

İnternet Arama Motorları ve Kamusal Alan: Arama Motorları Kimin İçin Çalışıyor?

Nurhan Kavaklı
İstanbul Aydın Üniversitesi

Özet

Yurttaşların herhangi bir konuya ilişkin bilgiyle donanmış ve desteklenmiş kararlara ulaşması açısından bilginin serbestçe dolaştığı bir kamusal alanın varlığı önem taşımaktadır. Bu anlamda, bilgiye erişimi ve bilgi paylaşımını kolaylaştıran, internette arama yapma işlevini yerine getiren arama motorları, çoğulculuğun ve katılımcılığın kamusal alanda güçlendirmesi açısından önemli bir yerde durmaktadır. Ancak diğer yandan, arama motorlarının ticari kaygı ve ilişkilerin şekillendirdiği ve ağırlıklı olarak reklamcılığın hâkim olduğu küresel bir pazar yapısı sergilemesi de söz konusudur. Ulusal ve uluslararası birçok ekonomik aktörün etkinlik gösterdiği ticari bir alana dönüşmesi, arama motorlarının internetin demokratik potansiyelini ne ölçüde destekleyebileceği sorusunu da beraberinde getirmektedir. Genel olarak bu soru etrafında şekillenen çalışmada, öncelikle kamusal alan açısından internet arama motorlarının yeri ve önemi çeşitli tartışmalar ışığında ele alınacaktır. Ardından, çeşitli istatistiksel veriler ışığında internet arama motorlarının ekonomi politik yapılanması ve bu yapılanma ile arama motorlarının teknik işleyişi arasındaki ilişkiler incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: İnternet, arama motorları, kamusal alan, arama motoru pazarı, arama motoru reklamcılığı, PageRank.

Internet Search Engines and Public Sphere: In Whose Interest do Search Engines Work?

Nurhan Kavaklı
Istanbul Aydın Üniversitesi

Abstract

A public sphere, in which information circulates and flows freely, is important for citizens to make well-informed decisions on any public matter. In this sense, the searchable structure of the Internet and search engines that allow users to reach and distribute information has a crucial importance for strengthening the participatory and pluralistic qualities of public sphere. On the other hand, the fact that internet search engines have become a global market ruled by commercial interests of major companies and a field impacted principally by advertising, brings about the question of whether search engines can support the democratic potential of the Internet. To investigate this question, this article primarily focuses on the importance of searching engines within the framework of the ongoing discussion. It also focuses on the political economy of search engines and it examines the relationship between search engines and public sphere in the light of various statistical data related to search engine market.

Keywords: Internet, search engines, public sphere, search engines market, search engines advertisement, PageRank.