

Sosyal Medya Algoritmalarının Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerindeki Etkileri ve Dışlayıcı Pratikler

Mehmet ÖZDEMİR
Ankara Üniversitesi
mehmetozdemir@ankara.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-9213-1926

Hakan ÇEVİK
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
hakancevikankara@gmail.com
ORCID ID: 0009-0005-5859-8388

Araştırma Makalesi	DOI: 10.31592/aeusbed.1653944
Geliş Tarihi: 08.03.2025	Kabul Tarihi: 24.07.2025

Atıf Bilgisi

Özdemir, M. ve Çevik, H. (2024). Sosyal medya algoritmalarının toplumsal cinsiyet temsilleri üzerindeki etkileri ve dışlayıcı pratikler. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 344-358.

ÖZ

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında kullanılan algoritmaların toplumsal cinsiyet temsillerinde eşitsizliklere neden olduğu hipotezine dayanmaktadır. Algoritmaların mevcut cinsiyetçi ön yargıları pekiştirerek kadınların görünürliğini azalttığı ve geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini destekleyen içerikleri öne çıkardığı varsayılmaktadır. Araştırmada, sosyal medya algoritmalarının nasıl işlediği ve içerik önerme sistemlerinin toplumsal cinsiyet eşitliğine etkileri analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında, X platformunda kadınların ve diğer toplumsal cinsiyet kimliklerine sahip bireylerin görünürlüğü üzerine içerik analizleri gerçekleştirilmiştir. Algoritmaların, özellikle kadınların politik söylemlerine yönelik içerikleri daha az görünür hale getirdiği, erkek egemen söylemleri öne çıkardığı ve toplumsal cinsiyet rollerini pekiştiren içerikleri yaygınlaştırdığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, platformların algoritmik süreçlerinin şeffaf olmaması, kullanıcıların içeriklerin nasıl sıralandığını anlamasını zorlaştırmakta ve mevcut eşitsizlikleri daha da derinleştirmektedir. Sonuçlar, sosyal medya algoritmalarının toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama konusundaki yetersizliklerini ve bu eşitsizliği yeniden üretme risklerini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, algoritmaların daha kapsayıcı politikalar çerçevesinde yeniden tasarlanması gerektiği vurgulanmıştır. Çalışma, dijital platformların toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik edecek adımlar atması için öneriler sunarak, algoritmaların teknolojik tarafsızlık mitine eleştirel bir perspektif getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, kadın, algoritma, toplumsal cinsiyet, eşitsizlik.

The Effects of Social Media Algorithms on Gender Representations and Exclusionary Practices

ABSTRACT

This study is based on the hypothesis that algorithms used on social media platforms contribute to gender inequalities in representation. It is assumed that these algorithms reinforce existing gender biases by reducing the visibility of women and promoting content that supports traditional gender roles. The study analyzes how social media algorithms function and how content recommendation systems impact gender equality. Within the scope of the study, content analyses were conducted on platform such as Twitter (X) to examine the visibility of women and individuals with different gender identities. It was observed that algorithms particularly reduce the visibility of content related to women's political discourse, amplify male-dominated narratives, and disseminate content that reinforces traditional gender roles. Additionally, the lack of transparency in the algorithmic processes of these platforms makes it difficult for users to understand how content is ranked, further deepening existing inequalities. The findings reveal the inadequacies of social media algorithms in ensuring gender equality and their potential to reproduce these inequalities. Accordingly, it is emphasized that algorithms should be redesigned within the framework of more inclusive policies. The study presents recommendations for digital platforms to take steps towards promoting gender equality, offering a critical perspective on the myth of technological neutrality in algorithms.

Keywords: Social media, women, algorithm, gender, inequality.

Giriş

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, bireylerin toplumsal cinsiyetlerine dayalı olarak karşı karşıya kaldıkları adaletsizlikleri ve fırsat eşitsizliklerini ifade etmektedir. Bu durum, toplumsal rollerin, beklentilerin ve normların kadınlar ve erkekler arasında belirli ayrımlar yarattığı bir sistemin sonucudur (Connell, 2009). Toplumsal cinsiyet toplumdan topluma ve zaman içerisinde farklılık gösterebilmektedir. Ancak, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, bu rollerin bireyler arasında dengesiz bir şekilde dağıtılmasına ve özellikle kadınların daha dezavantajlı bir konuma itilmesine neden olmaktadır. (Demirgöz Bal, 2016). Kadınların ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda eşit şekilde temsil edilememesi; eğitim, sağlık ve istihdam gibi temel haklara erişimde yaşanan kısıtlamalar ve günlük hayatta maruz kalınan ayrımcılık, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin en görünür sonuçlarındandır (Butler, 1990).

Geleneksel medya, toplumsal cinsiyet rollerini açıkça yansıtarak kadınlık ve erkeklik halleri üzerine bireyleri şekillendirmektedir. Medya içerikleri aracılığıyla bireyler, ideal kadın ve ideal erkek tipleri doğrultusunda kategorize edilmekte, bu kalıpların dışında kalanlar ise ayrımcılıkla karşı karşıya kalmaktadır (Delal ve Abanoz, 2022). Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş, iletişim biçimlerinde köklü değişimlere yol açmış, bireylerin hem içerik üreticisi hem de tüketici olduğu bir ortam yaratmıştır. Bu dönüşüm, medya temsillerinin yalnızca merkezi bir yapıdan değil, kullanıcıların doğrudan katılımıyla şekillenmesine olanak tanımıştır. Ancak, yeni medya platformlarının sağladığı özgürlük ve çeşitlilik imkânlarına rağmen, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kalıpların büyük ölçüde devam ettiği görülmektedir. Geleneksel medyada sıkça karşılaşılan ideal kadın ve erkek temsilleri, sosyal medyada da benzer kodlarla yeniden üretilmektedir. Sosyal medya, bu eşitsizliklerin tespiti ve analizi için yeni bir alan sunmaktadır. Geleneksel medyanın aksine, kullanıcıların içerik üretebildiği ve etkileşimde bulunabildiği sosyal medya platformları, toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl yeniden üretildiği veya sorgulandığına dair ipuçları taşımaktadır (Gill, 2007). Sosyal medya, bireylerin çeşitli sosyal gruplara yönelik temsillerini gözlemek için geniş bir veri havuzu sunmaktadır. Kadınlar, LGBTQ+ bireyler, etnik azınlıklar ve diğer marjinal grupların bu platformlardaki görünürlüğü ve algılanma biçimleri, toplumsal normları anlamak için önemli bir zemindir (Noble, 2018).

