

Post-Kamusal Çağda Bilgi İktidarı: Algoritmik Filtreleme ve Ortak Akıl Krizi

Ahmet KÜÇÜK*

ÖZ

Bu makale, dijital platformlar tarafından yönlendirilen algoritmik filtreleme mekanizmalarının, çağdaş toplumların kamusal iletişim yapısını dönüştürerek Habermasçı anlamda diyalojik süreçlerle oluşan ortak akıl üretimini tehdit ettiğini ileri sürmektedir. Burada “ortak akıl” ile kastedilen, toplumsal aktörlerin karşılıklı rasyonel müzakere yoluyla kolektif sorunlara çözüm üretme kapasitesidir. Jürgen Habermas’ın iletişimsel eylem kuramı ve kamusal alan modeli ile Michael Foucault’nun bilgi rejimi kavramsallaştırması ekseninde yürütülen bu teorik analiz, bilgiye erişimin yalnızca teknik değil, aynı zamanda derin biçimde politik ve epistemik bir mesele haline geldiğini ortaya koyar. Bu çalışma, ilgili sorunsalı anlamak ve tartışmak için kuramsal analiz yöntemini benimsemektedir. Algoritmalar, içerikleri kişiselleştirerek bireyleri yankı odalarına yönlendirmekte, böylece toplumsal çoğulluk zemininde gelişmesi beklenen bu diyalojik akıl rasyonel müzakereyi parçalara ayırmaktadır. Bu süreç, kamusal akıl yürütmenin temelini oluşturan ve ortak aklın kurucu unsuru olan müşterek referans çerçevesinin aşınmasına neden olmakta, bireylerin yalnızca bilgiye değil, birbirlerine dair anlayış geliştirme kapasitesine de zarar vermektedir. Makale, bu gelişmeleri “post-kamusal çağ” kavramı etrafında değerlendirerek, algoritmik sistemlerin yalnızca bilgiyi değil, aynı zamanda demokratik karar almanın dayandığı diyalojik ortak akıl alanını da yapılandırdığını ileri sürmektedir. Sonuç olarak, bu yeni bilgi rejimi, diyalojik ortak aklın krizini derinleştirerek, epistemik eşitsizlikleri yeniden üretmekte ve dijitalleşen toplumlarda kamusal tahayyülün krizine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ortak Akıl, Algoritmik Filtreleme, Post Kamusal Alan, Bilgi İktidarı, Bilgiye Erişim Adaleti.

Başvuru / Kabul: 28 Mayıs 2025 / 30 Haziran 2025

Atf: Küçük, A. (2025). Post-Kamusal Çağda Bilgi İktidarı: Algoritmik Filtreleme ve Ortak Akıl Krizi, *İmgelem*, Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayısı, 869-898.

Information Power in the Post-Public Age: Algorithmic Filtering and the Crisis of Common Sense

ABSTRACT

This article argues that algorithmic filtering mechanisms driven by digital platforms threaten the production of common sense, understood here as the collective capacity to generate solutions to shared problems through mutual rational deliberation, by transforming the structure of public communication in contemporary societies. Drawing on Jürgen Habermas’ theory of communicative action and model of the public sphere and Michel Foucault’s conceptualization of the regime of knowledge, this theoretical analysis reveals that access to information has become not only a technical but also a deeply political and epistemic issue. This study adopts a theoretical analysis method to understand and discuss the relevant problem. Algorithms personalize content and direct individuals to echo chambers, thus fragmenting the rational deliberation that is supposed to develop based on social plurality. This process erodes the common frame of reference that underpins public reasoning and damages the capacity of individuals to develop not only knowledge but also understanding of each other. The article analyses these developments in the context of the “post-public era” and argues that algorithmic systems are structuring not only information but also the space of common sense on which democratic decision-making is based. Consequently,

*Dr.Öğr.Gör., Düzce Üniversitesi, Hakime Erciyas YDYO, Düzce-Türkiye. E-mail: ahmetkucukuzce.edu.tr, ORCID Numarası: [0009-0008-3532-4116](https://orcid.org/0009-0008-3532-4116), ROR ID: <https://ror.org/04175wc52>



this new information regime reproduces epistemic inequalities and points to a crisis of public imagination in digitalizing societies.

