

YAPAY ZEKÂ ODAKLI BİR DÜNYADA FEMİNİST YAKLAŞIMLAR

Gözde Cöbek

Bu yazı; yapay zekâ teknolojisinin hayatın her alanına hızla sirayet ettiği günümüzde sosyal bilimlerin ama özellikle feminist yaklaşımların önemini tartışmaktadır. Yazı, “web”in tarihsel evrimini inceleyerek buraya nasıl gelindiğini ortaya koyarak başlamaktadır. “Masaüstü bilgisayar dönemi” Web 1.0’dan “ultra zeki sembiyotik” Web 4.0’a dönüşüm; mobil oyun, çevrimiçi flört gibi yeni sektörler ile içerik üreticiliği, sosyal medya uzmanlığı gibi yeni meslekleri de beraberinde getirdi. Fakat bu dönüşüm, toplumsal ve yakın ilişkileri etkilediği kadar, mevcut toplumsal eşitsizlikleri ve hiyerarşileri de yeniden üretmektedir. Örneğin yapılan araştırmalar; mobil oyun ve çevrimiçi flört endüstrilerinin ağırlıklı olarak beyaz erkek çalışanlardan oluştuğunu ve algoritmaların toplumsal cinsiyet ve ırk kalıplarını yeniden ürettiğini ve toplumsal kutuplaşmada da ciddi rolleri bulunduğunu ortaya koymaktadır. Yazı, bu bağlamda dijital teknolojilere (tekno)feminist yaklaşımların getirilmesinin önemini vurgulamaktadır; zira teknofeminist teoriler bu teknolojilerin yeniden ürettiği toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin yanında kadınların teknolojiyi nasıl karşı-politik araç olarak kullandıklarına da bakarak teknolojinin potansiyellerini ele almaktadır. Yazı, son olarak cinsiyetçi ve ırkçı kalıpların içkin olduğu algoritmaların ve yapay zekânın önyargılarını (*biases*) kırmak için eğitimde feminist sosyal teorilerin gerekliliğini altını çizmektedir.

Feminist Approaches in an AI-Oriented World

This paper highlights the significance of the social sciences, particularly feminist theories, in contemporary times, when artificial intelligence (AI) permeates every aspect of life. It begins with a discussion on how we have got here through an analysis of the web’s historical evolution. The transformation of the “desktop period” Web 1.0 to the “ultra intelligent symbiotic” Web 4.0 has brought new industries, such as mobile games and online dating, and new occupations like content creators and social media experts. Influencing both social and intimate relationships, this transformation, however, reproduces existing social inequalities and hierarchies. For instance, the research draws attention to the white-male dominance of these industries, demonstrating how algorithms reproduce gender and racial stereotypes and play a great role in social polarization. In this regard, this paper highlights the importance of (techno) feminist approaches to digital technologies; as (techno)feminist theories not only reveal how these technologies reproduce gender inequalities but also underline their potentialities by examining how women use them as counter-political tools. Lastly, this paper emphasizes the necessity of feminist social theories in education to the biases of algorithms and AI in which sexist and racist stereotypes are embedded.

Yapay zekâ teknolojisinin hızla gelişerek “işimizi elimizden alacağı” ve “insanlığın sonunu getireceği”ne dair korku saldı bir dünyada yaşıyoruz. Nasıl bir egemenlik kurup dönüşüm yaratacağının öngörülememesi de bu korkuyu tetikliyor elbette. Benzer korkular bilgisayarlar ilk çıktığında da yaşandı, algoritmalar kişiselleştirilmiş içerikler sunmaya başladığında da. Bu yazıda bu korkuları destekleyecek bir argüman sunmayacağım; aksine, dijital teknolojinin kimi dönüşümler yaratsa da neleri yeniden ürettiğini ve nasıl bir hâkimiyet kurduğunu (ya da

kuramadığını) (tekno)feminist bir perspektiften ele alırken yapay zekânın hayatın her alanına hızla hükmettiği günümüzde sosyal bilimlerin, ama özellikle (tekno)feminist yaklaşımların ne kadar elzem olduğunu tartışacağım.

İlk bölümde, nasıl bir kültürel üretim olduğunun çoğunlukla kanıksandığı internetin tarihsel evrimini anlatacağım. Okuru “dijital”e mesafe alarak dışarıdan bakmaya davet ediyor ve böylece bu kavrama yabancılaş(tır)mayı hedefliyorum. İkinci bölümde “web”in evrilirken günlük hayatı, pratikleri, toplumsal ve yakın ilişkileri nasıl etkilediğini ama aynı zamanda toplumsal hiyerarşileri ve eşitsizlikleri nasıl yeniden ürettiğini somut örnekler üzerinden anlatacağım. Üçüncü bölümde akademik literatürde de yaygın olan “algoritmaların diktatörlüğü” söyleminin failliği (*agency*) nasıl göz ardı ettiğini ve bireylerin aslında bu teknolojik kültürel nesnelere nasıl tepki verdiklerini yine somut örnekler üzerinden tartışacağım. Son bölümde ise yapay zekâ odaklı dünyada teorinin, özellikle feminist teorinin neden önemli olduğuna değineceğim.

