

ONTOLOJİK ÖZERKLİKTEN KÜRESEL DETERMİNİZME TEKNOLOJİNİN NEDEN OLDUĞU GÜVENLİK SORUNLARI VE HEGEMONYA



FROM ONTOLOGICAL AUTONOMY TO GLOBAL DETERMINISM: SECURITY ISSUES AND HEGEMONY CAUSED BY TECHNOLOGY

Gökhan ABANOZ*

ÖZ: Bu araştırmada, yapay zekâ ve kişiselleştirilmiş algoritmaların çevrimiçi süreçlerde ticari bir araç olarak kullanılmasının mahremiyet, özerklik ve güvenlik üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Araştırmada güvenliğin insanda doğuştan gelen doğal bir güdü olduğu gerekçesiyle güvenliğe dair tartışma, düşünen bir varlık olarak insanın merkezde olduğu ontolojik bir çerçevede ele alınmıştır. Güvenlik ve hegemonya konusundaki analiz, Maslow'un İnsan Motivasyonu Teorisi, Piaget'in ahlak teorisi ve İbn Haldun'un galip ve mağlup arasındaki ilişkiye dair görüşleri çerçevesinde şekillendirilmiştir. Araştırma, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin yol açtığı güvenlik sorunları ve hegemonyaya dair olgusal gerçekliğe dayalı bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. Bu bakış açısının temellendirilmesinde, çevrimiçi ve sosyal algoritma kavramları, yazarın geliştirdiği taşıyıcı iki kavram olarak kullanılmıştır. Araştırma sonuçları, yapay zekâ teknolojisinin ve kişiselleştirilmiş algoritmaların tüketim kültüründe bir araç olarak kullanılmasının güvenlik, özerklik ve mahremiyet kaybı gibi sorunlara yol açtığına işaret etmektedir. Araştırma, teknolojinin tüketim tercihlerini yönlendirerek oluşturduğu küresel determinizm ve hegemonyaya dikkat çekmektedir. Araştırma, ilgili sorunlar ve olgular bağlamında, teknolojinin etik, sosyal ve hukuki boyutlarının yeniden değerlendirilmesine yönelik öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ontolojik Özerklik, Küresel Determinizm, Çevrimiçi, Sosyal Algoritma, Güvenlik

ABSTRACT: In this research, discusses the impact of artificial intelligence and personalized algorithms, used as commercial tools in online processes, on privacy, autonomy, and security. The concept of security is explored within an ontological framework centered on the human being as a thinking entity, based on the premise that the need for security is an innate human instinct. The analysis of security and hegemony is shaped through the lens of Maslow's Theory of Human Motivation, Piaget's moral development theory, and Ibn Khaldun's perspective on the relationship between the dominant and the dominated. The study aims to present a fact-based perspective on security issues and hegemonic structures arising from advancements in information and communication technologies. In establishing this perspective, the concepts of online and social algorithms are used as two foundational terms developed by the author. The findings indicate that the use of artificial intelligence and personalized algorithms as tools within consumer culture leads to challenges such as the loss of security, autonomy, and privacy. The research highlights the global determinism and hegemony created by technology through

* Dr. Öğr. Üyesi-Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü Felsefe Programı/Amasya-gkhnbzn@gmail.com (Orcid: 0000-0002-8173-6559)

the shaping of consumer preferences. The research offers recommendations for the reevaluation of the ethical, social, and legal dimensions of technology within the context of relevant issues and phenomena.

Keywords: *Ontological Autonomy, Global Determinism, Online, Social Algorithm, Security*

Giriş

Güvenlik kavramı genelde uluslararası ilişkiler disiplini içinde bir fenomen olarak ele alınır. Güvenlik, doğal bir güdüden ziyade, tehdit ve tedbir ilişkisi bağlamında politik bir algı olarak incelenmektedir. Ancak, insanda doğal ve varoluşsal bir güdü olan güvenliğin, tehdit-tedbir ilişkisine veya devlet, birey ve kimlik gibi yapı ve kavramlarla sınırlı bir çerçeveye hapsedilemeyeceği açıktır. Bu bakımdan bu araştırmanın metodolojisi, Abraham Maslow'un (1943: 370-396) İnsan Motivasyonu Teorisi'nde ortaya koyduğu doğal bir güdü olarak güvenliğin, imkân ve sınırları üzerinden varoluşsal bir temele dayanmaktadır. Dolayısıyla araştırmada güvenliğe dair kabul ve yürütülen tartışma, güvenliğin devletler arası veya başka bir tüzel kategoriden birey ve topluma yönelik bir tanımlama ve müdahale olmasından ziyade insana özgü varoluşsal bir güdü olduğu kabulü bağlamında sürdürülmüştür.

Araştırmada güvenlik ile mahremiyet ve özerklik ilişkisinin ontolojik çerçeve içerisinden yapılandırılmasının gerekçeleri iki cihette toplanabilir. Bunlardan ilki güvenliğin mahremiyet ve özerklik ile ilişkisidir. Elbette ki buna ilgili kavramların insana özgü varoluşsal bir alanı işaret etmesini eklemek gerekir. İkinci olarak güvenlik ve özerklik ilişkisi ile bu iki kavramın gerek insan zihninde gerekse dış dünyada ortaya çıkabilmesi için gizli bir alan olarak mahremiyete ihtiyaç bulunmasıdır. Bilindiği gibi insan diğer canlılardan farklı olarak beden ve ruh arasındaki ilişkinin oluşturduğu bir bütündür. İnsan tutum ve davranışlarının altında yatan nedenler de bu bütünün ürünüdür. Dolayısıyla özerklik ve güvenliğin insanın bir yandan düşünen diğer yandan bedenli bir varlık olması bağlamında gerek insandan dış dünyaya gerekse dış dünyadan insana doğru ikircikli bir hüviyete sahip olduğu söylenebilir. İlk bakışta özerklik insanın düşünen yönünü akla getirirken güvenlik insanın bedenli yönünü ön plana çıkarmaktadır. İnsan olmak ile sınır koymak arasında mahremiyet içinden kurulacak ilişki, özerklik ve güvenlik bağlamındaki ikircikli yapıyı tek bir cihette toplama olanağı sunmaktadır. Söz gelimi insanoğlu üzerine bedenini örtmek için ilk kıyafeti giymesi, doğadan korunma ve güvenliğe yönelik bir eylemden daha fazlasıdır. Zira insanın bu eylemi, dış dünya ile arasına ilk sınırı çekerek bir mahremiyet alanı oluşturması nedeni ile benlik inşasına yönelik bir süreç olarak da düşünülebilir.

Diğer taraftan insanın tensel olanı muhafaza etmesi ile başlayan bu süreç uygarlık tarihi boyunca diğer doğal ve beşerî tehlikelerden korunmak için evler inşa ederek yerleşim birimleri oluşturması ile devam etmiştir.

Yerleşim birimlerinin etrafını surlarla çevirerek şehirler kuran insanlar, kimi zaman şehir surlarının etrafını sularla doldurmuş kimi durumlarda ise bu surların etrafını hendekler ile derinleştirmişlerdir. Dolayısıyla tarih boyunca varoluşsal bir güdü olarak güvenlik, özerklik ve mahremiyetle bağlantısı içinde var olagelmıştır. İnsanın örtünmek amacıyla ilk kıyafeti yapmasıyla başlayan bu süreç, kültür olarak da adlandırabilecek bir bilgi ve teknik birikimi beraberinde geliştirmiştir. Bu bakımdan giyinme ve barınma ihtiyacının karşılanması amacıyla kullanılan teknik, insanın güvenlik, mahremiyet ve özerkliğine hizmet eden bir araç şeklinde okunabilir.

Buna karşın günümüzde teknolojiye hızlı gelişmeler, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda birçok değişime yol açarken; mahremiyet, özerklik ve güvenlik konusunda önemli sorunlara neden olmaktadır. Örneğin WhatsApp'nın Ocak 2021'den geçerli olmak üzere, kullanıcıların kişisel verilerinin Facebook reklamları ve diğer hizmetler için kullanılmasını içeren gizlilik şartlarını değiştirme kararı, büyük bir tepkiye ve tartışmalara yol açmıştı. Bu değişikliği gizlilik ihlali olarak gören kullanıcıların, alternatif iletişim uygulamalarına yönelmesiyle Signal ve Telegram gibi rakip platformlar 30 milyondan fazla kullanıcı kazanmıştı (URL-1). Teknolojik yeniliklerin yol açtığı güvenlik sorunları, başka örneklerle somutlaştırılabilir. ABD merkezli yapay zekâ şirketi olan OpenAI, ChatGPT olarak bilinen yapay zekâ veri tabanının kullanıcıların sorularına onların tercih ve eğilimlerini hatırlayarak cevap verebileceği bir hafıza ile donatılacağını açıklamıştır (URL-2). Bu güncelleme, kullanıcıların kararlarını manipüle etme ve bağımlılık yaratma riski açısından özerklik, verilerin izinsiz kullanılması bakımından mahremiyet ve bilgilerin kötüye kullanımı bağlamında güvenlik sorunlarına yol açabilecek niteliktedir.

Keza Apple, ABD Patent ve Ticari Marka Ofisi'ne bir beyin haritalama ve aktivite takibi özelliklerini birleştiren yeni nesil AirPods üretimi ile ilgili patent başvurusunda bulunmuştur. Bu yeni AirPods tasarımı, kulaklıklara beyin dalgaları gibi biyosinyalleri algılama yeteneği kazandırarak kullanım alanlarını genişletecek niteliktedir (URL-3). Henüz tasarım aşamasındaki yeni cihazlar, beyin dalgaları ve biyosinyallerle kullanıcıların duygusal ve kişisel durumlarına dair hassas bilgiler sağlayabilir, bu da mahremiyet ihlalleri ve güvenlik risklerini artırabilir. Sürekli izleme, özerkliği kısıtlayabilir ve verilerin ticari veya manipülatif amaçlarla kullanılması güvenlik sorunlarına yol açabilir. Dolayısıyla teknolojik gelişmelerin insan yaşamını kolaylaştırırken mahremiyet, özerklik ve güvenlik açısından doğurduğu sonuçlar önemli bir konudur.