Özellikle Instagram, X ve TikTok gibi platformlarda kadınlar üzerine yapılan içerikler, farklı sosyal grupların ve cinsiyet kimliklerinin dijital ortamda nasıl temsil edildiğini analiz etmek için elverişli bir çerçeve sunmaktadır. Örneğin, Instagram'da popülerleşen görsel kültür, kadınların çoğunlukla estetik standartlarla ilişkilendirilmesine neden olurken, Twitter'da kadınların politik söylemlerine karşı sıklıkla cinsiyetçi dil kullanıldığı gözlemlenmiştir (Banet Weiser, 2018). TikTok gibi platformlar ise geleneksel cinsiyet rollerini mizah yoluyla yeniden üreten veya eleştiren içeriklere ev sahipliği yapmaktadır. Bu durum, Latif ve Karkış'ın (2018) sosyal medya reklamları üzerine yaptığı çalışmada da yankı bulmaktadır. Araştırma, özellikle kadınların reklam içeriklerinde geleneksel rollere uygun şekilde temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Kadınlar, sıklıkla ev işleri, güzellik ürünleri ve fiziksel görünümle ilişkilendirilen rollerle öne çıkarılmaktadır. Bu tür temsiller, kadınların sosyal medyadaki algısını şekillendiren ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştiren bir etki yaratmaktadır. Ancak sosyal medya aynı zamanda bu kalıpları sorgulamak için bir alan da sunar ve kullanıcılar, bu temsilleri eleştiren veya alternatif bakış açıları sunan içerikler üretme fırsatına sahiptir (Latif ve Karkış, 2018). Bu bağlamda, TikTok gibi mizah ve eleştiriye harmanlayan platformlar, cinsiyet rollerine dair dönüşüm fırsatları yaratırken; Instagram ve X gibi platformlar çoğunlukla geleneksel cinsiyet kodlarının hakimiyetini sürdürmektedir. Böylece, dijital medya hem eşitsizliklerin yeniden üretildiği hem de dönüştürülmeye çalışıldığı bir alan olarak çelişkili bir rol üstlenmektedir. Sosyal medyanın bu ikili etkisi, toplumsal normların dijital dünyadaki yansımalarını anlamak için önemli bir tartışma zeminidir.

Ancak bu platformların algoritmik yapısı, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin hem tespitini hem de yeniden üretimini etkileyen kritik bir unsurdur. Algoritmalar, çoğunlukla etkileşim oranlarına dayalı olarak içerik sıralaması yaparken, popüler kültürdeki cinsiyetçi eğilimlerin daha görünür hale gelmesine neden olabilmektedir (Eubanks, 2018). Bu çalışma, sosyal medyanın toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini nasıl yansıttığını ve bu eşitsizliklerin platformların algoritmik mekanizmaları aracılığıyla yeniden nasıl üretildiğini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Bu doğrultuda çalışmada şu sorulara cevap aranmıştır.

- 1.Sosyal medya algoritmaları, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden nasıl üretiyor veya güçlendiriyor?
- 2.Farklı sosyal medya platformlarında (Instagram, X, TikTok vb.) kadınların ve erkeklerin temsili arasında hangi farklılıklar bulunmaktadır?
- 3.Kullanıcıların sosyal medya üzerindeki etkileşimleri, toplumsal cinsiyet kalıplarını nasıl pekiştiriyor veya zayıflatıyor?
- 4.Sosyal medya platformları, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinde nasıl bir rol oynuyor?
- 5.Toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltmak için sosyal medya platformlarında ve algoritmalarda neler yapılabilir?

Yöntem

Bu çalışma, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin özellikle Instagram, X ve TikTok platformlarında nasıl yansıtıldığını ve yeniden üretildiğini betimsel analiz yöntemiyle incelemiştir.

Araştırma Modeli

Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Betimsel analiz, özellikle sosyal medya gibi dinamik ve karmaşık yapıya sahip ortamlarda, toplumsal yapıların sistemli bir şekilde incelenmesine olanak tanımaktadır. Bu çalışmada, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin dijital platformlarda (özellikle X) nasıl yansıtıldığı ve yeniden üretildiği, bu yöntemin sunduğu kavramsal çerçeve doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Ocak 2025 – Şubat 2025 tarihleri arasında X platformunda toplumsal cinsiyet temalı içerikleri üreten ve/veya bu içeriklere yorum yapan kullanıcılar oluşturmaktadır. Seçim, amaçlı örnekleme yöntemiyle yapılmış; kadın hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği, feminizm ve benzeri etiketler (hashtag'ler) üzerinden yoğun etkileşim alan paylaşımlar analiz kapsamına alınmıştır. Ayrıca, özellikle X platformunda kadın kullanıcıların politik paylaşımlarına gelen tepkiler ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veriler, nitel veri toplama araçları olan doküman incelemesi ve dijital içerik analizi yoluyla toplanmıştır. X platformunda belirli anahtar kelimeler ve etiketler kullanılarak yapılan taramalarda, hem içerik üreticilerinin gönderileri hem de bu gönderilere gelen yorumlar analiz edilmiştir. Hashtag kullanımı, viral içerikler, kullanıcı etkileşimleri ve algoritmik sıralamalar çalışma kapsamına dâhil edilmiştir. Platformların algoritmik yapısı ve kullanıcı davranışları da ikincil kaynaklar (Banet-Weiser, 2018; Eubanks, 2018) aracılığıyla desteklenerek değerlendirilmiştir.

X'in algoritmik yapısı da bu eşitsizliklerin yeniden üretiminde kritik bir rol oynamaktadır. Algoritmalar, etkileşim oranlarına dayalı içerik sıralaması yaparken, popüler cinsiyetçi söylemleri daha görünür kılabilmektedir (Eubanks, 2018). Bu durum, eşitsizliklerin fark edilmesini sağladığı kadar, bu söylemlerin daha geniş kitlelere ulaşarak normalleşmesine de neden olmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma, X'in toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin dijital ortamda nasıl yansıttığını ve bu eşitsizliklerin hem görünür kılınmasında hem de pekiştirilmesinde nasıl bir rol oynadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Betimsel analiz yöntemiyle yapılan bu inceleme, platformun toplumsal normlar üzerindeki ikili etkisini daha iyi anlamaya katkı sağlamaktadır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışma, yalnızca X (eski adıyla Twitter) platformunu örneklem olarak, Ocak 2025 – Şubat 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen içerikler üzerinden yürütülmüştür. Çalışma kapsamında diğer sosyal medya platformlarına ve farklı zaman dilimlerine yer verilmemiştir. Ayrıca araştırma, belirlenen tarih aralığında platformda öne çıkan içeriklerin betimsel analizi ile sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda elde edilen bulgular, yalnızca ilgili platformun algoritmik yapısı ve belirtilen tarih aralığındaki içerik dinamikleri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Araştırma Etiği

Çalışmanın yöntemi gereğince etik kurul raporuna ihtiyaç duyulmamıştır.

Bulgular

Algoritmalar, sosyal medya platformlarının temel yapı taşlarındandır. Kullanıcıların etkileşimlerine dayanarak içerik önerileri sunan algoritmalar, platformların kullanıcıları daha fazla meşgul etmesini sağlamaktadır. Ancak, bu süreçte algoritmaların toplumsal ön yargıları yansıtmaya ve pekiştirme eğilimi bulunmaktadır. Örneğin, algoritmalar kadınların ürettiği içeriklerin görünürlüğünü azaltabilir veya nefret söylemi ve siber zorbalığın yayılmasını kolaylaştırabilir. Bu da özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesi veren bireyler üzerinde ciddi bir baskı oluşturmaktadır.

Algoritmaların tasarımındaki şeffaflık eksikliği, kullanıcıların hangi içeriklerin neden öne çıktığını anlamalarını engellemektedir. Ayrıca, ayrımcı içeriklerin yayılması, dijital platformların kadın kullanıcılar için güvenli bir alan olmaktan uzaklaşmasına neden olmaktadır.

