar, temsil, gözetim, toplumsal cinsiyet ve duygulanım eksenlerinde disiplinlerarası bir çerçevede tartışmıştır.

İlk bölümde ele alınan iletişimin toplumsal eylem olarak kavramsallaştırılması, Habermas'ın (1984) iletişimsel eylem kuramından yola çıkarak, iletişimin yalnızca anlam üretimi değil; kamusal akıl yürütme ve normatif uzlaşının üretim alanı olduğunu göstermiştir. İletişim, burada toplumun kendiyile ilişkisini kurduğu ve iktidarı meşrulaştırdığı bir zemindir.

İkinci bölümde Pierre Bourdieu'nün (1998) alan kuramı çerçevesinde medyanın simgesel iktidar üretiminde nasıl işlediği analiz edilmiştir. Medya alanı, yalnızca içeriklerin dolaşımını değil; görünürlük, meşruiyet ve temsil gibi temel toplumsal değerlerin üretimini yönetmektedir. Medya, bu yönüyle habitus ve sermaye biçimleriyle kesişen bir hegemonya alanı hâline gelmektedir.

Üçüncü bölümde, dijital gözetim sistemleri, klasik panoptikon modelinden Zuboff'un (2019) gözetim kapitalizmi teorisine kadar uzanan geniş bir literatür üzerinden incelenmiştir. Bireyin hem gözetlenen hem de gönüllü gözetleyiciye dönüştüğü bu rejim, katılımın nasıl denetim aracına evrildiğini ve mahremiyetin nasıl yapısal biçimde çözüldüğünü gözler önüne sermiştir.

Dördüncü bölümde toplumsal cinsiyet, medya temsilleri, algoritmik çeşitsizlik ve dijital feminizm bağlamında çok katmanlı biçimde analiz edilmiştir. Judith Butler'ın (1990) toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı ve queer kuramlar, iletişimin toplumsal cinsiyet kimliklerini yeniden kurma gücünü anlamamıza olanak tanımıştır. Ayrıca, platformların görünürlük politikaları aracılığıyla kimliklerin nasıl meşrulaştırıldığını veya bastırıldığını gösteren analizler, iletişimde temsilin yalnızca bir araç değil; bir mücadele alanı olduğunu ortaya koymuştur (Banet-Weiser, 2018; Noble, 2018).

Beşinci ve son bölümde ise sayısal normların bireysel duygulanım biçimlerini nasıl dönüştürdüğü, algoritmaların duyguları nasıl ölçtüğü ve sınıflandırdığı, dijital sessizliklerin politik niteliği ve duygusal emeğin metrikleşmesi gibi konular ele alınmıştır. Bu analizler, dijital iletişimin yalnızca görünürlük politikalarıyla değil, duygusal disiplin aracılığıyla da iktidar ürettiğini göstermiştir (Paasonen, 2021; Ahmed, 2010).

Öneriler

Kitap boyunca geliştirilen kuramsal yapı, iletişimi üç temel düzlemde kavramsallaştırmaktadır:

1. **Söylemsel yapı:** İletişim, yalnızca içerik taşıyan bir kanal değil; normların, kimliklerin ve gerçeklik inşasının merkezidir.

2. **Simgesel iktidar:** Medya ve dijital platformlar, bireyleri yalnızca temsil etmekle kalmaz; onların ne kadar, nasıl ve kimler aracılığıyla temsil edileceğine karar verir.
3. **Duygusal yönetim:** Algoritmalar, yalnızca içerikleri değil, hissetme biçimlerini de yönlendirerek bireyin davranışlarını normatif sistemlere entegre eder.

Bu bağlamda iletişim sosyolojisi, artık yalnızca mesajın yapısını analiz etmekle yetinemez. Platform mimarileri, algoritmik değer sistemleri, dijital yurttaşlık, veri politikaları ve görünürlük rejimleri gibi meseleler, iletişimin yapısal eşitsizlikleri nasıl yeniden ürettiğini anlamak için merkezî önemdedir.