Bu araştırmada teknolojinin yapay zekâ ve kişiselleştirilmiş algoritmalar ile tüketim kültüründe bir enstrüman olarak kullanılmasının güvenlik ve özerkliği ait olduğu ontolojik zeminden yerinden çıkararak determinist bir çerçeveye hapsedmesinin neden olduğu güvenlik sorunları ve hegemonik süreçleri ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmada, teknolojinin, özerklik kaybı ve mahremiyet alanındaki aşınmalarla ortaya çıktığı kabul edilen güvenlik sorunları ve hegemonyayı açıklamak için,

çevrimiçi ve sosyal algoritma kavramları yazarın geliştirdiği iki taşıyıcı kavram olarak kullanılmıştır. Bu kavramlardan çevrimiçi, bir sunucuya bağlı olma haliyle sınırlı teknik bir terim olmasının dışında bireylerin sosyal, kültürel ve ekonomik sistemlere entegre olmaları bağlamında somut bir olguyu ifade etmektedir.

Günümüzde güvenlik olgusunun dönüşümünü ve bunun özerklik aleyhindeki sonuçlarını açıklamada referans alınan küresel determinizm kavramı, küreselleşme ile oluşan, insan ve toplumu bağlayıcı yeni bir tür kültürel ve iktisadi belirlenimleri ifade etmektedir. Zira küreselleşme, insan, üretim araçları, düşünce, teknoloji ve bunların oluşturduğu mal ve hizmetlerin benzersiz bir yayılım ve birleşmesi olarak tanımlanmaktadır (Adams, 2008: 725). Ayrıca küreselleşme, nüfus hareketliliği, çevresel değişimler ve kitlesel yok oluşlara yol açarak bir çağın sonunu işaret etmektedir (Chen, 2000: 158). Determinizm ise evrendeki tüm olayların nedensellik bağıyla gerçekleştiğini ve fiziksel dünya ile tarihteki olayların nedenlere bağlı olduğunu savunan bir anlayıştır (Hançerlioğlu, 2013: 222-224). Bu araştırmada, sanayi toplumlarında beşerî ve ekonomik yaşamın düzenliliğini ve belirleyiciliğini ifade eden küresel determinizm kavramı, bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin küresel pratiklere dönüşmesiyle günümüzün hegemonik süreçlerini adlandırmada merkezi bir kavram olarak ele alınmaktadır.

Ontolojik Özerklik-Güvenlik İlişkisi ve Dışsal Belirleyicilerin Oluşturduğu Çelişkiye Dair Kuramsal Bir Çerçeve

İnsanın dünyaya yabancı oluşu ve dünyada bulunma durumunun onu sosyalleşmeye yöneltmesi, güvenlik meselesini ontolojik bir çerçevede tartışma imkânı sunmaktadır. 18. yüzyıldan itibaren felsefede sıkça kullanılan ontoloji, varlık ve varoluşun genel niteliklerini ele alarak, varlığın ne olduğu ve halleri üzerine cevaplar arayan bir disiplindir (Cevizci, 2005: 644). Ontolojiye dair bu tanımlama, insanın temel niteliklerinden biri olan özerklik kavramını gündeme getirmektedir. Felsefenin seyrettiği coğrafi tarihsellik bağlamında özerklik, kişinin kendi bilişsel yasalarına göre yaşaması, kendini yönetmesi ve siyasi iradeyi şekillendirme yetisine sahip olması anlamına gelmekte; aynı zamanda insanın kendisini belirleme ve ahlak yasasını koyma kapasitesini de içermektedir (Swaine, 2016: 217, Cevizci, 2005: 665).

Bu bağlam ahlaki yargı, bireysel özerklik ve sosyalleşme arasında dengeleyici, tamamlayıcı ve bağlayıcı bir fenomen olarak mahremiyeti ön plana çıkarmaktadır. Zira özerklik bir yandan kişinin kendi benlik bütünlüğü içinde duyguları, düşündükleri ve yargıları üzerinde kendi dışındaki herhangi bir şeyin etkisi olmadığı konusunda duyduğu gizliliğe dair güvendir (URL-4). Bu bakımdan özerklik, bireyin otantik bir şekilde kişiliğini gerçekleştirebilmesi ve toplumsal yaşamda sosyalleşmesi için önemlidir. Modern demokratik toplumda, özerklik bireysellik ve toplumsallaşmanın uyumlu bir şekilde gerçekleşmesi açısından kritik bir rol oynar. Sosyoloji

literatüründe, özerklik, determinizmin etkisinden bağımsız olarak kendi yolunu çizebilen, çıkarlarını gözetip amaçlarına yönelebilen toplumsal aktörü vurguladığı için, toplumsal yapı ile kişilik arasındaki bağı açıklayan önemli bir kavramdır (Marshall, 1999: 570).

Özerk bir benliğin gelişimi için başkalarının, bireyin sosyal sınırlarını onaylaması ve kendisi üzerindeki kontrolü sağlaması gerekmektedir. Buna göre birey, eylemlerini ve kendi hakkındaki bilgileri kontrol edebilme ve bunları kimin deneyimleyebileceğine karar verme yeteneğine sahip olmalıdır. Bu, bireyin amaçlarının kendisine ait olduğunu düşünmeye başlamasıyla gerçekleşebilir. Özerk bir benlik için mahremiyet alanı gereklidir; çünkü özerklik, kişinin düşünce, amaç ve eylemleriyle özdeşleşen bir bedenle ilişkilidir. Bu süreç, benlik ve dış dünya arasındaki sınırları kontrol etmeyi sağlayan irade farkındalığını içermektedir (Kupfer, 1987: 82).

Örneğin, cansız varlıklar için hareket ve eylem, taşın yuvarlanması, ateşin yükselmesi gibi zorunlu iken, hayvanlar açısından bu durum istek ve arzu ile bağlantılıdır. Buna karşın insan ve onun eylemleri söz konusu olduğunda özerklik devreye girmektedir (İbni Bâcce, 2019: 21). Zira insanı diğer varlıklardan ayıran yönü ise bir şeyi isteyebileceği gibi istemeyebilmesine dair özerkliğe sahip olmasıdır. İnsanın belirlediği amaçları doğrultusunda kendi ilgi ve istidatları çerçevesinde bir eylemi seçebilmesini kapsayan özerklik, modern felsefe açısından her türlü dışsal nedenden bağımsız, insanın kendi irade ve tercihleri ile ona bir istem özerkliği sağlaması bağlamında ahlaki bir ilkeye işaret etmektedir. Aksi halde insan açısından ontolojik bir yabancılaşma söz konusu olacaktır (Kant, 2002: 57-63).

Güvenlik güdüsü ve ontolojik özerklik arasında kurulan ilişki, insanın bu dünyada bulunmasını fırlatılma kavramı içinde değerlendiren Heidegger'in sunduğu çerçeve ile örtüşmektedir. Zira Heidegger'e göre varlığın dünyada kendi olanaklarını var edebilmesi için ihtiyacı olan ilk şey hayatta kalma ve güven isteğidir (Mulhall, 1998: 120). Modern felsefenin önemli isimlerinden Spinoza, her varlığın, var olduğu sürece kendi varlığını sürdürmeye çabaladığını ve insanın da bu doğrultuda doğal bir gayret gösterdiğini belirtir. Ona göre, bu çaba, varlığın özünden kaynaklanan varoluşsal bir tutumdur (Spinoza, 2023: 211-213). Dolayısıyla güvenlik, insandan dışarıya doğru varoluşsal bir özerklik çerçevesinde birincil bir güdüdür. Bu güdünün dış dünyada kendini göstermesi ise insanın dünyada bulunma ve yabancılık durumu karşısında toplumsallaşma eğilimi olarak dışa vurulmaktadır. İnsanın dünyada bulunma durumu ve yabancılık hissi ile güven kavramı arasında var olan bu ilgi, güvenlik güdüsünü sosyoloji ve toplum parantezinde düşünmenin yanında, meseleye insan psikolojisi özelinde tartışacak bir zemin sağlamaktadır. Zaten birçok filozof varlığın duyusal ve rasyonel yaşamsal yönünü psikolojiye hasretmiştir. 19. yüzyılın sonlarında, deneysel ve analitik yöntemlerle bağımsız bir disiplin haline gelen psikoloji, insan doğası, bilinç ve zihinsel süreçler gibi konuların yanı

sıra, insan ruhunun bedenle ilişkisi, aklın rasyonalitesi ve iradenin özgürlüğü gibi konuları da kapsamaktadır (Coffey, 1918: 29).

Ontoloji ile psikolojinin insanın doğasına dair benzer konu ve süreçlerle ilgilenmesi özerklik-güvenlik tartışmasını psikoloji disiplini içinden sürdürecektir bir zemin sağlamaktadır. İnsanın bilme-anlama ve estetik aşamalarda kendini keşfetmesini, birincil düzeydeki ihtiyaçların karşılanmış olmasına bağlayan Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi bu açıdan önemlidir. Maslow'a göre insan organizması istikrarlı olarak güvenlik arayışı içindedir. Maslow'un birincil ihtiyaçlar içinde yer verdiği güvenlik güdüsünü çocuk ve ebeveyn ilişkisi içinde ele alması bu noktada dikkate değerdir. Maslow çocuğun, nefret eden anne babaya karşı yakınlığını, sevgi ve umut dolayımında bir yönelimin değil; korunma ve güvenlik güdüsü bağlamında bir güdünün şekillendireceğini söylemektedir (Maslow, 1943: 378).