Sosyal medya platformları, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinde hem önemli fırsatlar hem de çeşitli yapısal zorluklar barındırmaktadır. Bu platformların algoritmik yapıları, toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyecek biçimde yeniden yapılandırılmadığı sürece, mevcut eşitsizliklerin dijital ortamda yeniden üretilmesi olasılığı artmaktadır. Algoritmaların şeffaflığı bu bağlamda kritik bir önem taşımaktadır; kullanıcıların içeriklerin hangi kriterlere göre öne çıkarıldığını anlamaları, dijital medya okuryazarlığını güçlendirmenin yanı sıra platformların hesap verebilirliğini de artıracaktır. Ayrıca algoritmaların, toplumsal çeşitliliği ve kapsayıcılığı gözeterek yeniden tasarlanması gerekmektedir. Bu kapsamda, yalnızca geleneksel olarak öne çıkan profiller değil, görünürlüğü görece düşük olan toplumsal grupların—kadınlar, bireyler, etnik azınlıklar gibi—dijital alandaki temsillerine de alan açılmalıdır. Bu bağlamda “marjinal gruplar” ifadesi, çoğunluk söyleminin dışında kalan, medyada yapısal olarak daha az temsil edilen toplumsal kesimleri ifade etmektedir. Her ne kadar bazı marjinal aktörler dijital ortamda yüksek takipçi sayılarına ulaşabilse de bu durumun yaygın ve sürdürülebilir olduğu genellenemez; algoritmik tercihler, bu tür temsillerin sistematik olarak görünür kılınmasını çoğu zaman engellemektedir. Dolayısıyla, ayrımcı içeriklerin yayılmasını önleyici önlemler alınmalı ve algoritmalar bu tür içeriklere karşı daha duyarlı hale getirilmelidir. Ayrıca, kullanıcıların dijital ortamdaki eleştirel farkındalığını artırmak amacıyla dijital okuryazarlık eğitimlerine önem verilmeli ve platformların toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesine uygun hareket etmesini sağlayacak yasal ve etik düzenlemeler geliştirilmelidir.

Bu çalışma, sosyal medya algoritmalarının toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerindeki etkilerini analiz ederek, bu eşitsizliklerin dijital dünyadaki yansımalarını değerlendirmiştir. Algoritmaların, toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üreten bir mekanizma olarak işlev gördüğü, ancak aynı zamanda bu rollerin dönüşümü için de bir fırsat sunduğu görülmüştür.

Dijital medya platformlarının toplumsal cinsiyet eşitliği açısından yeniden yapılandırılması, daha adil ve kapsayıcı bir dijital ekosistemin oluşturulması için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, sosyal medya şirketlerinin, politika yapımcıların ve sivil toplum örgütlerinin iş birliği içinde hareket etmesi gerekmektedir.

Sosyal medya algoritmalarının toplumsal cinsiyet eşitliği üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri dönüştürmek, yalnızca dijital platformların değil, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinin de geleceği açısından önemli bir başlangıç noktasıdır. Bu konuda daha geniş kapsamlı araştırmalar ve çok yönlü yaklaşımlar, dijital ortamların eşitlikçi bir şekilde yeniden yapılandırılmasına katkıda bulunacaktır.

Algoritma Nedir?

Algoritmalar, bir problemi çözmek veya belirli bir işi gerçekleştirmek için izlenen, sıralı adımlar dizisidir. Her adım, bir işlem veya karar aşamasını içerir ve algoritmanın sonunda hedeflenen sonuca ulaşılır. Bilgisayar bilimi ve mühendislik gibi birçok disiplinde yaygın olarak kullanılan algoritmalar, özellikle sosyal medya ve dijital platformlarda kullanıcılara kişiselleştirilmiş içerik sunmak için önemli bir rol oynar. Sosyal medya algoritmaları, kullanıcıların önceki etkileşimlerine ve tercih ettikleri içerik türlerine dayanarak öneriler sunmaktadır.

Sosyal medya uygulamaları algoritmalara ihtiyaç duymaktadır. Çünkü bu algoritmalar kullanıcı etkileşimlerini analiz ederek kişiselleştirilmiş içerik önerileri sunmaktadır. Bu sayede, her bir kullanıcıya en ilgi çekici içerikler gösterilerek, kullanıcıların platformda daha fazla zaman geçirmesi sağlanmaktadır (Kıran, Küçükboğancı ve Emre, 2020). Algoritmalar, her kullanıcıya özgü bir deneyim sunmak için, kullanıcının geçmişteki etkileşimleri, beğenileri ve takip ettiği içeriklere göre önerilerde bulunmaktadır (Özel ve Özay, 2021).

Sosyal medya algoritmalarının işlevi, yalnızca içerik önerileri sunmakla sınırlı değildir. Ayrıca, platformlardaki içerik üreticilerinin görünürlüğünü artıran önemli bir araçtır. Örneğin, YouTube ve Instagram gibi platformlar, popüler içerikleri algoritmalar yardımıyla daha geniş kitlelere ulaştırmakta, böylece içerik üreticilerinin etkileşim oranları artmakta ve platformların ekonomik modelinin sürdürülmesine katkı sağlamaktadır (Öztürk, 2024). Ancak algoritmaların işleyişinde zaman zaman toplumsal cinsiyet, ırk ve diğer ön yargıların etkili olduğu da gözlemlenmektedir. Bu durum, bazı içerik türlerinin ya da sosyal grupların daha az görünür olmasına yol açabilmekte ve eşitsizliği pekiştirmektedir (Demir, 2020). Bununla birlikte, algoritmaların tasarımındaki şeffaflık eksiklikleri ve içeriklerin nasıl filtrelendiği üzerine yapılan tartışmalar giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Karakoç Keskin, 2024).

Toplumsal Cinsiyetin Algoritmalar Üzerinden Yeniden Üretilmesi

Dijital platformlar; politik, ekonomik, sosyal ve kültürel alanlar başta olmak üzere birçok alanda yaşam pratiklerini ve bilgi paylaşımını dönüştürerek kamusal alanda yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkarmıştır (Yıldız, 2025). Sosyal medya platformları, kadınları genellikle pasif, güzellik odaklı, duygusal ya da zarif temalarla ilişkilendirirken, erkekleri ise güç, liderlik ve başarıyla özdeşleştirmektedir. Algoritmaların bu şekilde "cinsiyetçi" içerikleri beslediğini ve kadınları daha az etkin olarak temsil ettiğini görülmektedir.

Noble (2018) ise algoritmaların ırkçılık ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri üzerine nasıl çalıştığını derinlemesine incelemiştir. Özellikle Google gibi arama motorlarının içerik öneri sistemlerinde, kadınlara yönelik ayrımcılığın ve negatif stereotiplerin güçlendirildiğini ortaya koymuştur. Örneğin, kadınları sıkça cinsellik ya da güzellik gibi yüzeysel konularda temsil eden içeriklerin algoritmalar tarafından daha fazla öne çıkarıldığını gözlemlenmiştir. Bu durum, kadınların dijital platformlardaki varlıklarını daha da kısıtlamakta ve toplumsal olarak kabul edilen rollerine uygun şekilde sınırlandırılmaktadır.