İletişim, Direniş ve Adalet Arayışı

İletişim sosyolojisinin temel sorusu artık şudur: Kim konuşabilir? Ne kadar görünür olabilir? Kimin sesi dolaşıma girer, kimin sesi bastırılır? Bu sorulara verilecek yanıt, yalnızca akademik değil; aynı zamanda etik ve politik bir sorumluluğun da parçasıdır.

Kaynakça

- Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on Instagram: ‘Calculated Authenticity’ in Social Media. Emerald Publishing.
- Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economics and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103.
- Ahmed, S. (2010). The Cultural Politics of Emotion. Routledge.
- Albrechtslund, A. (2008). Online Social Networking as Participatory Surveillance. *First Monday*, 13(3).
- Andreassen, C. S., et al. (2017). The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 546–554.
- Andrejevic, M. (2014). Surveillance and Alienation in the Online Economy. *Surveillance & Society*, 12(3), 381–397.
- Arendt, H. (1958). The Human Condition. University of Chicago Press.
- Austin, J.L. (1962). How to Do Things with Words. Harvard University Press.
- Bacr, H. (2016). *Red Feminism: Marketing Women’s Rights*. Zed Books.
- Ball, K. (2010). Workplace surveillance: An overview. *Labor History*, 51(1), 87–106.
- Banet-Weiser, S. (2018). Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny. Duke University Press.
- Barthes, R. (1972). Mythologies (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang. (Original work published 1957).
- Beer, D. (2009). Algoritma yoluyla güç? Katılımcı web kültürleri ve teknolojik bilinçaltı. *Yeni Medya ve Toplum*, 11(6), 985–1002.
- Benjamin, R. (2019). *Race After Technology: Abolitionist Tools for the New Jim Code*. Polity Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. Anchor Books.

- Bilić, P. (2020). *Algorithmic Visibility: Essays on the New Data Politics*. Institute of Network Cultures.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- Bordo, S. (1993). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*. University of California Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power* (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Harvard University Press.
- boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Brunton, F., & Nissenbaum, H. (2015). *Obfuscation: A User's Guide for Privacy and Protest*. MIT Press.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Buolamwini, J., & Gebru, T. (2018). Gender Shades: Intersectional Accuracy Disparities in Commercial Gender Classification. *Proceedings of Machine Learning Research*, 81, 1-15.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*. Routledge.
- Butler, J. (1997). *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. Routledge.
- Cant, C. (2019). Riders on the storm: Workplace injustice in the gig economy. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56–75.
- Caplan, R., & Gillespie, T. (2020). Tiered Governance and Demonetization: The Shifting Terms of Labor and Compensation in the Platform Economy. *Social Media Society*, 6(2).
- Caplan, R., Donovan, J., & Hanson, L. (2018). *Dead Reckoning: Navigating Content Moderation After "Fake News"*. Data & Society Research Institute.
- Cho, S., Crenshaw, K. W., & McCall, L. (2013). Toward a Field of Intersectionality Studies: Theory, Applications, and Praxis. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 38(4), 785–810.
- Chouliaraki, L., & Hepp, A. (2017). The Politics of Networked Affect. *International Journal of Communication*, 11, 3943–3962.
- Chun, W. H. K. (2016). *Updating to Remain the Same: Habitual New Media*. MIT Press.

- Citron, D. K. (2014). *Hate Crimes in Cyberspace*. Harvard University Press.
- Citton, Y. (2017). *The Ecology of Attention*. Polity Press.
- Clarkson, J. (2005). Contesting Masculinity's Makeover: Queer Eye, Consumer Masculinity, and the Politics of Postfeminism. *Journal of Communication Inquiry*, 29(3), 235–255.
- Collins, P. H. (2000). *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*. Routledge.
- Collins, P. H. (2004). *Black Sexual Politics: African Americans, Gender, and the New Racism*. Routledge.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. University of California Press.
- Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. Sage.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford University Press.
- Crary, J. (2013). *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. Verso.
- Crawford, K. (2016). Artificial Intelligence's White Guy Problem. *The New York Times*.
- Crawford, K., & Paglen, T. (2019). Excavating AI: The Politics of Images in Machine Learning Training Sets. *International Journal of Communication*, 13, 19.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), Article 8.
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241–1299.
- Dean, J. (2005). Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, 1(1), 51–74.
- DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*. Cambridge University Press.
- Derrida, J. (1978). *Writing and difference* (A. Bass, Trans.). University of Chicago Press.
- Downing, J. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Sage.
- Eubanks, V. (2018). *Automating inequality: How high-tech tools profile, police, and punish the poor*. St. Martin's Press.