Özerklik ve güvenlik ilişkisine dair bu temellendirme, Piaget'in gerçekçi ve görece ahlak tasnifi üzerinden incelendiğinde de anlamını korumaktadır. Piaget çocuklarda iki farklı ahlaki anlayışın geliştiğini belirtmektedir. Bunlardan ilki, yetişkinlerin koyduğu kurallara dayalı olan ve dışsal baskıya dayanan gerçekçi görev ahlakı, diğeri ise daha bağımsız, işbirliği ve karşılıklı saygıya dayalı olan özerk ahlakıdır (Piaget, 1966: 193). Ahlaki özerklik, yetişkinler ve çocuklar arasında karşılıklı saygı yoluyla yaptırımların uygulanmasıdır. Karşılıklılığa dayalı yaptırımlar, çocuklara başkalarının bakış açılarını dikkate alarak davranış kuralları oluşturma fırsatı sunmaktadır. Yetişkinler ödül ve cezayı kullandıklarında çocuklar, doğal dış dünyayla ahlaki gerçekçiliğe dayalı bir ilişki ve bağ kurmakta değiştirilemeyen ve dışarıdan kontrol edilen kurallar ön plana çıkmaktadır. Ahlaki göreciliğin dış dünya ilişkisi ise kuralların insan tarafından oluşturulduğu ve müzakere edilerek yeniden düzenlenebildiği bireyin özerkliğine dayalı olarak gelişmektedir (Kamii, 1984: 411-414).

Bu bakımdan bireysel özerklik, yaşamda kendi kendini yönetme yeteneğidir. Bu yetenek insanın doğası, tercihleri ve hedefleri üzerinde düşünerek doğru kararlar almasını ve tutarlı bir yaşam sürdürmesini sağlayan bir dizi beceriyi ifade eder. Özerklik, iç gözlem, bağımsız yargılama, eleştirel düşünme ve kendini kontrol etme kapasiteleriyle ilişkilendirilir ve insan doğasında önemli bir karakter özelliğidir. Bunun tam tersi durum ise dış dünyaya körü körüne uymaktır (Piper, 2022: 294). Ahlaki bir fail olarak insan, iradesi dış etkenler tarafından belirlenmiyorsa ve yasaları yalnızca akla uygun olarak kendisi uygulayabiliyorsa özerktir. Dolayısıyla kişinin iradesinin, arzuları da dahil olmak üzere dış faktörler tarafından kontrol edilmesi ve başkaları tarafından yönetilmesi, özerklik açısından bir çelişki oluşturmaktadır (Bunnin ve Yu, 2004: 63).

Ontolojik özerklik ve güvenlik ilişkisinde dışsal değişkenlerin oluşturduğu çelişki, varoluşçu ve bilişsel psikoloji araştırmalarına dayalı kuramsal temeller üzerinden açıklanabilir. Söz gelimi motivasyon türleri üzerine odaklanan öz belirlenim teorisine göre, bireyin kişiliği ve

davranışlarının gelişiminde önemli üç içsel düzenlemeden biri olan özerklik, bireyin davranışlarına kendi adına karar verip süreci yönetmesini sağladığından sağlıklı kişisel gelişim için kritik bir unsurdur. Ryan ve Deci'ye (2000: 68-69) göre, içsel yeterliliğe ve öz onaya sahip bireyler, motivasyon ve davranışları dışsal etkenlere bağlı olanlara kıyasla yaşam enerjisi, özsaygı ve güven açısından daha avantajlıdır. Keza bireyin kişiliğini ve sosyal gelişimini belirleyen bazı eğilimler bulunduğu ve bu eğilimlerin çeşitli sosyal ve bağlamsal koşullar tarafından olumlu ya da olumsuz şekilde etkilendiği bilinmektedir (Ryan, 1995: 39). Dolayısıyla insan eylemlerinin iç veya dış faktörlerden hangisi tarafından harekete geçirildiğinin insan açısından güven duygusu ve ontolojik özerklik bağlamında önem taşıdığı söylenebilir. Maslow ve Piaget'in çocuk ve ebeveyn özelinde açıkladığı güçlü ve güçsüz arasındaki bağlanma ilişkisine dair bu yaklaşımlarını, toplum gibi daha üst ve karmaşık alanlara genelleyerek güç ve rıza ilişkisine bağlamak anlamlı olacaktır.

Burada güç, zorunluluk ve rıza ile küresel determinizm arasında özerklik etrafında kurulan ilişki, İbni Haldun'un galip ve mağlup dinamiğini içeren görüşü açısından örneklendirilebilir. İbni Haldun'un, Endüstri Devrimi öncesi klasik toplum düzenine dair yorumları, galip ve mağlup toplumlar arasındaki etkileşim üzerine yaptığı analizlerle güncelliğini korumaktadır. Örneğin, Arnold Toynbee'nin galip-mağlup ilişkisini, galibin adetlerinin mağlup tarafından benimsenmesi anlamına gelen "herodian" kavramıyla açıklaması, Haldun'un 20. yüzyıldaki bir yorumu olarak değerlendirilebilir (Toynbee, 1988: 180-190). Keza Tepe (2023: 370), İbn Haldun'un temas, galibiyet, mağlubiyet, asabiyet ve öykünme gibi kavramlarla toplumsal olayları analiz ettiğini, bu kavramlara sadık kalarak yapılan incelemelerin geçmiş ile günümüz arasında bir köprü kurarak bugünkü hegemonik süreçleri açıklamada önemli bir metodolojik çerçeve sunduğunu belirtmiştir.

İbni Haldun, mağlup toplumların galip toplumların adet, usul ve kıyafetlerini taklit etme eğiliminde olduğunu belirtirken, bu taklit eğiliminin nedenini, mağlup toplumların galibin doğrudan zaferine değil, galibin biçimsel özelliklerine, yani galip olanın dış görünüşü ve davranışlarına duyduğu hayranlıkla ilgili olduğunu savunmaktadır (Haldun, 2005: 361). İbni Haldun ortaya koyduğu teorik çerçeveyi, yeniden fetih hareketleri ile İber yarımadasında Müslümanlar aleyhine genişleyen İspanyollar ve Endülüslüler üzerinden örneklendirmektedir. İbni Haldun'a göre çağındaki Endülüs toplumunun kılık, kıyafet, gelenek ve uygulamalarında tıpkı İspanyolları taklit etmelerinin nedeni, galibin adetlerinin üstünlüğü olduğu yanılmasıdır (İbni Haldun, 2005: 361-362). Dolayısıyla ontolojik özerklik ve güvenlik arasındaki ilişkiye dair felsefe, sosyoloji ve psikoloji perspektifinden yürütülen yukarıdaki tartışma ışığında, güç ve üstünlüğe dayalı dışsal etkilerin, güvenlik kaygısı ile bireysel özerkliği şekillendirici bir etmen olduğu söylenebilir.

Küresel Determinizmi Açıklamada İki Kavram: Çevrimiçi ve Sosyal Algoritma

Son yirmi beş yılda bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, ortak bir mekânın paylaşılmadığı fakat aynı ve ortak zamanın bir parçası olma imkanını ortaya çıkarmıştır. İnternet teknolojisi içinde eşgüdüksüz eş zaman olarak ifade edilebilecek bu durum, teknolojinin bir güç olarak küresel bir yaygınlığa ulaşmasının önünü açmıştır. Bu durum ise günümüzde küresel iktisadi sistem içinde bilişim-iletişim teknolojilerini, pazarlama araçları olarak arz, talep ve pazar ilişkilerinde önemli bir unsur haline getirmiştir. İnternet teknolojisi ile oluşturulan eşgüdüksüz eş zaman kavramını ve bunun finansal küreselleşme ile ilişkisini Castells'nin ağ toplumu kavramsallaştırması üzerinden düşünmek anlamlı olacaktır. Castells'e göre, internet ve dijital ağlar, New York, Londra, Tokyo gibi geleneksel finans merkezlerinin küresel piyasa oluşturmada kritik bir rol oynamaktadır. Bu ağlar, finansal işlemler, değer oluşturma ve küresel sermaye akışlarını yönlendirme işlevlerini etkin şekilde yerine getirmektedir (Castells, 2010). Dolayısıyla bilgi ve bilişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı eşgüdüksüz eş zamanlar, geleneksel finansal düzenlerin aksine, çevrimiçi bir küresel finans sistemi ortaya çıkararak yerlerin yönlendirildiği bir yapı oluşturmıştır.

Bu küresel yapı içinde bilişim ve iletişim teknolojilerinin pazarlama süreçlerinde kullanımı, yapay zekâ ve kişiselleştirilmiş algoritmalarla tüketim kültürünü şekillendirmektedir. Online alışveriş kavramı, 20. yüzyıla ait zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırırken; internet ve sosyal medya platformları finansal ilişkiler, tüketim ve pazarlama süreçlerinde belirleyici rol oynamaktadır. İktisadi ilişkilerdeki bu değişimin ortaya çıkardığı küresel ölçekteki sonuçları, online kelimesinin Türkçe varyantı olan çevrimiçi kavramı üzerinden açıklamak anlamlı olacaktır. Bir sunucuya bağlı olarak çalışır durumda olmayı ifade eden çevrimiçi kavramı (Türk Dil Kurumu, 2005: 421) pratik ciheti ile akıllı bir cep telefonunu aracılığı ile Facebook, Instagram ve WhatsApp gibi sunucularda dijital olarak görünür olma durumunu ifade etmektedir. Bir tür bağlantıda olma durumu olan çevrimiçi kavramı, fiziksel dünyada sosyal, iktisadi ve kültürel olarak organize olmuş bir topluluğa katılma durumu olarak metaforik bir anlam taşımaktadır. Bu anlamın ötesinde, bir faaliyet ya da hizmetin bilgisayar ağlarında mevcut olması veya bu ağlar üzerinden gerçekleştirilmesi anlamına gelen çevrimiçi kavramı, yeni bir varoluş biçimini de ifade etmektedir.