Cinsiyetçi İçerik ve Algoritmaların Yararları ve Zararları

Sosyal medya algoritmaları, toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirmekle kalmaz, aynı zamanda bu içeriklerin hızla yayılmasını sağlamaktadır (Banet -Weiser, 2018). Dijital platformların popüler kültürle ilişkisinin kadınları daha fazla pasif ve cinsel objeler olarak sunma eğiliminde olduğunu belirtmektedir.

Kadınlar genellikle "güzel" ve "zarif" olarak tanımlanırken, erkekler liderlik ve başarıyla tanımlanmaktadır. Algoritmalar, kullanıcıları bu tür içeriklere yönlendirerek, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini dijital medyada da güçlendirmektedir.

Sosyal medya algoritmaları, içerik önerilerinin yanı sıra toplumsal cinsiyetin yeniden üretilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Çifci ve Basfirinci, 2020). Özellikle kadınların estetik, güzellik, ya da pasifleşme temalarına hapsolmuş içeriklere daha fazla yönlendirilmesi, dijital ortamda onların daha az görünür olmasına ve toplumsal normların daha da pekiştirilmesine yol açmaktadır.

Yararları açısından değerlendirildiğinde, algoritmalar, toplumsal cinsiyet eşitliğini savunan içeriklerin geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanıyabilmektedir. Özellikle toplumsal farkındalık kampanyaları, hashtag hareketleri ve eşitlik odaklı dijital aktivizm örnekleri, algoritmalar aracılığıyla görünürlük kazanarak kamuoyunun ilgisini çekebilmekte, bu sayede dijital alanda toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik bilinç artışı sağlanabilmektedir. Ayrıca, algoritmaların kullanıcılara ilgilerine göre önerilerde bulunması, belli konulara duyarlı bireylerin eşitlikçi içeriklerle daha sık karşılaşmasına da zemin hazırlayabilmektedir.

Veri ve Algoritmaların Etkisi

Veri analitiği ve algoritmalar, dijital platformların kullanıcı deneyimini kişiselleştirmek için temel araçlar arasında yer almaktadır. Sosyal medya platformlarında kullanılan algoritmalar, kullanıcıların geçmiş etkileşimlerini analiz ederek bireyselleştirilmiş içerik önerileri sunma amacı taşımaktadır. Ancak bu süreç, toplumsal cinsiyet normlarını yeniden üretebilme potansiyeli taşımaktadır. Araştırmalar, kadın kullanıcıları genellikle cinsiyetlerine atfedilen toplumsal rolleri destekleyen içeriklerin önerildiğini göstermektedir. Bu içerikler çoğunlukla güzellik, estetik, moda gibi alanlara odaklanmakta, böylece kadınların dijital platformlarda kendilerini ifade etme biçimlerini dar bir çerçevede şekillendirmektedir (Duman, 2022). Buna karşılık, erkek kullanıcılar liderlik, başarı, güç ve profesyonel yetkinlik gibi temalara odaklanan daha çeşitli içeriklerle karşılaşmaktadır. Bu durum, yalnızca bireysel kullanıcı deneyimini değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini pekiştiren bir dijital ekosistemin oluşumunu da beraberinde getirmektedir. Algoritmaların bu türden ayrımcı sonuçlar üretmesi, veri setlerinin taraflılık içerme potansiyeline işaret etmektedir. Özellikle, veri toplama ve işleme süreçlerindeki yanlılıklar, kadınlara ve erkeklere atfedilen geleneksel toplumsal rolleri yeniden üreten bir dijital ortam yaratmaktadır. Bu bağlamda, algoritmik süreçlerin toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyecek şekilde tasarlanması, dijital platformlarda daha kapsayıcı bir ifade alanının oluşması için kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

X (Twitter) Örneği

Sosyal medya platformları, özellikle X, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten ve pekiştiren dijital mekanizmalar barındırmaktadır. Platformun algoritmik yapıları ve kullanıcı davranışları, kadınlara yönelik ayrımcı ve dışlayıcı pratiklerin yaygınlaşmasına olanak tanıyabilmektedir. Örneğin, kadın kullanıcılar platformda sıklıkla cinsel taciz, aşağılama ve tehdit içerikli mesajlara maruz kalmaktadır. Özellikle feminist içerikler paylaşan kadınlar, nefret söylemiyle karşılaşmakta ve bu tür saldırılar bazen koordineli bir şekilde organize edilmektedir. Örneğin, kadın hakları savunucusu bir kullanıcının "eşit ücret" talebiyle yaptığı bir paylaşım, destekleyici etkileşimlerin yanı sıra cinsiyetçi söylemler ve aşağılayıcı yorumlarla karşılaşabilmektedir (Duran Okur, 2025).

Algoritmaların bu süreçteki rolü oldukça kritiktir. X'in içerik önerme ve görünürlük algoritmaları, etkileşim oranlarına dayalı olarak çalıştığı için, provokatif ve tartışmalı içerikleri daha görünür hale getirme eğilimindedir. Örneğin, cinsiyetçi bir karikatür paylaşımı hızla viral olurken, aynı dönemde kadın haklarına dair bilinçlendirme odaklı bir paylaşım nispeten daha az kişiye ulaşabilmektedir. Bu durum, yalnızca bireysel kullanıcı deneyimlerini değil, aynı zamanda toplumsal algıları şekillendiren bir dengesizliği ortaya koymaktadır.

Bir diğer örnek, kadın gazetecilere yönelik tehdit içerikli kampanyalardır. Örneğin, kadın gazetecilerden biri, cinsiyetçi bir yaklaşımla hedef alınarak "susturulması" gerektiği yönünde organize bir saldırıya maruz kalmış, tehditler sonucunda hesabını kapatmak zorunda kalmıştır. Buna karşılık, erkek gazetecilerin daha az benzer saldırılara uğradığı gözlemlenmektedir.

Ayrıca, kadınların sosyal medyada kullandığı dil ve imajlara yönelik beklentiler de toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştiren unsurlar arasında yer almaktadır. Algoritmalar, kadınların belirli görsel standartlara uyan, estetik odaklı fotoğraflarını daha çok öne çıkarırken; liderlik, bilim ya da politika gibi alanlarda kadınların sesini duyurmaya çalışan içeriklere daha az öncelik vermektedir. Örneğin, bilim kadınları tarafından yapılan bir paylaşım, aynı alandaki bir erkek kullanıcıya kıyasla daha az etkileşim alabilmekte ve daha az yayılabilmektedir.