“Web”in Evrimi

1990’lardan itibaren bilgisayarların evlere girmesiyle internet teknolojisi hızla günlük hayatın bir parçası oldu ve günümüze kadar muazzam bir dönüşüm yaşadı. Medya teknolojileri tarihçileri, web’in gelişimini üç ayrı dönemde ele almakta ve dördüncü dönem için tartışmalar hâlâ devam etmektedir (Choudhury, 2014). “Masaüstü bilgisayar dönemi” diye adlandırabileceğimiz Web 1.0’da (1989-2004) sınırlı bir internet erişimi mevcuttu. Sabit ev telefonlarıyla internete girilen, statik web sayfaları ile sabit ve sınırlı içeriklerin olduğu ve bireylerin ağırlıklı olarak sadece içerik tükettiği bu dönem; akademide de bilgiye erişimin demokratikleşeceği ve daha özgür olacağı öngörüsüyle sıcak karşılandı (Rainie & Wellman, 2012).

2000’lerde Facebook, YouTube, Wikipedia gibi platformların öne çıktığı yeni bir döneme girildi. “Sosyal medya dönemi” şeklinde tanımlayabileceğimiz Web 2.0 (2005-2015) döneminde, web sitelerinin dinamik ve çift yönlü platformlara dönüştüğüne tanıklık ettik. Artık bireyler, dijital içerikleri salt tüketmekle kalmıyor, bizzat içerik üretebiliyor ve var olan dijital bilgiyi de düzenleyebiliyordu (*prosumer/prosumption*). Kendi profillerini oluşturup içerik paylaşabilme fırsatı sunan Facebook, Twitter gibi platformlarla sosyal etkileşim arttı. Ayrıca akıllı telefonların ve böylece uygulamaların da yaygın olarak kullanılmaya başlandığı bu dönemle birlikte akademide de sosyal medya ve platform odaklı çalışmalar öne çıktı (Dutton, 2013; Papacharissi, 2011).

Platformların ve mobil internetin hâkimiyet kurduğu ve giderek her şeyin uygulama hâline geldiği Web 3.0 (2016 ve sonrası), “semantik web” olarak adlandırılmaktadır. Veri yönetimine odaklanan semantik web, datanın artık sahiplenilmediği ama platformlar arasında paylaşıldığı

ve yeniden kullanıldığı ortak bir çerçeveyi ifade etmektedir (Choudbury, 2014, s. 8098). Web sitesi/sayfası kavramının yok olduğu ve içeriklerin kişiselleştirilerek herkesin internette artık aynı şeyi arasalar da farklı sonuçlara eriştiği bu dönem, akademide de platformların ekonomi politikalarının derinlemesine incelenmesi üzerinden ele alınmaktadır (Burgess vd., 2017; Gillespie, 2018). Ademimerkezleşmenin egemen olduğu Web 3.0'a geçişte üç boyutlu yazıcılar, blokzincir, yapay zekâ, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik (*augmented reality*) merkezi bir role sahiptir.

Günümüzde Web 4.0 dönemi üzerine tartışmalar sürmektedir. İnsan beyni kadar güçlü hâle gelen yapay zekânın web içeriklerini okuma, karar alma ve içerik yönetmede hızla geliştiği ve böylece "Yapay zekâ insanlığın sonunu mu getiriyor" tartışmaları ve endişelerini beraberinde getirdiği "ultra zeki sembiyotik web" olarak Web 3.0'dan ayrıştırılmaktadır (Choudbury, 2014, p. 8100).

Web'in hızla endüstrileşmesi yeni sektörler, alanlar, meslekler açarak yeni fırsatlar sunduğu kadar beraberinde mahremiyet, bireysel haklar, kişisel verilerin kullanılması ve üçüncü taraflarla paylaşılması, gözetim, kontrol gibi etik, politik ve toplumsal meseleleri de beraberinde getirmiştir. Web'in evrimi bu bağlamda "platform kapitalizmi" (Syrnicek, 2016), "platform toplumu" (van Dijck vd., 2018), "gözetleme kapitalizmi" (Zuboff, 2021), "teknofeodalizm" (Varufakis, 2023) ya da "neofeodalizm" (Dean, 2025) gibi kavramlarla güç ilişkilerinde, iktidar biçimlerinde ve toplumsal eşitsizlikler ve hiyerarşilerde nasıl bir dönüşüm yarattığıyla birlikte incelenmiştir. Ne var ki, güneşin altında yeni olmayan şeyler de varlığını sürdürmektedir.