Keywords: Common Sense, Algorithmic Filtering, Post Public Sphere, Information Power, Justice of Access to Information.

Received / Accepted: 28 May 2025 / 30 June 2025

Citation: Küçük, A. (2025). Information Power in the Post-Public Age: Algorithmic Filtering and the Crisis of Common Sense, *İmgelem*, New Media Studies Special Issue, 869-898.

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin toplumsal yaşamın her alanına nüfuz ettiği çağdaş dünyada, bilgi üretimi ve dolaşımı yalnızca teknik değil, aynı zamanda politik ve kültürel bir meseledir. Algoritmalar, özellikle sosyal medya platformları ve arama motorları aracılığıyla, bireylerin maruz kaldığı bilgi evrenini yapılandırmakta ve böylece kullanıcıların gerçeklikle kurduğu epistemolojik bağı dönüştürmektedir (Gillespie 2014:167). Bu dönüşüm, yalnızca bireysel farkındalığı değil, aynı zamanda demokratik toplumlarda rasyonel tartışma, ortak aklın diyalojik üretimine dayanan rasyonel tartışma, müşterek karar alma ve kamusal uzlaşma gibi süreçleri de tehdit etmektedir (Sunstein 2018: 111; Napoli 2019: 201).

Bu bağlamda, Michel Foucault'nun "bilgi iktidarı" kavramı, bilginin iktidar ilişkileri içinde üretildiği ve belli hakikat biçimlerinin hegemonik hale geldiği fikrine odaklanır (Foucault 1980: 27). Bu perspektif, algoritmaları yalnızca teknik araçlar olarak değil, aynı zamanda normatif etkiler üreten, düzenleyici yapılar olarak anlamamıza olanak tanır (Couldry ve Mejias 2019: 181). Diğer yandan, Jürgen Habermas'ın kamusal alan kuramı, demokratik meşruiyetin ancak eşitlikçi ve akılcı iletişim süreçleri yoluyla inşa edilebileceğini öne sürer (Habermas 1991: 75). Habermas'ın burada öngördüğü "iletişimsel rasyonalite", çalışmamızda merkezî önem taşıyan "ortak akıl" kavramının üretim mekanizmasıdır: Farklı aktörlerin özgür ve eşit diyaloguyla oluşan kolektif anlama kapasitesi. Ancak dijital çağda bu tür kamusal alanların yerine, yankı odaları (echo chambers), algoritmik mikro-hedefleme ve bilgi balonları gibi yapılar öne çıkmakta; böylece kolektif akıl yürütme zemini parçalanmaktadır (Sunstein 2018: 4; Pariser 2011: 89).

Mevcut literatürde algoritmaların bireylerin bilgiye erişimi üzerindeki etkileri yaygın biçimde incelenmiş olsa da bu teknolojilerin ortak akıl inşası üzerindeki yapısal etkileri henüz yeterince bütüncül bir kuramsal çerçevede tartışılmamaktadır (Zuboff 2019: 213; Amore 2020: 86). Bu makale, algoritmik filtreleme sistemlerinin bilgiye erişim adaletini nasıl zedelediğini ve bunun ortak akıl oluşumunu demokratik katılım, kamusal tartışma ve iletişimsel eşitlik açısından ne tür sonuçlar doğurduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda

çalışma, dijital çağda şekillenen yeni bilgi rejimlerinin toplumsal rasyonalite üzerindeki etkilerini, özellikle de post-kamusal çağ bağlamında, eleştirel bir perspektifle analiz etmektedir.