Bu yeni varoluş biçiminde birçok çevrimiçi etkinlik veya işlem, farklı kullanıcılar arasında aynı anda gerçekleşebilmesine karşın birbirleriyle fiziksel bir bağlantıda olmak zorunda değildir. Örneğin, bir sosyal medya platformunda birçok kullanıcı aynı anda farklı paylaşımlar yapabilir, fakat bu paylaşımlar birbiriyle ilişkili veya birbirini etkileyici olmayabilir. Benzer şekilde, bir çevrimiçi oyun ortamında birden çok oyuncu aynı anda oyun oynayabilmesine rağmen her oyuncunun kendi stratejisi ve etkileşimi olabilir ve bu eşgüdüksüz eş zamanlı etkinlikler, bir futbol maçındaki gibi

oyunun akışını etkilemeye odaklı sürekli ve kollektif bir eylem değildir. Bu nedenle çevrimiçi etkinlikler veya işlemler birbirlerine koordine edilmemiş bireyselleştirici bir durumu ifade etmektedir. Dolayısıyla çevrimiçi olgusu, ona dahil olan kitleyi, örneğin sendikal bir işçi topluluğu veya belli bir müzik türüne özgü rock and roll topluluğu gibi yılda en az bir defa festival alanında, bir konserde yahut kongre merkezinde biraya getirmediğinden geleneksel modern topluluk kavramından ayrılmaktadır. Mesele Heidegger'in yaklaşımı (2021: 63-64) içinden örneklenecek olursa, eşgüdümsüz bir eş zaman içinde birbirinden bağımsız olarak duran internetteki dünya, görece ve ayrı bir dünyasal içerimi temsil ederken sadece çevrimiçi dahil olma imkânı verdiğinden bir mekânsızlığa denk gelmektedir. Söz gelimi eğlence dünyası, fiziksel bir mekâna dayanmayan, çevrimiçi dahil olma üzerinden varlık kazanan bir alan olarak, mekânsız bir yapı sergilemesine rağmen, sektör olarak kazandığı değer, kendine özgü bir dünyasallık yaratmaktadır.

Bu noktada, çevrimiçi durumun yarattığı dünyasallık, ürettiği değer ve işlevsellik nedeniyle hegemonik süreçleri içeren yeni bir olgu olarak düşünülmelidir. Hegemonya, sosyal bilimler alanında, üzerinde yoğun bir şekilde tartışılan bir kavramdır. Hegemonyanın temelinde ekonomik gücün yattığını söyleyen Gramsci'ye göre (2012: 202) hegemonya olgusu, hegemonyanın uygulandığı o grupların çıkar ve eğilimlerinin dikkate alınarak belli bir dengenin kurulmasını gerektirir. Bir diğer deyişle, hegemonya bazı ekonomik tavizler verirken hegemonyanın uygulandığı grup üzerinde kültürel ve ideolojik yollarla rıza üreterek işleyişini devam ettirmektedir. Bu sebeple çevrimiçi olgusu, sadece bilişim ve iletişim teknolojileriyle değil, aynı zamanda küresel tüketim kültürü ve ekonomik ilişkilerde yarattığı etkilerle de önemli bir fenomendir. Bu bakımdan çevrimiçi olgusu, sadece dijital ortamla sınırlı değil; dış dünyada oluşturduğu somut gerçeklik bağlamında da bir anlama sahiptir. Örneğin, konu, otomotiv sektörü ele alınarak somutlaştırılacak olursa insanlar bir otomobil satın aldıklarında ithal akaryakıt, ithal parça ve servis desteği, vergi, trafik sigortası, kasko şirketleri gibi küresel çapta somut bir endüstriye de kendilerini bağlamış olmaktadır. Benzer şekilde, Samsung ve iPhone marka ithal akıllı cep telefonları satın alındığında, üreticiler kişisel verilere erişim koşulu koymaktadır. Kişisel verilerin toplanmasına, kullanılmasına ve ifşa edilmesine yönelik verilen onay, hukuki anlamda bağlayıcı olsa bile, sınırlı bir rasyonelliğe dayandığından bireye verileri üzerinde gerçek kontrol sağlamada bir güvence vermemektedir (Grafanaki, 2017: 809). Bu yeni alışveriş biçiminde, geleneksel ticaret anlayışı yerini, küresel ekosistemlere dahil olmayı içeren bir sürece bırakmaktadır. Örneğin ithal bir cep telefonu kullanıcıları, Android veya Apple gibi küresel işletim sistemlerinin ekosistemine katılarak küresel ölçekte akredite edilmiş ve standartlaşmış bir sunucunun kontrolünde çevrimiçi hale gelmektedirler.

Çevrimiçi olgusunu, dünya çapında prestijli teknoloji analiz şirketlerinin internet ve sosyal medya kullanımına dair verileri göz önünde bulundurarak değerlendirmek anlamlı olacaktır. Örneğin pazar ve tüketici

verilerinde uzmanlaşmış Statista kaynaklı bilgilere göre 2023 yılı itibariyle dünyada 6,718,75 milyar kişi akıllı cep telefonları kullanmaktadır (URL-5). Yine dünya çapında dijital trendleri inceleyerek kapsamlı dijital raporlar ve sosyal medya analizleri sunan We Are Social Digital Reports Şirketi kaynaklı verilere göre bugün dünyada 5,16 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcı sayısı, dünya toplam nüfusunun yüzde 64,4'ünün artık çevrimiçi olduğu anlamına gelmektedir. Keza şirketin sosyal medya analizlerine göre şu anda dünya çapında 4,76 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu sayı toplam küresel nüfusun yüzde 60'ına denk gelmektedir (URL-6).

Bu noktada çevrimiçi süreçler ile özerklik-determinizm arasındaki ilişkiyi kavramakta popüler kültür, bize konjonktürel bir tutamak sağlayabilir. Pazar ekonomisinin yarattığı popüler kültürde değişime konu olmayan ve mal almayarak popüler olana katılmayan her şeyin değersiz olduğu yönünde bir algı oluşturulmaktadır. Bu algının amaca ulaşmasında en önemli etmen, geleneksel ölçütün aksine kıymetli olanı belirlemede güç merkezinde yaşanan kaymadır. Söz gelimi geleneksel dönemde, değerli olanı belirleyen onu günlük pratikleriyle üreten ve tanımlayan güç, halk ozanı vasıtasıyla veya doğrudan kendisi olarak halka aitti. Her şeyin mübadeleye konu edildiği günümüzde ise değerli görülen popüler üreten ve tanımlayan güç ise malın yanında bilinç satışı yapan moda, turizm, kültür ve eğlence endüstrileridir. Yani geçmişteki halk bilinciyle bugünün popüler kültürü taşıyıcı halkın bilinci arasında ciddi fark bulunmaktadır (Erdoğan, 2004: 6).

Değerli olanı belirlemede güç merkezindeki kayma ve yaratılan popüler kültürün hedef kitlenin bilincindeki fark, çevrimiçi hale gelme ile belirginleşir. Bu durumu çevrimiçi nüfusun satın alma isteğini teknoloji aracılığıyla yönlendirme ve yönetme bağlamında ele alınmalıdır. Küresel determinizm öncelikle hedef aldığı evrensel kitleyi pazar ekonomisi içinde çevrimiçi hale getirdikten sonra kitleden sosyal bir algoritma üreterek reklam ve pazarlamaya aracı gibi kullanmaktadır. Türk Dil Kurumu'na göre algoritma, Orta Çağ'da ondalık sayı sistemine dayalı olarak bir sorunun çözülmesi işlemi olarak tanımlanırken, el-Harezmi'nin katkılarıyla Latince transkripsiyonu yapılan bu kavram, bilgisayar teknolojisi ve sibernetikle gelişim göstermiştir (Türk Dil Kurumu, 2005: 73; Fralov, 1984: 14).

Teknolojinin gelişmesiyle insan beyninin referans alınarak eğitilen sinir ağı hücreleri, yapay zekâ-makine birlikteliğinde yeni bir çığır açmıştır. Deneyimsel bilgiyi depolamak ve kullanıma hazır hale getirmek için doğal bir eğilime sahip olan ve basit işlem birimlerinden oluşan bu işlemci, bilgiyi deneyimsel olarak çevresinden edinerek gerektiğinde kullanıma hazır hale getirebilmesiyle beyne benzemektedir (Haykin, 2008: 2). Günümüzde ticari firmalar yapay zekâ kullanarak pazarlayacakları ürünlerle hedef kitle arasında bağlantı kurmakta ve ürünün pazarlanacağı kitleye dair veriler toplamaktadır. İnternette içeriği düzenlemek ve filtrelemek için kullanılan algoritmalar, bireyin keşif sürecine müdahil olarak bunu değiştirebilmektedir. Veri madenciliği olarak adlandırılan bu işleyle geçmişten öğrenen algoritmalar kişilerin tercihlerine dair seçimler

sunmakta ve bu seçimler gelecekteki yeni varsayımların belirleyicisi olarak kendini güçlendiren bir döngü haline gelmektedir (Grafanaki, 2017: 825-826).

Tam ve Ho'nun (2006: 887) yaptığı deneysel araştırmanın bulguları kişiselleştirilmiş iletişimin, aşırı bilgi yükünü azaltma ve karar verme sürecine yardımcı olma potansiyeline sahip olduğu göstermiştir. Gelişen teknolojiyle internet üzerinden diğer sistemlerle doğrudan iletişim kuran yeni nesil tüketici algoritmaları bu tür hizmetleri bir adım daha ileri götürerek tüketici adına kararlar alıp uygulayabilmektedir. Bu algoritmalar otomatik olarak bir ihtiyacı tanımlayabilmekte ve arayabilmektedir (Gal ve Koren, 2017: 314). Buradan yola çıkarak kişiselleştirilen algoritmanın, içerik ve ürünler ile kitle arasında kurduğu iletişimde insanların tercihlerini yönlendirerek onların özerkliklerini sınırladığı söylenebilir.