Evrilirken Dönüş(mey)enler

İnternet elbette ki geliştikçe yepyeni sektörler, meslekler, uzmanlıklar getirdi beraberinde: İçeriklerin tıklanması ve öne çıkarılması için gereken SEO (*search engine optimization*) uzmanlığı, içerik üreticisi, sosyal medya uzmanlığı, *influencer*, *YouTuber*, *vlogger* gibi mesleklerden mobil oyun, çevrimiçi flört gibi sektörlerle... Tüm bunlar, istihdam demektir ve bunun için bu alanlara gelecek işçilerin yetiştirilmesini sağlayacak bölümlere, eğitim programlarına, akademisyenlere, öğretmenlere, uzmanlara ihtiyaç vardı. Bu sırada, 2000'ler sonu-2010'ların başından itibaren gençlere şiddetle "yazılım öğrenin" tavsiyeleri veriliyordu; zira gelecek (ve sermaye) oradaydı.

Peki, bu fırsatlar ne gibi etkiler yarattı? Bunların hepsini burada sıralamam mümkün değil ancak dijital teknolojilerin günlük hayat ve pratikleriyle ilişkisini inceleyen bir sosyolog olarak web'in evriminin günlük hayat pratiklerini nasıl değiştirdiğine birkaç örnek verebilirim. 2012'de Tinder'ın kurulmasıyla birlikte hızla popülerleşen flört uygulamaları bireylerin yakın ve sosyal ilişkiler kurma, yeni insanlarla tanışma ve flört pratiklerini oldukça etkiledi.

Çevrimiçi flörtün sıradanlaşmasıyla birlikte fiziksel ortamlarda biriyle tanışmak norm olmaktan çıktı, hatta insanlara rahatsızlık veren bir pratiğe dönüştü; zira “bunun [artık] app’i vardır” (Cöbek, 2023). Flört uygulamalarıyla birlikte, kullanıcı bilgilerine göre en iyi potansiyel partnerleri belirleyen algoritmalar bireylerin tercihlerini oldukça etkiledi; Tinder’ın “kaydırma” denilen *swiping* özelliği, en temel hayat seçimlerinden biri olarak sayılan eş seçimini oyunlaştırdı ve yine uygulamalardaki “Eşleşmeyi Kaldır” (*unmatch*) özelliğiyle bireylerin birbirlerine herhangi bir açıklama yapma gereği duymadan ortadan kaybolması anlamına gelen *ghosting*, ilişkilerde bir norm hâline geldi (Bergström, 2022; Cöbek, 2023).

Çevrimiçi flört, bir pratik olarak hem yakın hem de sosyal ilişkiler kurma biçimlerini dönüştürse de bir endüstri olarak incelendiğinde var olan eşitsizlikleri ve hiyerarşileri yeniden ürettiği gözlemlenmektedir. Kadrolu olup olmaması fark etmeksizin, bu endüstride çalışanlar, baskın bir şekilde beyaz heteroseksüel erkeklerden oluşmaktadır. Fransa’daki heteroseksüel bireylerin çevrimiçi flört kültürü ve pratiklerini inceleyen Bergström (2022), bizzat bu endüstride çalışanlarla yaptığı mülakatlardan çıkardığı çarpıcı gerçekliği gözler önüne sermektedir. Böylesi erkek egemen bir endüstride, flört uygulamaları öncelikle heteroseksüel erkeklerin ihtiyaçları, arzuları ve seyir zevkleri için tasarlanmaktadır. Ayrıca Bergström, kadın arayan kadınlara özel flört uygulamalarının sayısının kısıtlı olduğuna da dikkat çekmektedir; zira erkeklerin baskın olduğu çevrimiçi flört endüstrisi kadın cinselliğine, kadınların arzularına ve ihtiyaçlarına dair neredeyse hiçbir şey bilmemektedir. Flört uygulamaları ile algoritmik altyapıları “Erkekler Mars’tan, kadınlar Venüs’ten gelmektedir” ile kadın cinselliğinin bir gizem olduğu stereotiplerine dayanarak eril bakışa hitap edecek şekilde tasarlanmaktadır. Böylece toplumsal cinsiyet normları, söylemleri ve eşitsizlikleri yeniden üretilmektedir. Çevrimiçi flört, salt cinsiyetçi değil, ırkçıdır da aynı zamanda. Apryl Williams, “Tipim Değil: Çevrimiçi Flörtteki Cinsel İrkçılığın Otomasyonu” isimli kitabında (2024) flört uygulamalarının “partner tercihlerindeki bireysel ırksallaştırılmış mantık” olarak tanımladığı cinsel ırkçılığı yeniden ürettiğini, çünkü algoritmaların çekiciliğinin, arzulanabilirliğin ve toplumsal cinsiyet estetiğinin normatif standartlarına dayanarak insanları eşleştirdiğini ortaya koymaktadır.

Çevrimiçi flört, yine ağırlıklı olarak beyaz heteroseksüel erkeklerden oluşan alternatif sağ (*alt-right*)¹ grupların iddia ettiğinin aksine bu kullanıcıların ayrıcalıklarının ve böylece erkekliklerinin hiç de kırılmadığını gösteren örneklerden yalnızca biri. Benzer bir şekilde dijital oyun endüstrisi de beyaz heteroseksüel erkek egemen bir endüstridir (Bulut, 2022). Feminist çalışmalar (Nakandala vd., 2017; Zhang & Hjorth, 2017; Zorlu & Özkan, 2020), dijital oyunun erkek egemen dünyasına dikkat çekerek kadın oyuncuların ve/veya yayıncıların nasıl bir ayrımcılığa ve şiddete maruz kaldıklarını ortaya koymaktadır.