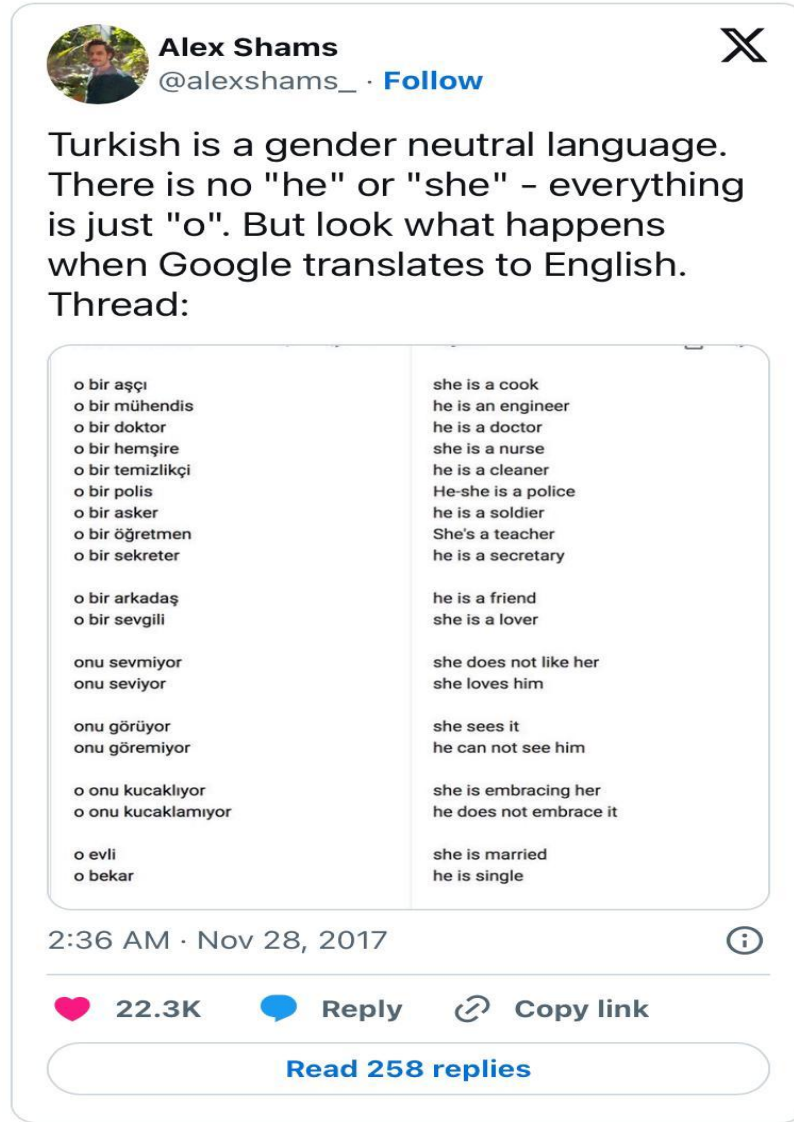
Bu tür mekanizmalar, kadın kullanıcıların platform üzerindeki varlığını ve etki alanını daraltarak dijital alanlarda toplumsal cinsiyet eşitliğini zayıflatmaktadır. X gibi platformların daha kapsayıcı bir deneyim sunabilmesi için algoritmik süreçlerin eşitlikçi bir yaklaşımla yeniden tasarlanması, nefret söylemi ve taciz içeriklerine karşı daha etkin politikalar geliştirilmesi gerekmektedir (Noble, 2018). Bu yönde atılacak adımlar, dijital ekosistemin adalet ve eşitlik temelinde yeniden yapılandırılmasını sağlayabilir.

Dilin Sosyal Medyadaki Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğine Etkisi

Dil, toplumsal normları yeniden üretme ve güçlendirme kapasitesine sahip en önemli araçlardan biridir. Sosyal medya platformları, bireylerin düşüncelerini ifade ettiği ve toplumsal meseleleri tartıştığı dijital kamusal alanlar olarak dilin bu gücünü yoğun biçimde yansıtmaktadır. Ancak bu platformlarda kullanılan dil, çoğu zaman toplumsal cinsiyet eşitsizliğini pekiştirici bir rol oynamaktadır. Özellikle cinsiyetçi söylemler, kadınların sosyal medyadaki temsillerini sınırlamakta ve dijital platformlarda eşitlikçi bir ortamın oluşmasını engellemektedir.

Sosyal medya platformlarında kadınlara yönelik kullanılan dil, sıklıkla ayrımcı ve aşağılayıcı bir ton içermektedir. Örneğin, kadın politikacıların sosyal medyadaki varlığı incelendiğinde, erkek meslektaşlarına kıyasla daha fazla cinsiyetçi saldırıya maruz kaldıkları gözlemlenmektedir. Kadın politikacılar hakkında yapılan paylaşımlar, genellikle fiziksel görünimleri ya da "kadınlık" rolleri üzerinden eleştirilirken, erkek politikacılar güç, liderlik ve başarı bağlamında değerlendirilir. Bu durum, kadınların siyasi alandaki temsiliyi olumsuz yönde etkileyerek toplumsal cinsiyet eşitliğini zayıflatmaktadır.

Örneğin Chicago Üniversitesinde antropoloji doktorası yapan İran kökenli Amerikalı Alex Shams, 103 dile hakim "Google Translate"’in Türkçe’den İngilizce’ye çeviri yaparken olumlu özelliklerle toplumun gözünde daha yüksek meslekleri erkeklere biçtiği farkedilmiştir (Karasu, 2019).



Görsel 1. Google Translate'in Türkçe'den İngilizce'ye Çevirisi

Cinsiyetçi dil kullanımının en yaygın örnekleri arasında kadınları küçümseyen veya nesneleştiren ifadeler, erkeklerin üstünlüğünü vurgulayan söylemler ve mesleklerin cinsiyete göre ayrıştırılması yer almaktadır. Sosyal medya, anonimlik ve anlık iletişim imkânı sayesinde bu tür cinsiyetçi söylemlerin daha rahat bir şekilde kullanılmasına olanak tanır. Siber zorbalık, cinsel taciz ve nefret söylemi gibi olumsuz davranışlar, sosyal medyada sıklıkla kadınlara yönelik olarak gerçekleştirilmekte ve cinsiyetçi dilin önemli bir aracı olarak kullanılmaktadır.

Sosyal medya algoritmaları da cinsiyetçi içeriklerin yayılmasına katkıda bulunabilmektedir. Bu algoritmalar, kullanıcıların ilgi alanlarına göre içerik önererek, belirli bir cinsiyet veya kimliğe yönelik ön yargıları pekiştirebilmektedir. Örneğin, bir kadın kullanıcı, çoğunlukla güzellik ve moda içerikleriyle karşılaşır, bu durum onun kendi değerini sadece fiziksel görünüşüne bağlamasına neden olabilmektedir.

Bunun yanı sıra, kadın haklarına yönelik kampanyalar ve paylaşımlar da dilin ayrımcı kullanımına örnek teşkil etmektedir. Örneğin, #MeToo hareketi kapsamında yapılan paylaşımlar, kadınların yaşadığı taciz ve şiddeti görünür kılmayı amaçlarken; bu tür paylaşımların altında sıklıkla kadınları suçlayıcı ve itibarsızlaştırıcı yorumlar da yer almaktadır. "Neden şimdi konuşuyor?", "Aslında

suçlu kendisi" gibi söylemler, cinsiyetçi ön yargıların dil yoluyla nasıl yeniden üretildiğini açıkça göstermektedir.