Günümüzde halkın bilinci ve tercihlerinin yönlendirilmesi, yatay bir düzlemde halk tabakası içinden değil, küresel bilişim teknolojileri ve dijital bağımsız değişkenler tarafından kontrol edilerek belirlenmektedir. Bu belirleyicilikte, yapay zekâ ve algoritmaların etkisiyle, çevrimiçi hale gelen insanlar, giydikleri moda uygun kıyafetlerle dış dünyada moda trendleri için vitrin ve manken işlevi görmektedir. Bu işlev ile müşterilerin, pazarlamada bir model ve reklam aracı olarak kullanmasının, insanları sosyal bir algoritmaya dönüştürdüğü söylenebilir. Sosyal algoritma kavramı, bireylerin toplumdaki sosyal ilişkiler, kültürel normlar ve statü sembollerini kullanarak tüketim davranışlarını yaymaları ve bir markanın ya da ürünün toplumsal değerini artırma süreci olarak düşünülmelidir. Sosyal algoritma, tüketim kültürü içinde, hedef kitlenin izlenerek kitlenin beğenilerine ilişkin verilerin dijital olarak depolanması işlevinden farklı bir alandaki etkiyi ifade etmektedir. Dolayısıyla sosyal algoritma kavramı, eşgüdümeye bağlı fiziksel dünyada pazarlama ile sunulan arzın, talep üzerinde bedenleştiği ve yaygın etkiye ulaştığı yeni bir reklam aracı olarak okunabilir.

Kitle psikolojisi ve pazarlama alanında yapılan araştırmalar, bu çalışmada küresel determinizmi açıklamak için kullanılan sosyal algoritma kavramının anlamlı olduğuna işaret etmektedir. Söz gelimi kültürel anlamın sürekli olarak sosyal dünyadaki çeşitli konumlar arasında akış halinde olduğunu savunan McCracken'e göre (1986: 71) tüketim kültüründe arz edilen malların, sahip olduğu kültürel anlam ve akışkanlık; tasarımcılar, üreticiler, reklamcılar ve tüketicilerin toplu ve bireysel çabalarıyla desteklenmektedir. Bu akışkanlığın seyri, öncelikle kültürel olarak oluşturulmuş bir dünyadan çıkarılarak tüketici malına aktarılmaktadır. Bundan sonra kültürel anlamın seyri, tüketilen malı temsil eden nesneden çıkarılarak tüketiciye aktarılmaktadır. Bir başka deyişle tüketim malının kültürel anlam dünyasında başlayan bu geleneksel akışkan seyrin, her defasında bir döngüsellği de içereceği açıktır.

Kültürel anlamın akışkanlığının bir halkasını tüketicilerin toplu ve bireysel çabalarının oynadığı rolün oluşturması, araştırmada öne sürülen

sosyal algoritma kavramının etrafında oluşacak dinamik yaygın etkiye dair bir fikir verebilir. Bireylerin sosyal kabul arzusunun, moda tüketim davranışlarını nasıl etkilediği üzerine odaklanan deneysel araştırmalar bu görüşü desteklemektedir. Martindale ve arkadaşlarının sosyal kabul ve sürdürülebilir kimlik üzerine yaptığı araştırmanın sonuçları, sosyal kanıtın insanların kendi kimliklerinin sürdürülebilir olmasa bile sürdürülebilir giyim davranışına güçlü bir rehber olarak işlev görebileceğini göstermiştir (Martindale, vd., 2019). Dolayısıyla araştırmada, küresel determinizmin etkisini açıklamak için ortaya atılan sosyal algoritma kavramı, günümüz sosyal davranışlarını ve ilişkilerini anlamlandırmak ve yönlendirmek için anlamlı bir araçtır. Bu bağlamda sosyal algoritma, dijital algoritmalarından farklı olarak, arzın talepler doğrultusunda bedenler üzerinde somutlaşarak toplumsal bir mekanizmaya dönüşmesidir.

Bu araştırmada küresel determinizmi açıklamada kullanılan çevrimiçi ve sosyal algoritma kavramları, klasik merkez-çevre ayrımının belirsizleşerek dönüşmesinde önemli birer araçtır. Zira internet teknolojisinin oluşturduğu eşgüdümsüz eş zamanlılıklar, çevre kavramını yalnızca merkezin dışında kalan bölgelerle sınırlamayıp, merkezi Batı'nın içindeki alanlara da yaymıştır. Bunun sonucunda, 19. ve 20. yüzyılların aksine, merkezin içindeki fiziksel alanlar da çevreye dahil olmuştur. Dolayısıyla günümüzde merkezin, çevre ülkelerdeki kitleler tarafından belirsiz ve yokmuş gibi algılanmasında, arz ve talebin aynı kitle üzerinde birleşmesi önemli bir etkidir. Yani, çevrimiçi süreçlerdeki kitle sadece talebin yöneldiği yer değil; aynı zamanda sosyal bir algoritmaya dönüşerek arzın sunulduğu alan haline gelmektedir. Teknolojinin yönlendirdiği tüketim kültüründe, çevrimiçi hale gelen insan artık eylemi doğrudan gerçekleştiren bir aktör değil, bu eylemin yaşandığı ortamda yalnızca bir model haline dönüşmüştür. Bu durumda, ontolojik özerklikten ziyade, bilişim teknolojileriyle yönlendirilen ve şekillendirilen bir dünya daha belirleyici hale gelmiştir.

Bu bağlamda arz-talep ilişkisi, pazarlama ve tüketimde yapay zekâ ve kişiselleştirilmiş algoritmalarla sosyal medya platformları aracılığı ile toplanılan bilgiler ve yönlendirmeler ontolojik özerkliği geri plana atmaktadır. Benzer şekilde determinizmin olayların evrensel nedenselliğe bağlı yasalarca ve nesnelerin tüm bilgisine hâkim bir zekanın dünyanın gelecekteki durumunu mutlak bir kesinlikle tahminine dayandığı (Audi, 1999: 228) hatırlanacak olursa bu başlık altında betimlenen manzaranın yeni bir tür sosyal ve iktisadi determinizm olduğu öne sürülebilir. Bugün merkezi Batı'nın başta bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ve sosyal, ticari, kültürel birçok enstrümanı devreye sokarak kendi dışındaki bölgelere örgütlü şekilde yayılması merkezin ortadan kalktığına dair görece bir algı oluşturmaktadır. Halbuki fiili olarak gerçekleşen eşgüdümsüz eş zamanlar oluşturan yeni teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı küresel ortak paydalarla Batı uygarlığının çevre üzerindeki kontrol ve tahakkümünün en ince örüntü ve alanlara kadar yayılmasıdır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Yapay zekâ ve kişiselleştirilmiş internet algoritmaları gibi teknolojilerin hızla gelişmesi, birçok sosyal, kültürel ve ekonomik değişimi beraberinde getirmektedir. Bu değişimlerin bazıları olumlu sonuçlar doğururken, bazıları da yeni sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Bu araştırmada, bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin çevrimiçi platformlar aracılığıyla oluşturduğu ve bilişim teknolojileri sosyolojisi kapsamına giren sorunlar, güvenlik, özerklik ve mahremiyet gibi kavramlar üzerinden teorik bir çerçevede tartışılmıştır. Bu çerçevede, çevrimiçi etkileşimlerde yapay zekâ ve algoritmaların birlikte çalışmasının, bireylerin mahremiyeti, güvenliği ve özerkliği üzerindeki etkileri ile bu etkilerden beslenen küresel hegemonya açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın bulguları, literatürdeki farklı çalışmalarca desteklenmektedir.

Kişiselleştirilmiş dijital algoritmaların bireyleri kendi düşünce ve bilgi sınırları içinde hapsedme eğiliminde olduğunu savunan Pariser'a (2011) göre algoritmalar, insanlara tek bir ilgi alanına özgü çerçeveler sunarak yenilikçi ve yaratıcı fikirlerden uzaklaştırabilir. Bir diğer deyişle, kişiselleştirilmiş algoritmalar, kullanıcıların tercihlerine uygun içerik sunarak deneyimlerini iyileştirirken; onların yeni şeyler öğrenmelerini sınırlayarak farklı bakış açılarından mahrum bırakabilmektedir. O'Neil (2016: 204-210), kişiselleştirilmiş algoritmaların, zayıf veriler kullanarak insan davranışını soyutlamada ve sonuçları açıklamadan riskler yaratmada önemli tehlikeler taşıdığını belirtmektedir. Bu algoritmalar, toplumsal eşitlik ve demokrasiyle çelişerek, finansal ve sosyal alanlarda ön yargı ve ayrımcılığı besleyebilir. Özellikle, niceliksel verilerin toplumsal ayrımcılığı derinleştirebileceğini savunan O'Neil, çevrimiçi platformlardaki algoritmaların, bireylerin ekonomik ve sosyal davranışlarını denetleyerek hegemonik normlara uygun hareket etmelerini sağladığını ve gücün belirli gruplar lehine merkezileşmesine yol açabileceğini ifade etmektedir.

Bilişim ve iletişim teknolojilerin yarattığı eşgüdünsüz eş zaman; yön ve yer kavramlarının ikincil planda kalmasına neden olmuştur. Bu durumda 19. ve 20. asırlara özgü Batı ve diğerleri ayrımı, çağımız açısından çok anlamlı görünmemektedir. Bununla beraber modern teknolojinin ortaya çıkışı ve çeşitli beşerî alanlara yaygın hale getirilmesindeki Batının rolü ve teknolojinin Batılı soy kütüğü göz önüne alındığında Batı Avrupa, Amerika ve Kanada'nın oluşturduğu ekonomik açıdan daha güçlü durumdaki merkez ülkelerin, teknolojik üstünlük, sermaye birikimi, teknik donanım gibi araçlara sahip olması, uluslararası ticarete artı değerın zayıf ülkelerden merkeze akmasına olanak sağlamaktadır (Wallerstein, 2005: 10, 29).