Toplumsal cinsiyet ve ırk eşitsizliklerine daha güncel bir örnek vereyim: Günlük hayatın hızla ayrılmaz bir parçası hâline gelen yapay zekâ, yine baskın bir şekilde beyaz bir erkek olarak tasvir edilmektedir. İnsansı robotları, sohbet botları, sanal asistanları ve yapay zekâyâ dair stok görselleri ile film ve dizilerdeki tasvirleri inceleyen Cave ve Dihal (2020), bu teknolojilerin öncelikle beyaz erkek olarak tahayyül edilmesini Batı sömürgeciliğinin ürettiği “beyaz ırk üstünlüğü”ne dayandırmaktadırlar. Kolonyalizmi “meşru” kılan bu kültürel ideolojiye göre, yapay ya da gerçek, “zekâ” öncelikle beyaz erkeklerin sahip olduğu bir niteliktir. Ayrıca, beyazlık (ve de erkeklik) norm olduğu için onun bu nitelikleri karşısında çoğunlukla kör kalınır (Dave & Dihal, 2020, p. 694). Diğer bir deyişle, yapay zekânın beyaz erkek olarak tasvir edilmesine büyük bir çoğunluk tarafından dikkat çekilmez; ancak yapay zekâ siyah bir kadın olsaydı tüm gözleri üzerine çekerd. Tüm bu örnekler yapısal eşitsizliklerin ve hiyerarşilerin yeniden üretildiğini ortaya koysa da şunun altını çizmek isterim: Dijital platformlar ve araçlar yalnızca bunlardan ibaret değildir; direniş ve mücadele alanları ve araçlarıdır da aynı zamanda (Bowles Eagle, 2015; Rentschler, 2014; Shaw, 2016). Bu konuyu failliği göz ardı eden “dijital teknolojilerin egemenliği”ne vurgu yapan söylemlerle birlikte ele alacağım.

“Algoritmaların Diktatörlüğü”nden “Yapay Zekânın Diktatörlüğü”ne mi?

İnternetin evlere girmesiyle ilk dönüm noktasının yaşandığı Web 1.0, web’i “salt-okunur”dan “sosyal web”e dönüştüren Wikipedia (2001), Facebook (2004), YouTube (2005) ve Twitter (2006) gibi platformların kurulmasıyla yerini ikinci bir dönüm noktasının yaşandığı Web 2.0’a bıraktı. Artık bireyler “özgürce” içerik üretebiliyor, var olan içeriği düzenleyebiliyor, kendilerini ifade edebiliyor ve başkalarıyla etkileşime girebiliyordu. Bu özgürlüğün bir bedeli vardı elbette. Tüm bunları yapabilmek için kişisel bilgilerini girmen, verilerine erişim ve paylaşım izni vermen ve o malum çerezleri kabul etmen gerekiyordu. Böylece bireyin beğen(me)diklerinden bir içeriğe bakma sürelerine kadar her hareketleri kayda alınmaya başlandı ki algoritmalar kişiselleştirilmiş içerikler sunabilsin ve önerebilsin, kişiye özel reklamlar paylaşılsın, diğer bir deyişle, bu veriler üçüncü partilerle paylaşılsın. Kişisel verilerin alınıp satılması, başlı başına bir endüstri, hem de oldukça kârlı bir endüstri hâline geldi (Jani, 2020). Bu, platformlara ve onların algoritmik altyapılarına muazzam bir güç kazandırdı.

Sınıflandıran, düzenleyen ve sıralayan algoritmik öneri sistemleri; kişiler için neyin iyi, neyin onların zevkine, görüşüne, tercihlerine uygun olduğuna karar veren merciler hâline geldiler. Ana sayfada çıkan kişiler ve içerikler tamamen algoritmalar tarafından belirleniyor, böylece bireylerin milyonlarca içerik arasında kaybolmaması sağlanıyordu. Kazandıkları otorite, yalnızca sundukları hizmetlerden değil, “algoritma” teriminin kendisinden de geliyor çünkü kavram olarak algoritma, “sayısal hesaplamalar yaptığı ve böylece nesnel kararlar verdiği için o, en iyisini bilir” algısı taşıyor (Beer, 2017). Öyle ki, örneğin, diğer flört uygulamalarından farklı olarak OkCupid, kullanıcıların sorulara verdikleri cevapların karşı tarafinkilerle

benzerliğini hesaplayarak bir “eşleşme yüzdesi” sunduğu için bireyler OkCupid’i daha güvenilir ve daha yerinde, nokta atışı kararlar veren bir uygulama olarak görüyorlar (Cöbek, 2023). Ayrıca algoritmaların otoritesi “kapalı kutu” olmalarıyla da oldukça ilişkili; zira platformların hemen hemen hiçbiri algoritmik altyapılarının nasıl çalıştığına dair herhangi bir bilgi paylaşmıyor (Pasquale, 2015).