Sosyal medya algoritmalarının dil üzerindeki etkisi de bu eşitsizliği derinleştiren önemli bir faktördür. Algoritmalar, daha fazla etkileşim alan içeriklere öncelik tanıyarak tartışmalı ve cinsiyetçi söylemlerin görünürlüğünü artırabilmektedir. Örneğin, kadın haklarına ilişkin olumlu bir paylaşımın aldığı etkileşim, cinsiyetçi bir söylemin viral hale gelmesine engel olamayabilir. Böylelikle, ayrımcı dil platformlarda daha fazla yayılma imkânı bulmaktadır.

Ayrıca, sosyal medya dilinin toplumsal cinsiyet eşitsizliğine etkisi, yalnızca açık ayrımcılıkla sınırlı değildir. Dilin örtük şekilde cinsiyetçi kullanımı da eşitsizlikleri yeniden üretmektedir. Örneğin, liderlik veya güç gibi pozitif kavramların erkeklerle ilişkilendirildiği ve duygusallık ya da hassasiyet gibi kavramların kadınlarla özdeşleştirildiği söylemler, dilin güç asimetrisini görünmez kılan bir boyutunu ortaya koymaktadır. Bu durum, kadınların dijital platformlarda kendilerini ifade ederken daha fazla çaba sarf etmelerine ve belirli stereotiplere karşı mücadele etmelerine yol açmaktadır.

Ancak sosyal medya, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinde de önemli bir araçtır. Feminist hareketler, sosyal medyayı cinsiyetçi söylemlere karşı seslerini duyurmak ve farkındalık yaratmak için kullanmaktadır. Kadınların yaşadığı sorunları görünür kılan kampanyalar, cinsiyetçi reklamlara karşı tepkiler ve eşitlikçi bir dilin kullanılması için yapılan çağrılar, sosyal medyada sıkça karşımıza çıkan örneklerdir.

Sonuç olarak, dilin sosyal medyada toplumsal cinsiyet eşitsizliğine olan etkisi oldukça karmaşıktır. Hem eşitsizliği pekiştirici hem de dönüştürücü bir güç olarak işlev görebilir. Bu nedenle, sosyal medya platformlarının cinsiyetçi içeriklere karşı daha etkin bir şekilde mücadele etmesi, kullanıcıların bilinçlendirilmesi ve eşitlikçi bir dilin yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır.

Kullanıcı Etkileşimlerinin Rolü

Sosyal medya platformlarında kullanıcıların etkileşimde bulunduğu içerikler, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin pekişmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Kullanıcı davranışlarına dayalı olarak çalışan algoritmalar, etkileşim oranlarına göre içeriklerin görünürlüğünü artırmakta ya da azaltmaktadır. Bu bağlamda, cinsiyetçi veya ayrımcı içeriklere yönelik yüksek etkileşimler, bu içeriklerin platformda daha geniş kitlelere ulaşmasına ve normalleşmesine yol açabilmektedir. Bu durum, yalnızca bireysel kullanıcı alışkanlıklarının bir yansıması değil, aynı zamanda dijital ekosistemin toplumsal eşitsizlikleri yeniden üretmesine olanak sağlayan bir döngü yaratmaktadır (Karya, 2023).

Cinsiyetçi içeriklerin viral hale gelmesi, sosyal medyada ayrımcı söylemlerin yaygınlaşmasını ve meşrulaşmasını hızlandırmaktadır. Örneğin, kadınları aşağılayan veya cinsiyet rollerini daraltıcı şekilde yeniden tanımlayan bir video, geniş çaplı beğeni, paylaşım ve yorum aldığında, bu içeriğin algoritmalar tarafından daha fazla kullanıcıya önerilme olasılığı artmaktadır. Böylelikle, cinsiyetçi söylemler yalnızca belirli bir kullanıcı kitlesiyle sınırlı kalmamakta, daha geniş bir görünürlük kazanarak dijital alandaki toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini derinleştirmektedir (Tüfekci, 2014).

Algoritmaların bu dinamikteki rolü, özellikle kullanıcı alışkanlıklarına dayalı içerik önerileriyle ilişkilidir. Algoritmalar, kullanıcıların geçmiş etkileşimlerini analiz ederek onlara benzer içerikler sunma eğilimindedir. Örneğin, cinsiyetçi bir mizah videosunu beğenen bir kullanıcıya, benzer içeriklerin önerilmesi, bu tür içeriklerin görünürlüğünü artırmakla kalmaz; aynı zamanda kullanıcının bu içeriklere olan maruziyetini artırarak ayrımcı söylemleri içselleştirmesine katkıda bulunabilir. Bu durum, toplumsal normları dijital alanlarda yeniden üretmenin ötesine geçerek, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin dijital platformlar aracılığıyla daha da kurumsallaşmasına neden olmaktadır.

Ayrıca, bu etkileşim dinamikleri yalnızca bireysel kullanıcıların davranışlarıyla sınırlı değildir; dijital toplulukların kültürlerini ve normlarını da şekillendirmektedir. Örneğin, kadınların güçlenmesini teşvik eden bir içerik, cinsiyetçi bir söyleme kıyasla daha az etkileşim aldığında, bu durum, eşitlikçi

mesajların görünürlüğünü azaltmakta ve bu içeriklerin platformda yeterince yayılmasını engellemektedir. Bu süreç, dijital alanlarda marjinalleştirilmiş grupların seslerini duyurma kapasitesini sınırlandırırken, ayrımcı ve cinsiyetçi içeriklerin daha fazla görünürlük kazanmasına olanak tanımaktadır.

Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının algoritmik tasarımlarının eşitlikçi bir yaklaşımla gözden geçirilmesi gerekmektedir. Cinsiyetçi ve ayrımcı içeriklerin yayılmasını engelleyecek düzenlemelerin geliştirilmesi ve kullanıcıların dijital okuryazarlık becerilerinin artırılması, bu tür içeriklere yönelik yüksek etkileşimlerin olumsuz sonuçlarını minimize etmenin yolları arasında yer almaktadır. Dijital platformların yalnızca bireysel değil, toplumsal sorumluluk taşıyan alanlar olarak ele alınması, bu eşitsizliklerin üstesinden gelmek için kritik bir adım olacaktır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında kullanılan algoritmaların toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerindeki etkilerini çok yönlü bir şekilde incelemiştir. Dijital ortamların günlük yaşam üzerindeki artan etkisi göz önüne alındığında, bu platformlarda kullanılan algoritmaların, bireylerin deneyimlerini şekillendiren ve toplumsal yapı üzerinde güçlü bir etki yaratan önemli araçlar haline geldiği görülmektedir. Çalışmanın sonuçları, algoritmaların mevcut toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini sadece yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda bu eşitsizlikleri pekiştirdiğini ve derinleştirdiğini göstermektedir.

Algoritmaların kişiselleştirme süreçleri, kullanıcıların geçmiş etkileşimlerine ve tercihlerine dayalı olarak içerik önerileri sunmayı hedeflese de bu süreç, toplumsal cinsiyet ön yargılarının dijital ortamda yeniden üretilmesine yol açmaktadır. Örneğin, kadınlara sunulan içeriklerin sıklıkla fiziksel görünüm, ev işleri ve ilişkiler gibi geleneksel toplumsal rollerle sınırlı olduğu, erkeklere sunulan içeriklerin ise liderlik, güç ve başarı temaları etrafında yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bu durum, toplumsal cinsiyet rollerinin güçlenmesine ve bireylerin algılarının daralmasına neden olmaktadır.