Makalenin temel sorunsalı, dijital altyapılar aracılığıyla yürütülen algoritmik filtrelemenin, Habermasçı anlamdaki diyalojik ortak akıl oluşumunu nasıl engellediğidir. Çalışma hem eleştirel iletişim kuramı hem de bilgi sosyolojisi bağlamında yeni bir kuramsal açılım önererek, mevcut literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Kamusal Alan Tartışmalarında Tarihsel Bir Perspektif: Kitle İletişim Kuramlarından Dijital Çağa

Kamusal alan ve kitle iletişimi arasındaki ilişki, modern toplumların anlaşılmasında merkezi bir rol oynamıştır. Dijital çağın getirdiği dönüşümleri tam olarak kavrayabilmek için, bu ilişkinin tarihsel evrimine ve bu evrimi şekillendiren temel kuramsal yaklaşımlara bakmak elzemdir. Bu bölümde, kitle iletişim kuramlarının önemli figürleri olan Dallas Smythe, Stuart Hall, Neil Postman ve Manuel Castells'in düşünceleri, kamusal alanın dönüşümü ve bilginin iktidar ilişkileri bağlamında ele alınacaktır. Bu tarihsel çerçeve, algoritmik filtrelemenin günümüzdeki etkilerini daha geniş bir perspektiften değerlendirmemizi sağlayacaktır.

Dallas Smythe ve İzleyici Emtiası: Pasif Tüketiciden Veri Üreticisine

Kitle iletişim kuramları içerisinde, izleyicinin rolüne dair en radikal ve tartışmalı yaklaşımlardan biri Dallas Smythe'in "izleyici emtiası" (audience commodity) kavramıdır (Smythe 1970). Smythe, 1970'li yıllarda televizyon yayıncılığını analiz ederken, izleyicilerin sadece program tüketicisi olmadığını, aksine dikkatlerinin ve zamanlarının reklamcılara satılan bir "meta" haline geldiğini ileri sürmüştür. Ona göre, medya şirketleri asıl olarak izleyiciyi değil, izleyicinin dikkatini ve dolayısıyla reklam verenlere satılabilecek bir "izleyici emtiası"nı üretmektedir. Bu perspektif, medyanın ekonomik işleyişini ve izleyicinin bu sistemdeki pasif konumunu eleştirel bir biçimde ortaya koymuştur.

"To suggest that the mass media audience is a commodity and that audiences "work" is to raise many questions which unsettle established ways of thinking" (Smythe 1981).

Smythe'in bu kavramı, 40 yılı aşkın bir süre önce ortaya konmuş olmasına rağmen, günümüz dijital platform ekonomisi bağlamında şaşırtıcı bir güncellik kazanmıştır. Günümüzde, sosyal medya platformları ve arama motorları, kullanıcıların sadece dikkatini değil, aynı zamanda davranışsal verilerini de toplayarak bunları reklam verenlere ve diğer şirketlere satmaktadır. Bu durum, Shoshana Zuboff'un (2019: 16), "gözetim kapitalizmi" ve Couldry ve Mejias'ın (2019: 35) "veri sömürüsü" kavramlarıyla örtüşmektedir. Smythe'in

izleyici emtiası, dijital çağda “veri emtiası”na dönüşerek, kullanıcıların çevrimiçi etkileşimlerinin ekonomik değere dönüştürüldüğü bir mekanizmayı işaret etmektedir. Dolayısıyla, Smythe’in analizi, izleyicinin pasif konumunu vurgularken, dijital çağda bu pasifliğin yeni ve daha karmaşık biçimler aldığını göstermektedir. Kullanıcılar, farkında olmadan kendi verilerini üreterek, algoritmik sistemlerin beslenmesine ve dolayısıyla kendi “epistemik kapanmalarına” katkıda bulunmaktadır.

Stuart Hall ve Kodlama/Kod Çözme: Mesajın Çok Anlamlılığı ve İzleyici Ajansı

Kitle iletişim kuramlarında izleyicinin rolüne dair bir diğer önemli perspektif, Stuart Hall’ın “kodlama/kod çözme” (encoding/decoding) modelidir (Decherney ve Sender 2018). Hall, medya mesajlarının tek yönlü bir aktarım olmadığını, aksine hem üretici (kodlayıcı) hem de izleyici (kod çözücü) tarafından aktif bir süreç olduğunu savunmuştur. Ona göre, mesajlar belirli bir ideolojik çerçevede “kodlanır” ancak izleyiciler bu mesajları kendi sosyal, kültürel ve kişisel bağlamlarına göre farklı şekillerde “kod çözebilir”ler. Hall, bu kod çözme süreçlerini üç ana kategoriye ayırır:

•Hegemonik/Dominant Okuma: İzleyicinin mesajı, kodlayıcının amaçladığı şekilde, yani egemen ideolojiye uygun olarak yorumlaması.