Bu bakımdan bilişim ve iletişim teknolojileri ile gündeme gelen küreselleşme olgusu, Batının, dünyanın geri kalanına karşı bir galibiyeti olarak değerlendirilebilir. Bunun yanında günümüzde küreselleşme ile merkezin bütün çevreye yayılması, sanki merkezin ortadan kalktığına dair bir algıyı ortaya çıkarmaktadır. Hiç şüphesiz bu algı, bilişim teknolojilerinin

yarattığı eşgüdümsüz eşzamanların tüketim kültürünün hedef kitesinin, geçtiğimiz asırdakinin aksine Batı içine yayılarak çevre kavramının genişlemesi ile ilgilidir. Bu nedenle İbni Haldun'un galip ile mağlup arasında öykünme ve benzemeye dayalı kurulduğunu belirttiği ilişki, günümüzde teknoloji ile insanoğlu arasında gerçekleştiği şeklinde güncel bir yoruma kavuşturulabilir. Bu bağlamda İbn Haldun'un galip ve mağlup arasındaki öykünme ilişkisinin, teknoloji ve insanlar arasındaki etkileşimle güncel bir biçimde yorumlanması mümkündür. Bu süreç, küreselleşmenin coğrafya ötesi, yeni bir kolonyal yön taşıdığını göstermektedir.

Buna karşın sosyal ve ekonomik anlamda küresel determinizmin yaygınlaşmasının öncelikli nedeninin psikolojik olduğu öne sürülebilir. Bu psikolojik üstünlük Batının askeri teknoloji ile dünyanın geri kalan kısmı üzerinde cebren kurduğu politik ve askeri egemenliğe dayandırılabilir. Toynbee, II. Dünya Savaşı sonrasında Batı'nın kazandığı üstün gücün, ona rakip olabilecek bireysel ya da toplu bir güç bulunmadığını vurgulayarak bu hakimiyet çemberinin dışında kalan insan topluluklarının kaderinin, Batılı güçlerin kendi aralarındaki ilişkilerden doğrudan etkilendiğini belirtmektedir (Toynbee, 1978: 425). Dolayısıyla Batı; Batılı soy kütüğüne sahip teknoloji ile onun gerisindeki ve onu kullanan bölgeler arasındaki ilişki, Maslow (1943) ve Piaget'in (Kamii, 1984) teorilerine uygun olarak fiziksel ve duygusal anlamda güçlü olan ebeveyn ile çocuk arasındaki bağlanma ilişkisine benzetilebilir. Bir diğer değişle özne-nesne düzleminde tanımlanabilecek bu ilişki, İbni Haldun'un (2005) öne sürdüğü güçlü olana rıza gösterme ve öykünme çerçevesinde gerçekleşmektedir. Burada güç, öncelikli bir belirleyici olmasına karşılık galibe öykünme ile ortaya çıkan rıza, küresel olan gücün sosyal, kültürel ve ekonomik tahakkümüne yaygınlık kazandırmaktadır. Bu yeni tahakküm biçimindeki yenilginin, geleneksel tahakküm ilişkilerinden farklı olarak maddi olmayan ancak bilişsel, ahlaki ve etik alanları ve değerleri içermesi nedeniyle daha yıkıcı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmada teknolojik süreçlerin ortaya çıkardığı küresel determinizmi açıklamak için önerilen çevrimiçi kavramı, öncelikle sanal evrende bir karşılığı olmasına karşılık; sadece bununla sınırlı değildir. Çevrimiçi kavramı, geleneksel ticaret anlayışındaki "al ve kullan" anlayışının yerine, küreselleşmiş bir sisteme dahil olma durumunu ifade etmektedir. Burada arz ve talep arasındaki bağ, küresel bir hizmet sunucunun kontrolündeki işletim sistemine veya bir otomobil firmasının fiziksel hizmetlerine dahil olma üzerinden sürekli hale gelmektedir. Bu, sosyal ve iktisadi tahakkümün oluşumunda çevrimiçi olgusu iki açıdan önemli bir yere sahiptir. Bunlardan ilki bilişim ve iletişim teknolojilerinin yarattığı sanal dünya, ikincisi ise bu sanal dünyanın, dış dünyadaki yaygın etkileri ile oluşturduğu çevrimiçi fiziksel bir olguya işaret edışıdır.

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, çevrimiçi platformlar insan ilişkileri, iletişim ve ticaret üzerinde büyük bir etkiye sahip olarak belirli bir güç dengesi oluşturmuştur. Bu durum, belirli bir kültürün, bilginin veya

ticaretin diğerlerini domine etmesine yol açabilecek niteliktedir. Söz gelimi, sosyal medya üzerindeki marka ve ürünler, belli bir yaşam tarzını veya davranış biçimini benimsemeye yönlendirerek, geniş kitleler üzerinde dış dünyada hegemonik bir etki yaratabilirler. Alifah'ın (2023: 35-36) örneklemini Endonezyalı bin sosyal medya kullanıcısının oluşturduğu araştırmasında sosyal medyada popüler kültürün temsillerinin ağırlıklı olarak Batı kültürü tarafından şekillendirildiğini ve bunun yerel kültüre yönelik ayrımcılık, önyargı ve hegemonya gibi sorunlara yol açtığını ortaya koymuştur.

Amazon ve Alibaba gibi büyük çevrimiçi platformlar, dijital ticarete pazarın kontrolünü ele geçirerek diğer oyuncuları baskı altına alabilir ve rekabeti azaltabilir. Bu durum, belirli şirketlerin hakimiyet kurmasına yol açabilir. Örneğin, enformasyon tekelinin Reuters, Associated Press ve Agence France-Presse gibi büyük ajansların elinde olması buna örnektir. Ancak, son iki ajans, sermaye sağlama konusunda Reuters kadar başarılı olamayarak ekonomik zorluklar yaşarken, Reuters, gerçek zamanlı ticari bilgileri toplayıp paylaşarak öne çıkmaktadır (Yüksel, 2014: 53-54). Keza firma ve şirketlere önemli enformasyon sağlayan Facebook, Instagram ve WhatsApp gibi yeni nesil ağ platformlarının sahibi Meta Platforms Inc'in elinde tekelleşmesi, belirli şirketlerin piyasada hakimiyet kurmasına örnek olarak verilebilir. Türkiye Rekabet Kurumu, ilgili şirketin Threads uygulamasını Instagram uygulamasına bağlamasının rekabet yasasını ihlal ettiği gerekçesiyle soruşturma başlatılmasına karar verilmişti (URL-7).

Çevrimiçi olgusunun yarattığı hegemonik süreç, bir tür bilişim teknolojileri sosyolojisi içinde dış dünyadaki etkileri ile düşünülmelidir. Bu bağlamda, çevrimiçi kavramının kapsamını genişleterek ve alternatif bir perspektifle ele almak önemlidir. Günümüzde, küresel firmaların ürünlerini satın alındığında bu ürünlerin kullanımıyla birlikte doğrudan veya dolaylı olarak o firmanın dijital ekosistemine dahil olunmaktadır. Örneğin, bir otomobil satın alındığında, sadece aracın kendisiyle değil, aynı zamanda üreticinin sunduğu hizmetlerle de etkileşime geçilmektedir. Bu durum, çevrimiçi olmayı sadece internet bağlantısıyla ilişkilendirmekten daha geniş bir anlam taşımaktadır. İnsanlar ürünleri kullanırken, o ürüne bağlı hizmetleri de kullanmak zorunda kaldıklarında, yeni ve münhasır bir dünyanın parçası haline gelmektedir. Bu, internet üzerinden doğrudan etkileşimde bulunmaktan fazla bir gerçekliğe denk düşen, insanları belirli bir markanın veya firmanın dünyasına dahil eden önemli bir olgudur. Dolayısıyla, çevrimiçi olmak sadece internete bağlı olmakla sınırlı değildir, aynı zamanda belirli bir markanın veya firmanın sunduğu gerçek bir dünyaya dahil olmayı da içermektedir. Bu durum araştırmanın küresel determinist süreçleri açıklamada anahtar bir kavram olarak kullandığı sosyal algoritma kavramına olgusal bir zemin sağlamaktadır. Nitekim algoritmaların sosyal yaşamda neden olabileceği sayısal indirgemeciliğin manipülatif etkisi ile sosyal eşitsizlik ve ayrımcılık sorunları, yabancı literatürde günümüz dünyasının başlıca meseleleri arasında uzun süredir

tartışılmaktadır (Nissenbaum, 2010, s. 208-210; Pariser, 2011, 81; Cohen, 2012, s. 107-111; Boyd & Crawford, 2012, s. 670-671).

Araştırmanın küresel determinizmi açıklamada anahtar bir kavram olarak önerdiği sosyal algoritma internet ortamında çeşitli sanal platformlarda kullanıcıların beğenilerinin izlenilmesi sonucunda onlara çeşitli ürünler sunan algoritmadan daha fazlasıdır. Nasıl ki algoritmalar dijital platformda insanları belli içerik, ürün ve markalara yönlendirme etkisine sahipse; sosyal algoritma da arzın talepler doğrultusunda bedenler üzerinde somutlaşarak dış dünyada reklam ve pazarlama enstrümanı olarak kitlelerin davranış ve tercihlerini belirleyici bir araçtır. Dolayısıyla sosyal algoritma, bireylerin toplumdaki sosyal ilişkiler, kültürel normlar ve statü sembollerini kullanarak tüketim davranışlarını yaymaları ve bir markanın ya da ürünün toplumsal değerini artırma sürecidir. Bilindiği gibi reklamlar, günümüzde çeşitli markaların trendlerine yaygın etki kazandırmada önemli bir araçtır. Tepe'nin (2023: 370) araştırmasında, galip kültürün mağlup üzerinde reklamlar aracılığıyla hegemonya kurma ve rızayı sağlama işlevi, bireylerin farkında olmadan gerçekleştirdiği bir mekanizma olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda, sosyal algoritmanın da bireylerin bilinçli ya da bilinçsiz şekilde toplumsal davranışlarını, sosyal çevrelerini ve kültürel normları şekillendiren dinamik bir süreç olarak işlediği söylenebilir.