Algoritmaların ciddi bir güç kazandığı bu dönem nelere yol açtı? Bir önceki bölümde verdiğim çevrimiçi flört endüstrisinde cinsiyetçiliğin ve ırkçılığın yeniden üretimindeki rolünün yanında algoritmalar, sosyal medya platformlarında yankı odalarının (*echo chambers*) oluşmasına ve insanların bu odalar içerisinde sosyalleşmelerine sebep olmaktadır. Bireylerin kendilerine benzer görüşlere sahip kişilerle etkileşime girdiği sosyal medya çevreleri anlamına gelen yankı odaları, siyasi ve toplumsal kutuplaşmayı, hatta radikalleşmeyi teşvik etmektedir (Engesser vd., 2017; Törnberg & Törnberg, 2022). Örneğin “radikalleşmenin ana yurdu” (Tüfekçi, 2018) olarak görülen YouTube; ağırlıklı olarak beyaz heteroseksüel erkeklerden oluşan alternatif sağ grupların ve yine bu gruplardan oluşan, daha çok Reddit’te aktif olan, çevrimiçi topluluk *incel*’lerin (Türkçeye “zoraki bekârlar” olarak çevrildi) içeriklerini öne çıkarmaktadır (Bryant, 2020; Papadamou vd., 2021). Ayrıca YouTube’un komplo teorilerinin ve dezenformasyonun hızla yaygınlaşmasında da ciddi bir rolü bulunmaktadır çünkü algoritmalar, kullanıcı etkileşiminin yoğun olmasından kaynaklı “sansasyon” yaratan/yaratacak içerikleri daha görünür kılmaktadır (Harambam, 2020; Papakyriakopoulos vd., 2020).

Dijital ortamlarda hemen hemen her şeyi belirleyen algoritmalar, eşik bekçisi (*gatekeeper*) göreviyle iktidar ilişkilerinde bir dönüşüm yaratmış olsa da var olan yapısal eşitsizlikler ve hiyerarşileri görünürlük/görünmezlik ekonomi politikası üzerinden yeniden üretmektedir. Örneğin web’in yarattığı yeni sektör ve mesleklerden *influencer* piyasasına girmek isteyenler, çoğunlukla algoritmalara takılmaktadır. Bu kişiler, takipçi kazanmak ve böylece görünürlüğü artırmak için içeriklerinin ana sayfada önerilmesini beklerken, algoritmalarsa genellikle hâlihazırda belli bir takipçi kitlesine erişmiş mevcut *influencer*’ları önermeye devam etmektedir (Glatt, 2022) ve/veya beyaz anne *influencer*’ları siyah annelere göre daha görünür kılarak ırkçılığı ve eşitsizliği desteklemektedir (Petersen, 2023).

Başka bir örnek daha vereyim: Çevrimiçi flört endüstrisinin heteroseksüel erkek odaklı flört uygulamaları çıkarması yalnızca cinselliğin “erkeğin hakkı” olarak inşa edilmesiyle ilişkili değildir. Heteroseksüel erkeklerin kadınlara göre daha fazla kullandığı bu uygulamalar, çabuk geçilen ve beğenilmeyen erkek profillerini sıranın en sonuna atmakta, hatta tarihin tozlu sayfalarına gömmektedir. Artık önerilmeyen kullanıcılar, uygulamanın ücretli üyeliklerini satın almaya mecbur bırakılmaktadır; zira bu tip üyeliklerde kullanıcıya “kendini öne çıkarma” fırsatı sunulmaktadır (Cöbek, 2023). Çevrimiçi flört endüstrisinin tüm kârı, kullanıcı

verilerinin üçüncü partilere satılmasının yanında özellikle heteroseksüel erkeklerin ücretli üyelik satın almalarından elde edilmektedir (Bergström, 2022).

Algoritmaların belirleyici gücünü ortaya koyan bu çalışmalar, “algoritmaların diktatörlüğü”ne (Vuzharov, 2019, s. 83) vurgu yapmaktadır. Ancak bu, failliğin yok olduğu anlamına gelmez, gelmemelidir; zira iktidar olduğu sürece direniş de vardır. Örneğin, erkek arayan erkeklere yönelik Blued isimli flört uygulamasını inceleyen Wang (2018), kullanıcıların algoritmalarla bizzat oynayarak algoritmik çerçevenin sınırlarını nasıl ihlal ettiklerini ve algoritmaların kendilerini kullanıcıların kurduğu yeni oyunun kurallarına nasıl uyarlamak durumunda kaldıklarını ortaya koymaktadır. Twitter’ın *trending* algoritmalarını inceleyen Gillespie (2016), bu algoritmaların neyi neye göre *trend* olarak belirlediklerini sorunsallaştırırken, bu algoritmaların aynı zamanda nasıl karşı-politik araçlar olarak kullanıldıklarına dikkat çekmektedir. Özellikle kadınlar, etiketlemeden (*hashtag*) yararlanarak toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve eril şiddeti “*trending topic*” yaparak bu konulara kamusal görünürlük kazandırmaktadır (Bowles Eagle, 2015). Benzer bir şekilde, Türkiye’de kadın cinayetlerinin cezasızlığına yine Twitter’da (şimdiki adıyla X’te) etiketler üzerinden dikkat çekilerek eril şiddetin algoritmalar tarafından görünür kılınması sağlanmaktadır. Son olarak Amerika, Fransa ve İngiltere’deki sosyal medya kullanıcılarının pratiklerini inceleyen araştırma (Boulianne vd., 2020), yankı odalarının aşırı sağ ve popülist sağın yükselişinde iddia edildiği gibi bir rolünün olmadığını ve sosyal medya kullanmayan kişilerin kullananlara göre aşırı sağ ve popülist sağı daha çok desteklediklerini ortaya koymaktadır. Birbirinden farklı bu örnekler, algoritmaların kurduğu iktidara dikkat çekmekle birlikte bu gücün nasıl zorlandığı ve bu iktidara nasıl karşı çıkıldığına dikkat çekmenin de bir o kadar elzem olduğunu göstermektedir.