•Müzakereci Okuma: İzleyicinin mesajın genel çerçevesini kabul etmesi ancak kendi yerel koşulları veya deneyimleri doğrultusunda bazı unsurları değiştirmesi veya uyarlaması.

•Muhalif Okuma: İzleyicinin mesajı, kodlayıcının amaçladığı anlamın tamamen zıttı bir şekilde, egemen ideolojiye karşı çıkararak yorumlaması.

Hall’ın modeli, izleyicinin tamamen pasif bir alıcı olmadığını, aksine mesajın anlamlandırılmasında aktif bir rol oynadığını vurgular. Dijital çağda algoritmik filtreleme, mesajların “kodlanma” biçimini büyük ölçüde etkilemektedir. Algoritmalar, kullanıcının geçmiş etkileşimlerine göre belirli içerikleri öne çıkararak veya gizleyerek, bir nevi “ön-kodlama” yapmaktadır. Ancak Hall’ın perspektifi, kullanıcıların bu algoritmik “kodlamaya” rağmen, içerikleri kendi bilgi çerçeveleri ve sosyal bağlamları içinde “kod çözme” kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir. Örneğin, bir kullanıcıya algoritmalar tarafından sürekli olarak belirli bir siyasi görüşü destekleyen içerikler sunulsa bile, kullanıcı bu içerikleri eleştirel bir bakış açısıyla yorumlayabilir veya farklı kaynaklardan bilgi edinerek muhalif bir okuma geliştirebilir. Bu durum, kullanıcı ajansının tamamen ortadan kalkmadığını, ancak algoritmik yapıların bu ajansı belirli sınırlar içinde tutmaya çalıştığını göstermektedir.

Neil Postman ve Teknoloji Eleştirisi: Bilginin Biçimi ve Anlamın Dönüşümü

Neil Postman, teknolojinin toplumsal ve kültürel etkileri üzerine yaptığı eleştirel analizlerle tanınan önemli bir düşünürdür. Postman Özellikle “Amusing Ourselves to Death” (1985) ve “Technopoly: The Surrender of Culture to Technology” (1992) adlı eserlerinde, teknolojinin sadece bir araç olmadığını, aynı zamanda düşünme biçimlerimizi, bilgiye yaklaşımımızı ve kamusal söylemimizi derinden etkileyen bir “ekoloji” yarattığını savunmuştur. Postman’a göre, her teknoloji belirli bir “önyargı” taşır ve bilginin biçimini değiştirerek, anlamın da dönüşmesine neden olur.

“What we are witnessing is the beginning of a vast and unprecedented shift in the way we perceive and understand the world, a shift that is being driven by the relentless march of technology” (Postman 1992)

Postman’ın “teknopoli” kavramı, bir kültürün teknolojiye teslim olduğu, bilginin ve değerlerin teknolojik rasyonaliteye göre yeniden tanımlandığı bir durumu ifade eder. Bu durumda, bilginin doğruluğu veya derinliği yerine, teknolojik verimlilik ve ölçülebilirlik ön plana çıkar. Makalemizdeki “anlamın piyasalaşması” ve “bilgi iktidarı” tartışmaları, Postman’ın bu eleştirisiyle güçlü bir şekilde örtüşmektedir. Algoritmik filtreleme, bilginin sunum biçimini ve dolaşımını teknolojik bir verimlilik ve kişiselleştirme mantığına göre düzenler. Bu durum, bilginin içeriğinden çok, “viralite” potansiyeli, etkileşim oranı ve reklam geliri gibi ölçütlerle değer kazanmasına yol açar. Postman’ın perspektifinden bakıldığında, algoritmalar sadece bilgiye erişimi değil, aynı zamanda bilginin kendisinin ne anlama geldiğini de yeniden tanımlayan bir “teknopoli”nin parçasıdır. Bu, kamusal tartışmanın derinliğini azaltarak, yüzeysel ve dikkat çekici içeriklerin öne çıkmasına neden olur.