- Duffy, B. E., & Hund, E. (2015). "Having It All" on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding among Fashion Bloggers. *Social Media + Society*, 1(2).
- Duggan, L. (2003). *The Twilight of Equality?: Neoliberalism, Cultural Politics, and the Attack on Democracy*. Beacon Press.
- Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518–536.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge* (A. M. Sheridan Smith, Trans.). Pantheon Books.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Vintage Books.
- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality, Volume 1: An Introduction*. Pantheon Books.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, Gender and Identity: An Introduction*. Routledge.
- Gershon, I. (2017). *Down and Out in the New Economy: How People Find (or Don't Find) Work Today*. University of Chicago Press.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Polity Press.
- Gill, R. (2008). *Empowerment/Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising*. *Feminism & Psychology*, 18(1), 35–60.
- Gill, R., & Orgad, S. (2018). The Confidence Cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 33(96), 324–344.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press.
- Gilliard, C., & Culik, H. (2016). *Digital Redlining, Access, and Privacy*. CommonSense Education Report.
- Gilliom, J., & Monahan, T. (2013). *SuperVision: An introduction to the surveillance society*. University of Chicago Press.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Simon & Schuster.

- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.
- Gross, L. (2001). *Up from Invisibility: Lesbians, Gay Men, and the Media in America*. Columbia University Press.
- Habermas, J. (1984). The theory of communicative action
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding*. In *Culture, Media, Language*.
- Harvey, L. (2020). Beden Politikaları ve Dijital Medya: Görünürlük ve Dayanıklılık. *Feminist Media Studies*, 20(4), 455-470.
- Lazar, M. M. (2006). *Feminist Critical Discourse Analysis: Gender, Power and Ideology in Discourse*.
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*.
- Mehrabi, N., Morstatter, F., Saxena, N., Lerman, K., & Galstyan, A. (2021). A Survey on Bias and Fairness in Machine Learning. *ACM Computing Surveys*, 54(6), 1-35.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the Promise and Pitfalls of Challenging Rape Culture through Digital Feminist Activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236-246.
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.
- Nakamura, L. (2015). *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. Routledge.
- Negra, D. (2009). *What a Girl Wants? Fantasizing the Reclamation of Self in Postfeminism*. Routledge.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. NYU Press.
- Raghavan, M., Barocas, S., & Kleinberg, J. (2020). Mitigating Bias in Algorithmic Hiring: Evaluating Claims and Practices. *Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 469-481.
- Raymond, D. (2003). "Popular Culture and Queer Representation." *Gender, Race, and Class in Media*, eds. Dines & Humez, Sage.
- Sender, K. (2012). *The Makeover: Reality Television and Reflexive Audiences*. NYU Press.
- Serano, J. (2007). *Whipping Girl: A Transsexual Woman on Sexism and the Scapegoating of Femininity*. Seal Press.
- Tasker, Y. (1993). *Spectacular Bodies: Gender, Genre and the Action Cinema*. Routledge.
- Tuchman, G. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. Oxford University Press.

- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*, 13(2), 203–218.
- van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. Sage.
- Warner, M. (1993). *Fear of a Queer Planet: Queer Politics and Social Theory*. University of Minnesota Press.

İletişim ve Toplum Sosyolojisi: Güncel Kuramsal Perspektifler

Dr. Nurgül Ergül