Her şeyin hızla yapay zekâ destekli bir hâle geldiği günümüzde “algoritmaların diktatörlüğü” söylemi yerini “makinelere diktatörlüğü” söylemine bırakmaya başladı (Maurel, 2023). Bu araçlara bir süper güç atfetmeden önce nihayetinde bunların salt (insanlardan bağımsız) teknolojik ürünler/araçlar değil aynı zamanda kültürel olduklarını unutmamak gerekmektedir; zira algoritmadan yapay zekâyı her şey insan yapımı ve insan da kültürel bir varlıktır. Buna en güzel örnek olarak yakın zamanda Twitter’ın yapay zekâsı Grok’un “çıldırmasını” verebiliriz. Alternatif sağın destekçilerinden Elon Musk’ın sahibi olduğu xAI şirketi tarafından geliştirilen sohbet botu Grok, geçtiğimiz temmuz ayında dünyanın her yerindeki kullanıcılara verdiği ırkçı, ayrımcı ve bol küfürlü cevaplarla tartışma yarattı. Bu olayların ardından xAI şirketi, yaptıkları güncellemeyle Grok’a “anaakım medyadaki bilgilere mesafeli yaklaşması” ve “kanıtlandığı sürece politik açıdan yanlış olabilecek iddialardan kaçınmaması” talimatını verdiklerini açıkladı (Uren, 2025). Ayrıca araştırmalar, yapay zekâ araçlarının aslında ne kadar cinsiyet yanlısı (*gender biased*) olduğunu göstermektedir (Curie vd., 2024; Locke & Hodgdon, 2025). Bu, şaşırtıcı değildir; zira yukarıda da altını çizdiğim gibi,

dijital teknoloji endüstrileri erkek egemen endüstrilerdir ve bu nedenle teknolojik ürünler/araçlar, çoğunlukla bu kişilerin tahayyülleri ile sınırlıdır. Peki, o zaman ne yapmalı?

“Yazılım Öğrenin”in Sonu

Web’in giderek hâkimiyet kurmasıyla birlikte gençlere de şiddetle yazılım öğrenmeleri tavsiye ediliyordu. Bu tavsiyeler, dijital teknoloji endüstrilerinin “beyaz erkeklerin dünyası” hâline gelmesi ve toplumsal cinsiyet ile ırk eşitsizliklerinin derinleşmesiyle sonuçlandı. Güney Afrika’da doğmuş, alternatif sağın popüler destekçilerinden, beyaz heteroseksüel kapitalist Elon Musk’ın 2022’de Twitter’ı satın alarak platformu getirdiği hâl ve Grok’un “çıldırması”, her şeyin “yazılım öğrenin”e indirgenemeyeceğini gösteren çarpıcı bir örnek.

Yazılım öğrenmeye teşvik edilen gençler, (ekonomi ve psikoloji dışında) sosyal bilimlere olan ilgilerini giderek kaybetmekte ve bu yüzden üniversiteler, artık “para getirmedikleri” için başta antropoloji, arkeoloji, toplumsal cinsiyet çalışmaları, kültürel çalışmalar gibi bölüm ve lisans/lisansüstü programları tek tek kapatmaktadır.² Yukarıda verdiğim tüm örneklerse aslında aksini göstermektedir: Teknolojinin hızla geliştiği bir dünyada sosyal bilimlere, özellikle de feminist teorilere daha fazla ihtiyaç vardır.