Kadınların sosyal medyada ürettikleri içeriklerin görünürlük düzeylerinin erkek kullanıcılarla kıyaslandığında düşük olması, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini artıran bir başka önemli bulgudur. Bilim, teknoloji, politika ve sanat gibi erkek egemen alanlarda kadınların başarılarını konu alan içeriklerin algoritmik süreçler nedeniyle geri planda kalması, bu alanlardaki cinsiyet eşitliği mücadelelerini zayıflatmaktadır. Bununla birlikte, kadınların sosyal medyada karşılaştıkları nefret söylemi ve siber zorbalık, özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesi veren bireyler üzerinde ciddi bir baskı oluşturmaktadır. Algoritmaların bu tür ayrımcı ve düşmanca içeriklerin yayılmasını kolaylaştırması, dijital platformların kadın kullanıcılar açısından güvenli bir alan olmaktan uzaklaşmasına yol açmaktadır.

Çalışma, algoritmaların cinsiyetçi kalıp yargılarını destekleme mekanizmalarını detaylandırmanın yanı sıra bu süreçlerin toplumsal etkilerini de değerlendirmiştir. Sosyal medya platformlarının algoritmik yapılarının, yalnızca bireylerin içerik tüketim alışkanlıklarını şekillendirmekle kalmayıp, aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri ve normları üzerindeki dönüştürücü etkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinde hem bir araç hem de bir engel olabileceği açıktır.

Sonuçlar, toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik etmek amacıyla algoritmaların yeniden tasarlanması gerektiğine işaret etmektedir. Öncelikle, sosyal medya platformlarının algoritmalarını daha şeffaf hale getirmesi bir gerekliliktir. Kullanıcıların hangi içeriklerin neden öne çıktığını ve hangi kriterlere göre geri plana atıldığını anlamalarını sağlayacak mekanizmalar geliştirilmelidir. Algoritmalar, toplumsal çeşitliliği ve kapsayıcılığı göz önünde bulundurarak yeniden yapılandırılmalı, özellikle kadınların görünürlüğünü artırmaya yönelik düzenlemeler içermelidir.

Ayrıca, nefret söylemi ve siber zorbalıkla daha etkin mücadele edilmesi gerektiği açıktır. Platformlar, bu tür ayrımcı davranışları önlemek için algoritmalarını daha duyarlı hale getirmeli ve

kullanıcıları bu konularda bilinçlendirmelidir. Bu bağlamda, kullanıcıların dijital okuryazarlık becerilerini geliştirecek eğitim programları ve farkındalık kampanyaları düzenlenmesi önemlidir.

Bir diğer kritik adım, sosyal medya platformlarının toplumsal cinsiyet eşitliği ilkesine uygun hareket etmesini teşvik eden yasal düzenlemelerin oluşturulmasıdır. Bu düzenlemeler, platformların sorumluluklarını artırmakla kalmayacak, aynı zamanda dijital ekosistemin daha adil ve kapsayıcı hale gelmesine katkıda bulunacaktır.

Sonuç olarak, sosyal medya algoritmalarının toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerindeki etkilerinin ele alınması, yalnızca dijital platformların değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinin de geleceği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışma, sosyal medya algoritmalarının cinsiyetçi etkilerini anlamak ve bu etkileri dönüştürmek adına önemli bir başlangıç niteliğindedir. Sosyal medya şirketlerinin, politika yapımcıların ve sivil toplum örgütlerinin bu konuya daha fazla dikkat göstermesi gerektiği açıktır. Bu bağlamda, daha geniş kapsamlı araştırmalar ve çok yönlü yaklaşımlar, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından dijital alanın yeniden yapılandırılmasına yönelik önemli bir fırsat sunmaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı

İki yazarlı olan bu çalışmada her bir yazarın çalışmaya katkı oranı %50'dir.

Çıkar Çatışması

Çalışmada çıkar çatışması oluşturabilecek herhangi bir durum bulunmamaktadır.

Açıklamalar: Bu makale VII. Uluslararası Yeni Medya Konferansı: Dijital İçerik Üretiminden Tüketimine Medya ve Toplumsal Dönüşüm Sempozyumu'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Kaynakça

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Baysal, B., Karakaş, U. ve Lüleci-Sula, Ç. (2019). Uluslararası siyaset sosyolojisi ve güvenlik: küresel terörizm, sınır güvenliği ve vatandaşlık örnekleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74(4), 1203-1231. <https://doi.org/10.33630/ausbf.571623>
- Bilgici, C. (2023). Yapay zekâ ve algoritmik kültür bağlamında sosyal medya deneyiminin geleceği üzerine bir değerlendirme. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(3), 216-237.
- Çifci, B. ve Başfıncı, C. (2020). Yapay zekâ konusunun toplumsal cinsiyet kapsamında incelenmesi: mesleklere yönelik bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(4), 183-203. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.819510>
- Cormen, T. H. (2009). *Introduction to algorithms*. MIT Press.
- Delal, Ö. ve Abanoz, E. (2022). Toplumsal cinsiyet rollerinin sosyal medyada yansıması: Sokağa çıkma yasağı örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 37, 80-95.
- Demir, E. (2020). Sosyal medya algoritmalarında toplumsal cinsiyet ve ırk ön yargıları. *Teknoloji ve Toplum Dergisi*, 14(4), 33-49.
- Demirgöz Bal, M. (2016). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine genel bakış. *Kadın Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 1(1), 15-28.
- Duman, M. (2022). Toplumsal cinsiyet ve erkeklik çalışmaları açısından folklorun niteliği ve bir yöntem denemesi. *Folklor Akademi Dergisi*, 5(2), 461-473. <https://doi.org/10.55666/folklor.1144128>

- Duran Okur, H. (2025). Instagram’da bireysel direniş taktikleri: Filistin yanlısı paylaşımlar üzerinden nitel içerik analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(Filistin Özel Sayısı), 54-73. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1589513>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Karakoç Keskin, E. (2024). Dijital medya ortamında rızanın algoritmik inşası: eleştirel algoritma çalışmaları perspektifinde bir tartışma. *Yeni Medya* (16), 329-353. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1424585>
- Karya, M. (2023, Nisan 4). *Twitter algoritması yayınladı*. <https://www.assadigital.com.tr/tr/blog/sosyal-medya/twitter-algoritmasi-yayinladi/189> in 20.02.2025
- Kıran, S., Küçükboğancı, H. ve Emre, İ. E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441. <https://doi.org/10.17671/gazibtd.693331>
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. Sage Publications
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism*. New York University Press.
- Özek Karasu, A. (2019). *Algoritmalar cinsiyetçi çünkü yapanlar erkek*. <https://www.haberturk.com/algoritmalar-cinsiyetci-cunku-yapanlar-erkek-2179057> 15.01.2025
- Özel, S. ve Özay, D. (2021). Yeni medya ortamlarında izleyici seçimi ve öneri algoritmaları: Netflix örneği. *Ankara Üniversitesi İlefl Dergisi*, 8(2), 297-324. <https://doi.org/10.24955/ilef.1023026>
- Öztürk, B. (2024). Yeni medya platformlarındaki etkileşimler: geçmiş dönem milli eğitim bakanı Instagram hesabı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 13(4), 78-97. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1490285>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tüfekçi, Z. (2017). *Twitter and tear gas: the power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Tunç, S. (2023). Habermas’ın siyasal katılım hiyerarşisi ve dijital iletişimin eşitlikçi kamusal alan vaadi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 27(3), 415-461. <https://doi.org/10.34246/ahbvuhfd.1241839>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford University Press.
- Yıldız, İ. (2025). Sosyal medyada dijital dezenformasyon: İletişim Başkanlığı Filistin Özel Bülteni üzerine bir analiz. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(Özel Sayı), 163-182.