Park ve arkadaşlarının (2013: 182-183) Fortune 500 listesindeki 77 marka logosunun estetik, işlevsel ve öz-kimlik faydalarını değerlendiren anket verilerine dayalı çalışmaları, logoların müşterilerin kişisel kimliklerini ifade etmelerine ve markayı benlikleriyle ilişkilendirmelerine yardımcı olabileceğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, marka logoları, müşteri ile marka arasında duygusal bir bağ kurarak müşteri bağlılığını artırma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, bir giyim markasının logosu ya da tasarımı, yalnızca kişinin kendisini ifade etmesine olanak tanımakla kalmamaktadır. Aynı zamanda diğer insanların marka hakkındaki algı ve tercihlerini etkileyerek toplumsal düzeyde algısal ve davranışsal değişikliklere yol açabilir.

Araştırmada özerklik ve güvenlik arasında mahremiyet içinden kurulan ilişki ile bilişim teknolojilerinin merkezietçi veri işleme süreçlerinin bu kapsamda oluşturduğu çelişki, alan yazındaki araştırmalarca desteklenmektedir. Winslade (1985: 589), insanların kendilerini algılayabilmesinin önemli bir bileşeninin mahremiyet alanının varlığı olduğunu belirtmektedir. Bu alan, bireylere başkalarının kendileri hakkında sahip olduğu bilgilere dair kontrol sağlama yeteneği sunarak ilişkilerini yönlendirme imkânı vermektedir. Mahremiyet, bireyin özerkliğini ve benlik bütünlüğünü destekleyen temel bir unsurdur. Gözetimden korunma, bireye hata yapma ve kendini farklı açılardan değerlendirme imkânı tanıyarak güven duygusunun gelişimine katkıda bulunabilir. Ancak gözetim ve veri toplama uygulamaları, mahremiyetin kaybına ve benlik değersizleşmesine yol açarak bireyin güven duygusunu zayıflatabilir (Kupfer, 1987: 84-85).

Bu araştırmada, küresel determinizm kavramı eevesinde ortaya çıkan bağlam, bilişim teknolojileri sosyolojisi adı altında bir konu alanına işaret etmektedir. Çünkü küreselleşme özellikle bilişim ve iletişim teknolojileri bağlamındaki güncel gelişmelerle düşünüldüğünde birçok politik, sosyal olguyu ters yüz etmektedir. Söz gelimi, bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmelerle yaygınlaşan küreselleşme, ilk ortaya çıktığı dönemde sınırların ortadan kalkması, dünyanın bir köy haline gelmesi ve özgürlüklerin genişlemesi gibi söylemleri gündeme getirmiştir. Bu bakımdan küreselleşme, ulus devletler ve üniter yapılar aleyhine ademi merkezietçi bir yapıyı ön plana çıkardığı için ulusalcı görüşlerin eleştirilerine hedef olmuştur. Ancak günümüzde bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, kullanıcı verilerinin merkezietçi yapılarca depolanmasına yol atığından bu bağlamı dönüştürecek niteliktedir. Dijital teknoloji platformlarının küresel çapta merkezietçi ve tekelci yapısı içinde edilgen bir parça olmak istemeyen ulus devletler, güvenliklerini sağlamak için dijital ve sanal dünyada ademi merkezietçi bilişim teknolojisi altyapılarını kullanmak durumundadır.

Bu araştırmada, teknolojik gelişmelerin etkisiyle yapay zekâ ve kişiselleştirilmiş algoritmaların evrimii süreçlerde güvenlik, özerklik ve mahremiyetle ilgili ortaya çıkardığı sorunlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda, merkezietçi veri depolamaya dayalı teknolojilerin gerek dijital platformlar gerekse dış dünyadaki evrimii süreçler vasıtasıyla yeni bir hegemonya ürettiği sonucuna ulaşılmıştır. Çevrimiçi platformlarda teknolojinin tüketim tercihlerini yönlendirmesiyle başlayan bu süreç, dış dünyada somut ve yaygın etkilere dönüşerek, küresel determinist tüketim sirkülasyonu bağlamında sosyal, ekonomik ve kültürel dinamikleri belirleyen fiziksel bir evrimii olguya işaret etmektedir. Araştırmanın bulguları, teknolojik gelişmelerin etik, sosyal ve hukuki boyutlarının yeniden değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu kapsamda araştırmanın nerileri aşağıdaki paragraflar halinde özetlenmiştir:

Acquisti ve Grossklags'ın (2005: 24-33) araştırmasına göre, bireyler gizliliğe dair yüksek kayėı duymalarına rağmen günlük yaşamda bu kayėıyı davranışlarına yansıtınamaktadır. Karar alma süreçlerinde rasyonellikten saparak basit çözümler tercih etmekte ve gizliliklerinden ödün vermektedirler. Ancak gizlilik politikaları, ticarileştirilmiş yapay zekâ algoritmalarının özerklik ve güvenlik açısından yarattığı sorunları gidermekte yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, sanal dünyada bireylerin mahremiyetini korumaya yönelik daha geniş kapsamlı ve ayrıntılı yasal düzenlemeler hayata geçirilebilir.

Batı merkezli dijital hegemonyaya karşı, yerel teknolojik çözümler geliştirilmelidir. Örneğin, veri depolama ve iletişim için yerel sunucular ve altyapılar oluşturulabilir. Bu tür dijital güvenlik duvarları, özerklik kaybı ve mahremiyetin ihlali gibi sorunlara karşı kullanıcıları korurken, aynı zamanda ulusal siber güvenliğe de katkı sağlayabilir.

2016 yılında kabul edilen Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü, Avrupa dışında da verilerinin korunması, veri taşınabilirliği ve bireylerin talepleri üzerine verilerin silinmesi gibi geniş bireysel haklar ve veri işleyicilere yönelik detaylı düzenlemeler uygulamaktadır (URL-8). Kişisel Verileri Koruma Kurumunun yetkilerinin demokratik toplum düzeni ve insan hakları ile çelişmeyecek ölçülerde Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü'nün koyduğu daha güçlü kural ve yaptırımlar örnek alınarak yeniden düzenlenebilir.

Yine verilerin kontrolünü kullanıcıya bırakan Lens Protocol isimli merkezi olmayan yeni sosyal medya yapıları, Facebook ve Instagram gibi geleneksel sosyal medya platformlarının kısıtlamalarını ve veriyi tekelleştirme eğilimlerini ortadan kaldırarak kullanıcıların dijital ayak izlerini güvenceye almaktadır (URL-9). Bu tür uygulamaların yaygınlaştırılması ve kullanımı, Facebook, Instagram gibi kullanıcıların verilerini platformun sunucularında saklayan merkezîyetçi sosyal medya platformları yerine merkezîyetçi olmayan yapılar, gizlilik, güvenlik, özerklik ve mahremiyet konularında önemli bir alternatif sunabilir.

Aydınlanma değerleri, özerk bir toplumda bireylerin yalnızca kendi çıkardıkları yasalara bağlı olmaları gerektiğini vurgulayarak özerkliğin önemini ortaya koymaktadır (Bunnin ve Yu, 2004: 63). Günümüz demokrasilerinde mahremiyetin, insanların kişisel düşünme ve muhakeme yeteneklerini geliştirme ve kullanma kapasitesini desteklemesi açısından değerli olduğu kabul edilmektedir (Lever, 2015: 164-165). Bu bağlamda, özerkliğin Aydınlanma düşüncesi ve günümüz demokratik toplum yapısındaki önemi, demokratik yapının sağlıklı işleyişi açısından ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar

- Acquisti, A. - Grossklags, J. (2005). Privacy and rationality in individual decision making. *IEEE Security & Privacy*, 3(1), 24-30.
- Adams, S. (2008). Globalization and income inequality: implications for intellectual property rights. *Journal of Policy Modeling*, 30(5), 725-735.
- Alifah, A. (2023). Study of pop culture representation in social media. *Enigma in Cultural*, 1(2), 36-39.
- Audi, R. (1999). *The Cambiridige dictionary of philosophy*. Cambiridge: Cambiridge Univercity Press.
- Bâcce, İ. (2019). *Kitbü'n-nefs*. (çev.: B. Köroğlu), Ankara: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Boyd, D. - Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679.
- Bunnin, N. - Yu, J. (2004). *The blackwell dictionary of western phisophy*. New Jersey: Blackwel Publishing.

- Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. New Jersey: Wiley-Blackwell,
- Cevizci, A. (2005). *Felsefe sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Chen, J. (2000). Globalization and its losers. *Minnesota Journal of International Law*, 9(181), 157-209.
- Cohen, J. E. (2012). *Configuring the networked self: Law, code, and the play of everyday practice*. Yale: Yale University Press.
- Erdoğan, İ. (2004). Popüler kültürün ne olduğu üzerine. *Eğitim Dergisi*, 5(57), 1-18.
- Fralov, I. (1984). *Dictionary of philosophy*. Delhi: Progress Publishers.
- Gal, M. S. - Koren, N. E. (2017). Algorithmic consumers. *Harvard Journal of Law & Technology*, 30(2), 309-353.
- Martindale, A. K. vd. (2019) The roles of social acceptance and sustainable identity on young consumers' aesthetic judgments and behavioral responses towards transformable dress. *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*, 76(1), 1-3.
- McCracken, G. (1986). Culture and Consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of Consumer Research*, (13)1, 71-84.
- Grafanaki, S. (2017). Autonomy challenges in the age of big data. *The Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal*, 27(4), 803-868.
- Hançerlioğlu, O. (2013). *Felsefe ansiklopedisi*. C. 2, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gramsci, A. (2012) *Hapishane defterleri 2*. (çev.: B. Baysal), İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Haykin, S. (2008). *Neural networks and learning machines*. London: Pearson Publishing.
- Heidegger, M. (2021). *Varlık ve zaman*. (çev. K. Öktem), İstanbul: Alfa Yayınları.
- İbni Haldun, (2005). *Mukuddime*. (hızl.: S. Ulubey). İstanbul Dergâh Yayınları.
- Kamii, C. (1984). Autonomy: The aim of education envisioned by piaget. *The Phi Delta Kappan*, 65(6), 410-415.
- Kant, I. (2002). *Ahlak metafiziğinin temellendirilmesi*. (çev.: İ. Kuçuradı), Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Kupfer, J. (1987). Privacy, autonomy and self-concept. *American Philosophical Quarterly*, 24(1), 81-89.
- Lever, A. (2015). Privacy and democracy: What the secret ballot reveals. *Law, Culture and the Humanities*, 11(2), 164-183.
- Morgen, A. (Director). (2015). *The true cost*. [Documentary]. Untold Creative & Life is My Movie Entertainment.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (çev.: O. Akınhay - D. Kömürcü), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mulhall, S. (1998). *Heidegger ve varlık ve zaman*. (çev.: K. Öktem), İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford: Stanford University Press.

- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens Democracy*. Newyork: Crown Publishing Group.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Newyork: The Penguin Press.
- Park, C. W. vd. (2013). The role of brand logos in firm performance. *Journal of Business Research*, 66(2), 180-187.
- Piaget, J. (1966). *The moral judgment of the child*. (Transl. by Marjorie Gabain), New York City: The Free Press Glencoe Illinois.
- Piper, M. (2022). Justifying respect for personal autonomy. *The Routledge Handbook of Autonomy*, (ed.: B. Colburn), 293-302, Oxford: Roudletge.
- Ryan, R. M. (1995). Psychological needs and the facilitation of integrative processes. *Journal of Personality*, 63(3), 397-427.
- Ryan, R. M. - Deci, E. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, Social development and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Spinoza, B. (2023). *Ethica*. (çev.: Ç. Dürüşken), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Swaine, L. (2016). The origins of autonomy. *History of Political Thought*, 37(2), 216-237.
- Tam, K. Y. - Ho, S. Y. (2006). Understanding the impact of web personalization on user information processing and decision outcomes. *MIS Quarterly*, 30(4), 865-890.
- Tepe, M. (2023). *Hegemonik kültürleşme ve reklam İbn Haldun'un umran ilmi perspektifinden bir tartışma*. İstanbul: Kabalcı.
- Toynbee, A. (1978). *Tarih bilinci*. İstanbul: İstanbul: Bates Yayınları.
- Toynbee, A. (1988). *Medeniyet yargılanıyor*. (çev.: U. Uyan), İstanbul: İşaret Yayınları.
- Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe sözlük*. Ankara: Atatürk Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.
- Wallerstein, I. (2005). *Dünya sistemleri analizi*. (çev.: E. Abadanoğlu - N. Ersoy), İstanbul: Aram Yayıncılık.
- Winslade, W. J. (1985). Privacy, confidentiality, and autonomy in psychotherapy. *Nebraska Law Review*, 64(4), 578-636.
- Yüksel, H. (2014). Sermaye-haber ajansları ilişkisinin dönüşümü Reuters örneği. *İlef Journal*, 1(1). 33-56.

Elektronik Kaynaklar

- URL-1 Hern, A. WhatsApp to try again to change privacy policy in mid-May. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/22/whatsapp-to-try-again-to-change-privacy-policy-in-mid-may>. (Erişim: 22 Şubat 2024).
- URL-2, The Newyork Time OpenAI Gives ChatGPT a Better 'Memory'.
<https://www.nytimes.com/2024/02/13/technology/openai-gives-chatgpt-a-better-memory.html#commentsContainer>. (Erişim: 13 Şubat 2024).
- URL-3, TechnoPixel (2023). Apple receives a revolutionary patent for AirPods.
https://www.technopixel.org/apple-receives-a-revolutionary-patent-for-airpods/?fbclid=IwY2xjawHCxxhleHRuA2FlbQlXMAABHZcOd6_Wii7JnbRSZ

hr6Nse22zzluDm7yvPI6LN6tcJsP0sSQIevzRdVhw_aem_wAehGEUGB-sXwn8l4LZFFQ. (Erişim: 13 şubat 2024)

URL-4, Stanford Encyclopedia of Philosophy, (2003). *Autonomy in Moral and Political Philosophy*. <https://plato.stanford.edu/entries/autonomy-moral/>(Erişim: 1 Mart 2024)

URL-5, Statista. *Number of smartphone mobile network subscriptions worldwide from 2016 to 2022, with forecasts from 2023 to 2028*. <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/?fbclid=IwAR06-JMwGN8h6yRiA82VFC5YU-LEIRMLif3ep266ERkYB7aLPFHKqPIHdKc> (Erişim: 19 Temmuz 2023)

URL-6, We Are Social. *The changing world of digital in 2023*. https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/?fbclid=IwAR3ol5ar10Pow4vVas9ap_ptDImlYNGswTuUHxFFotp116xUFQgXDc-Y5g (Erişim: 26 Ocak 2023).

URL-5, European Commission (2016). *Data protection*. https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection_en. (Erişim: 15 Aralık 2024)

URL-7, Reuters, (2023, December, 12). Turkey launches competition probe into. Meta Platforms. <https://www.reuters.com/technology/turkey-launches-competition-probe-into-meta-platforms-2023-12-12/> (Erişim: 9 Aralık 2024)

URL-8, European Commission (2016). *Data protection*. https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection_en. (Erişim: 11 Aralık 2024)

URL-9, Lens. Lens Storage Nodes. <https://www.lens.xyz/news/introducing-the-new-lens#lens-storage-nodes>. (12 Kasım 2024).

Extended Summary

The concept of security is often viewed as a phenomenon within the discipline of international relations. From this perspective, security is not analyzed as a natural instinct, but as a political perception shaped by the interaction between perceived threats and preventive measures. In contrast, this research approaches security within an ontological context, considering it a fundamental and existential instinct in humans. The rationale for examining the relationship between security, privacy, and autonomy within an ontological framework is based on two key points. First, security, privacy, and autonomy are intrinsically interconnected, representing a distinct existential domain unique to humans. Second, privacy functions as a hidden space necessary for the emergence of both security and autonomy, in the human mind and in the external world. Throughout history, techniques developed to meet basic needs have supported human security, privacy, and autonomy. However, today's rapid technological advancements, which have profoundly transformed social, cultural, and economic spheres, present various problems in these areas. This research examines the new forms of hegemony emerging due to technological variables such as online processes, artificial intelligence, and algorithms, within the framework of privacy, autonomy, and security. The primary objective of this research is to explore how technology, particularly artificial intelligence and personalized algorithms, intervenes in individuals' domains of privacy, security, and autonomy. It also analyzes the security issues and hegemonic processes arising from this intervention. The research emphasizes that technology is not merely an economic tool but also a force that penetrates individuals' subjective spaces, directing them toward globally predetermined patterns. While focusing on the effects of technology on

individual privacy and autonomy, the research also discusses how these effects contribute to the formation of global hegemony. The theoretical framework of the research is shaped by Abraham Maslow's theory of human motivation, Piaget's moral development theory, and Ibn Khaldun's perspective on the relationship between the victor and the vanquished. Through this framework, the research explores how technology manipulates individuals and guides mass preferences. The findings reveal that technological tools weaken individuals' autonomy and integrate them into a globally determined order. Particularly, the ability of personalized algorithms to influence consumer behavior forces individuals into specific consumption patterns, making them part of global determinism. In this process, individuals' privacy spaces shrink, and their sense of security falls under the control of technology companies. The concepts of the online phenomenon and social algorithms are employed as key tools to explain the effects of technology on individuals. According to the findings, online platforms and algorithms track individuals' consumption habits and offer new content based on this data. This weakens autonomous decision-making processes and directs individuals toward the predetermined patterns of global determinism. The research highlights that the online phenomenon is not limited to existing within digital spaces but also encompasses a physical process. It integrates individuals into global consumer systems through ties established with global consumption culture, economic relations, and products. The widespread impact of personalized algorithms in the physical world is examined through the concept of social algorithms. The research argues that social algorithms power to shape societal behaviors reinforces global hegemonic processes, leading individuals consciously or unconsciously to conform to specific patterns. The research concludes that technological advancements have caused significant losses in individuals' autonomy and privacy, leading to new security concerns. In particular, the power of personalized algorithms to direct individual preferences restricts free will and fosters global hegemony.

"İyi Yayın Üzerine Kılavuzlar ve Yayın Etiği Komitesi'nin (COPE) Davranış Kuralları" çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir. / The following statements are included within the framework of "Guidelines on Good Publication and the Code of Conduct of the Publication Ethics Committee (COPE)":

İzinler ve Etik Kurul Belgesi/Permissions and Ethics Committee Certificate: Makale konusu ve kapsamı etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir. / *The subject and scope of the article do not require an ethics committee approval.*

Finansman/Funding: Bu makale için herhangi bir kurum ve kuruluştan destek alınmamıştır./*No support was received from any institution or organization for this article.*

Yapay Zekâ Kullanımı/Use of GenAI: Bu makalede yapay zekâdan yararlanılmamıştır./*GenAI was not used in this article.*

Destek ve Teşekkür/Support and Acknowledgment: Destek ve teşekkür beyanı bulunmamaktadır./*There is no statement of support or gratitude.*

Çıkar Çatışması Beyanı/Declaration of Conflicting Interests: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarın potansiyel bir çıkar çatışması yoktur. / *There is no potential conflict of interest for the author regarding the research, authorship or publication of this article.*

Yazarın Notu/Aauthor's Note: Yazarın bir notu yoktur./*There is no author's note.*

Katkı Oranı Beyanı/Author Contributions: Makale tek yazarlıdır. / *The article has a single author.*