Wajcman (2004), teknoloji ve feminizmi kesiştirerek “teknofeminizm” kavramını geliştirmiştir. Teknofeminist teori; yukarıda verilen örneklerde olduğu gibi, teknolojinin nasıl kültürel cinsiyet kodları ve normları tarafından şekillendiğine ama aynı zamanda teknolojinin de bunları nasıl etkilediğine odaklanmakta ve teknolojinin erkek egemen dünyasını deşifre ederek bu dünyanın kadınları nasıl marjinalleştirdiğinin de altını çizmektedir (bkz. Bergström, 2022; Williams, 2024). Teknofeminist yaklaşımlar kadınları “maruz kalan” olarak ele almaz; kadınların teknolojiyi nasıl karşı-politik araç olarak kullandıklarına da bakarak teknolojinin potansiyellerini de ele alır. Kadınların platformlardaki etiket özelliğini ve ifşa yöntemini kullanarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ve eril şiddeti görünür kıldıkları feminist pratiklere dikkat çeken çalışmalar (Bowles Eagle, 2015; Rentschler, 2014; Shaw, 2016) bunlara örnektir. Bu potansiyelleri araştırmak ve bireyin failliğini vurgulamak önemlidir; zira “algoritmaların/makinelerin diktatörlüğü” gibi söylemler kadın-erkek, kültür-doğa gibi hiyerarşi kuran ikiliklere teknoloji-kültür ikiliğini de eklemektedir. Bu söylemlerin devamlı olarak deşilmesi, (tekno)feminist oyunbozanlığın bir parçası olmalıdır. Ayrıca teknofeminist yaklaşımlar, ekofeminist teorilerden de beslenmelidir çünkü yapay zekâ gibi teknolojiler muazzam boyutlarda elektrik ve su harcayarak iklim krizini derinleştirmekte ve hızlandırmaktadır (Ren & Weirman, 2024). Bu bağlamda, teknolojilerin çevre etkileri ve etkilerin coğrafyalara nasıl eşitsiz dağıldığını ortaya koymak da önemlidir.

Son olarak, teknoloji dünyasında daha fazla kadın istihdam edilerek bu erkek egemenlik yıkılmaz. Okullarda ve üniversitelerde hızla gelişen teknolojilere ayak uydurmak için

müfredatlar güncelleniyorsa, bu müfredatlara sosyal ve feminist teorilerin temel dersler olarak eklenmesi elzemdir. Diğer bir deyişle, gençlerin yazılımdan önce bu teorileri öğrenmesi ve içselleştirmesi gerekmektedir. Marx'ın "Mesele, dünyayı anlamak değil, değiştirmektir" lafını günümüze uyarlayarak bitireyim: Dünyayı değiştirecek olan yazılım değil, teoridir – ama feminist olanından.

KAYNAKÇA

- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1-13.
- Bergström, M. (2022). *The new laws of love: Online dating and the privatization of intimacy*. Polity.
- Boren, A. (2020, 16 Ağustos). Uluslararası alt-right: 21. Yüzyılın faşizmi mi? *E-skop*. <https://www.e-skop.com/skopbulten/uluslararasi-alt-right-21-yuzyilin-fasizmi-mi/5850>
- Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2020). Right-wing populism, social media, and echo chambers in Western democracies. *New Media & Society*, 22(4), 683-699.
- Bowles Eagle, R. (2015). Loitering, lingering, hashtagging: Women reclaiming public space via #BoardtheBus, #StopStreetHarassment, and the #EverydaySexism project. *Feminist Media Studies*, 15(2), 350–353.
- Bryant, L. (2020). The YouTube algorithm and the alt-right filter bubble. *Open Information Science*, 4(1), 85-90.
- Bulut, E. (2022). *Aşkla çalışmanın politikası: Video oyun endüstrisinde hayaller ve güvencesizlik gerçeği*. Koç Üniversitesi Yayınları.
- Burgess, J., Marwick, A., & Poell, T. (2017). *The SAGE handbook of social media*. Sage.
- Cave, S., & Dihal, K. (2020). The whiteness of AI. *Philosophy & Technology*, 33, 685-703.
- Choudhury, N. (2014). World wide web and its journey from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies (IJCSIT)*, 5(6), 8096-8100.
- Cöbek, G. (2023). "When Harry met Sally (via dating app)": An affective approach to the techno-social world of Turkey's heterosexual online dating [Doktora Tezi No. 824600]. Koç Üniversitesi.
- Currie, G., Currie, J., Anderson, S., & Hewis, J. (2024). Gender bias in generative artificial intelligence text-to-image depiction of medical students. *Health Education Journal*, 83(7), 732-746.

- Dean, J. (2025). *Capital's grave: Neofeudalism and the new class struggle*. Verso.
- Dutton, W. H. (ed.) (2013). *The Oxford handbook of internet studies*. Oxford University Press.
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information Communication & Society*, 20, 1279–1292.
- Gillespie, T. (2016). #trendingistrending: When algorithms become culture. In R. Seyfert & J. Roberge (Eds.), *Algorithmic cultures: Essays on meaning, performance, and new Technologies* (ss. 52-75). Routledge.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Glatt, Z. (2022). “We’re all told not to put our eggs in one basket”: Uncertainty, precarity, and cross-platform labor in the online video influencer industry. *International Journal of Communication*, 16(2022), 3853–3871.
- Harambam, J. (2020). *Contemporary conspiracy culture: Truth and knowledge in an era of epistemic instability*. Routledge.
- Jani, J. (2020, 16 Mart). *Data brokers: The dark industry of selling your identity for profit* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=uZ2l-kk5ihk&ab_channel=JamesJani
- Locke, L. G., & Hodgdon, G. (2025). Gender bias in visual generative artificial intelligence systems and the socialization of AI. *AI & Society*, 40, 2229–2236.
- Maurel, E. (2023, 7 Haziran). Artificial intelligence: We must prevent the dictatorship of the machine. *Euractiv*. <https://www.euractiv.com/section/tech/opinion/artificial-intelligence-we-must-prevent-the-dictatorship-of-the-machine/>
- Nakandala, S., Ciampaglia, G., Su, N., & Ahn, Y.-Y. (2017). Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 162-171.
- Papacharissi, Z. (2011). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
- Papadamou, K., Zannettou, S., Blackburn, J., de Cristofaro, E., Stringhini, G., & Sirivianos, M. (2021). “How over is it?” Understanding the incel community on YouTube. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-25.
- Papakyriakopoulos, O., Medina Serrano, J. C., & Hegelich, S. (2020). The spread of COVID-19 conspiracy theories on social media and the effect of content moderation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1, 1–19.

- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Petersen, S. (2023). *Momfluenced: Inside the maddening, picture-perfect world of mommy influencer culture*. Beacon Press.
- Rainie, H. & Wellman, B. (2012). *Networked*. The MIT Press.
- Ren, S., & Wierman, A. (2024, 15 Temmuz). The uneven distribution of AI's environmental impacts. *Harvard Business Review*. https://hbr.org/2024/07/the-uneven-distribution-of-ais-environmental-impacts?utm_medium=paidsearch&utm_source=google&utm_campaign=intlcontent_bussoc&utm_term=Non-Brand&tpcc=intlcontent_bussoc&gad_source=1&gad_campaignid=20712984896&gbraid=oAAAAAD9b3uT9zwPxuZ8z2IFxNAqrZoyJB&gclid=CjwKCAjw-svEBhB6EiwAEzSdro3GPzIaDpFLHcY99Moogd6N2JE5S2oGdcbLAVnkqgnK24y1STwoUxoCDvIQAvD_BwE
- Rentschler, C. A. (2014). Rape culture and the feminist politics of social media. *Girlhood Studies*, 7(1), 65–82.
- Shaw, F. (2016). “Bitch I Said Hi”: The Bye Felipe Campaign and Discursive Activism in Mobile Dating Apps. *Social + Society*, 2(4).
- Syrnicek, N. (2016). *Platform capitalism*. Polity.
- Törnberg, P., & Törnberg, A. (2022). Inside a White Power echo chamber: Why fringe digital spaces are polarizing politics. *New Media & Society*, 26(8), 4511-4533.
- Tüfekçi, Z. (2018, 10 Mart). YouTube, the great radicalizer. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>
- Üren, Ç. (2025, 8 Temmuz). Küfür ediyor ve siyasi yorumlarıyla tepki çekiyor: Grok neden çıldırdı? *Euro News*. <https://tr.euronews.com/next/2025/07/08/kufur-ediyor-ve-siyasi-yorumlariyla-tepki-cekiyor-grok-neden-cildirdi>
- Van Dijck, J. Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Varufakis, Y. (2023). *Technofeudalism: What killed capitalism*. Penguin.
- Vuzharov, M. (2019). UX & fomo. Looking for love or looking for options? *Digital Age in Semiotics & Communication*, 11, 74-79.
- Wajcman, J. (2004). *Technofeminism*. Polity Press.

- Wang, S. (2018). Calculating dating goals: Data gaming and algorithmic sociality on Blued, a Chinese gay dating app. *Information, Communication & Society*, 23(2), 181–197.
- Williams, A. (2024). *Not my type: Automating sexual racism in online dating*. Stanford University Press.
- Zhang, G., & Hjorth, L. (2017). Live-streaming, games and politics of gender performance: The case of Nüzhubo in China. *Convergence*, 25(5-6), 807-825.
- Zorlu, D., & Özkan, N. (2020). Women in Twitch Turkey: Affective communities under patriarchy and postfeminism. *Gender Forum: An Internet Journal for Gender Studies*, 77, 105-127.
- Zuboff, S. (2021). *Gözetleme kapitalizmi çağı: Ürünün “sen” olduğu çağda insanın geleceği için savaş*. Okuyan Us Yayın.

¹ Alternatif sağ; geleneksel muhafazakârlığa ve sağ ideolojiye radikal bir “alternatif” sunan aşırı sağcı, küreselleşme karşıtı bir ideolojidir. Beyaz, heteroseksüel erkeklerden oluşan ve özellikle dijital ortamlarda bir araya gelerek nevi şahsına münhasır bir kültür oluşturan alt-right gruplar; beyaz erkek kimliğinin çok kültürcü, liberal elitler ile “siyasal doğrucular” tarafından tehdit edildiğine inanırlar (Boren, 2020).

² Tabii başka bir mesele daha var ki bu konuya burada girmeyeceğim: Giderek yapay zekâ odaklı toplumlara dönüşürken, neoliberalizmle birlikte “araştırma enstitülerine” indirgenmiş üniversitelerin de varlığı ya da nasıl bir yapıya dönüşmesi gerektiği de ayrıca tartışılmalıdır.