Extended Abstract

Introduction

Gender inequality refers to the injustices and disparities in opportunities individuals face based on their gender. This inequality stems from deeply rooted societal norms, expectations, and roles that create distinct divisions between men and women. While these roles vary from one society to another, they often place women in a disadvantaged position. The underrepresentation of women in economic, political, social, and cultural spheres, restrictions on accessing fundamental rights, and daily discrimination are tangible outcomes of this inequality.

Traditional media plays a significant role in the formation and perpetuation of gender roles. Definitions of femininity and masculinity are particularly shaped through media content. Media categorizes individuals according to ideal types of women and men, excluding or discriminating against those who fall outside these stereotypes. Traditional media representations often associate women with physical appearance, household chores, and relationships, while men are linked to leadership, power, and success. These portrayals reinforce existing gender hierarchies and limit opportunities for both men and women by dictating rigid societal roles.

New media has brought about a profound transformation in communication methods, providing an environment where individuals can simultaneously act as content creators and consumers. This transformation has theoretically increased opportunities for diverse representation and alternative narratives. However, despite the potential for freedom and diversity offered by new media, it has been observed that traditional gender role stereotypes largely persist. Social media platforms, rather than challenging gender norms, frequently reproduce traditional media representations in digital spaces, thereby reinforcing gender inequalities.

One of the key mechanisms that sustains these inequalities in the digital world is the structure of social media algorithms. Social media algorithms rank content based on user interactions on the platforms. Yet, these algorithms can reproduce biases related to gender, race, and other categories. For instance, content targeted at women often revolves around beauty standards, household chores, or relationships, while content for men is predominantly focused on leadership and success. This mechanism perpetuates gender inequality in digital environments by reinforcing pre-existing social expectations and making it more difficult for alternative gender narratives to gain visibility.

Platforms such as Instagram, X (formerly Twitter), and TikTok provide an important framework for understanding how women and different social groups are represented in the digital realm. On Instagram, a visual culture-oriented platform, women are frequently associated with beauty standards, promoting an unrealistic ideal that reinforces societal pressures on appearance. On X, women's political discourse is often targeted with sexist language, diminishing their influence and discouraging political participation. TikTok, on the other hand, humorously reproduces traditional gender roles while simultaneously hosting critical content that challenges these norms. These platforms play a dual role in both reproducing and challenging societal gender norms, making them critical spaces for analysis.

Method

This study examines how gender inequality is reflected and reproduced on the X (formerly Twitter) platform using the descriptive analysis method.

Descriptive analysis is frequently employed to observe and describe complex social structures in detail. This method provides an effective tool for understanding the dynamic nature of social media platforms and the impact of user interactions on gender roles. The study closely analyzed frequently encountered content, user comments, and the algorithmic structure of X to reveal how gendered discourses emerge and are sustained within the platform's ecosystem.

Firstly, the study addressed how language is shaped toward women and men on the platform, analyzing the contexts in which sexist expressions and stereotypes emerge. It was observed that women's political statements on X are often met with sexist language, reinforcing societal norms (Banet-Weiser, 2018). This linguistic bias not only affects individual users but also influences broader public discourse, making it difficult for women to assert their voices in political and social debates. Additionally, given the platform's agenda-setting feature, such content reaches large audiences and creates a more significant impact by shaping public perceptions of gender roles.

The study also evaluated how hashtag usage and trending content contribute to the visibility of gender inequality. For instance, while campaigns focused on women's rights or gender equality garnered significant engagement, negative comments and sexist discourse in response to these campaigns highlighted how inequalities persist in the digital sphere. This finding demonstrates that social media provides both opportunities for advocacy and platforms for opposition to gender equality movements.

X's algorithmic structure plays a critical role in the reproduction of these inequalities. Algorithms prioritize content based on interaction rates, making popular sexist discourse more visible (Eubanks, 2018). While this increases awareness of inequalities, it also enables these discourses to reach broader audiences and become normalized. The study examined the way in which algorithms contribute to the persistence of gender biases and suggested ways to mitigate their negative impact through structural reforms.

In conclusion, this study aimed to reveal how X reflects gender inequality in the digital realm and the platform's role in both making these inequalities visible and reinforcing them. Through descriptive analysis, this research contributes to a better understanding of the platform's dual impact on societal norms.

Findings

Algorithms form the cornerstone of social media platforms, offering content suggestions based on user interactions to ensure greater user engagement. However, these algorithms tend to reflect and reinforce social biases. For instance, algorithms may reduce the visibility of content created by women or facilitate the spread of hate speech and cyberbullying. This creates significant pressure on individuals advocating for gender equality, discouraging them from actively participating in digital spaces.

The lack of transparency in the design of algorithms prevents users from understanding why certain content is prioritized. Additionally, the spread of discriminatory content distances digital platforms from being safe spaces for women. As a result, the digital world replicates many of the same systemic biases that exist in traditional media, demonstrating that technological advancements alone are insufficient to achieve gender equality.

Social media platforms present both opportunities and challenges in the fight for gender equality. Restructuring algorithms to support gender equality is a crucial component of this struggle. To achieve this:

- More transparent information about algorithmic processes should be shared so that users can understand content ranking criteria.
- Algorithms should be redesigned to promote social diversity and inclusivity, taking measures to enhance the visibility of women and marginalized groups.
- Algorithms should be made more sensitive to prevent the spread of discriminatory content.
- Educational programs to enhance users' digital literacy skills should be organized.
- Legal regulations encouraging social media platforms to act in line with the principle of gender equality should be implemented.

Conclusion, Discussion and Recommendations

This study analyzed the impact of social media algorithms on gender inequality, evaluating its reflections in the digital world. It was observed that algorithms function as mechanisms that reproduce gender roles but simultaneously provide opportunities for transforming these roles. The findings highlight that while digital platforms can act as tools for social change, they often fall short of actively dismantling gender biases without deliberate intervention.

Restructuring digital media platforms in terms of gender equality is critical for creating a fairer and more inclusive digital ecosystem. In this context, collaboration among social media companies, policymakers, and civil society organizations is essential. The implementation of transparent and inclusive digital policies can help reduce the reproduction of gender stereotypes and create safer online spaces for marginalized groups.

Understanding and transforming the impact of social media algorithms on gender equality is not only significant for digital platforms but also serves as an important starting point for the future of the struggle for gender equality. Broader studies and multidimensional approaches on this topic will contribute to the reconstruction of digital spaces in an egalitarian manner. Continued research and policy advocacy are necessary to ensure that social media can fulfill its potential as a space for diverse voices rather than a mechanism for reinforcing existing inequalities.