Manuel Castells ve Ağ Toplumu: Bilgi Akışının Yapısal Dönüşümü

Manuel Castells (1996) “Enformasyon Çağı” üçlemesiyle bilginin ve iletişimin ağlar aracılığıyla örgütlendiği yeni bir toplumsal yapıyı, yani “ağ toplumu”nu analiz etmiştir. Castells’e göre, enformasyon teknolojileri, küresel ölçekte ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkileri yeniden yapılandırmış, hiyerarşik yapılar yerine esnek ve dinamik ağları merkeze almıştır. Bu ağlar, bilginin üretimi, işlenmesi ve dağıtımında merkezi bir rol oynamaktadır.

“The network society is a society whose social structure is made of networks powered by microelectronics-based information and communication technologies” (Castells 1996)

Castells’in ağ toplumu analizi, makalemizdeki “post-kamusal çağ” ve “bilgi iktidarı” tartışmalarına yapısal bir boyut katmaktadır. Algoritmik filtreleme, bu ağ toplumunun

işleyişinde merkezi bir mekanizma olarak karşımıza çıkar. Algoritmalar, bilginin ağlar içindeki akışını düzenleyerek, hangi bilginin kimlere ulaşacağını, hangi düğümlerin daha görünür olacağını ve hangi bağlantıların güçleneceğini belirler. Bu durum, kamusal alanın geleneksel coğrafi ve kurumsal sınırlarını aşarak, algoritmik olarak yapılandırılmış sanal ağlara taşınmasına neden olmuştur. Castells'in perspektifinden bakıldığında, algoritmik filtreleme, ağ toplumunun kendi iç dinamiklerini ve bilgi akışını optimize etme çabasının bir sonucudur. Ancak bu optimizasyon, aynı zamanda belirli bilgi türlerinin ve görüşlerin dışlanmasına, yankı odalarının oluşmasına ve ortak aklın parçalanmasına yol açabilir. Castells'in analizi, algoritmik filtrelemenin sadece bireysel deneyimleri değil, aynı zamanda toplumsal yapının kendisini nasıl dönüştürdüğünü anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır.

Kuramsal Çerçeve

Bu çalışma, dijital çağda bilgi dolaşımının niteliğinde meydana gelen dönüşümü, klasik kamusal alan ideallerinden uzaklaşan bir bilgi iktidarının yükselişiyle açıklamayı amaçlamaktadır. Bu dönüşümü kavramsallaştırırken:

- **Dijital kamusal alan:** Geleneksel kamusal alanın işlevlerinin (özgür tartışma, çoğulcu katılım) dijital ortama aktarıldığı teknik uyarlama evresi,
- **Post-kamusal yapı:** Algoritmik düzenlemelerin kamusal alanın ontolojik özelliklerini (rasyonel diyalog, müşterek referans çerçevesi) dönüştürdüğü epistemik kopuş evresi

olarak ayrıştırıyoruz (Van Dijck 2013: 78; Couldry ve Mejias 2019: 45)

Bu yeni rejim, algoritmik süreçler aracılığıyla bilgiye erişimi, anlam üretimini ve Habermasçı anlamda diyalojik süreçlerle oluşan ortak akla dayalı kamusal uzlaşmayı yeniden yapılandırmakta; hatta yer yer ortadan kaldırmaktadır. Kuramsal çerçeve, bu dönüşümü çok boyutlu biçimde ele alabilmek için Habermas'ın kamusal alan kuramından, Foucault'nun bilgi-iktidar ilişkisine, Zuboff'un gözetim kapitalizmi eleştirisinden, Bourdieu'nün medya alanı analizine ve Van Dijck ile Couldry ve Mejias'ın platform kapitalizmi çözümlmelerine kadar uzanan bir teorik temele dayanmaktadır.

Habermas'ın kamusal alan modeli, modern toplumlarda demokratik meşruiyetin diyalojik ortak akıl üzerinden kurulabileceğini ileri sürer (Habermas 1989: 30). Burada "ortak akıl", çoğulcu katılımı geliştiren ve kolektif sorun çözmeye yönelik rasyonel uzlaşma sürecini ifade eder. Ona göre, bireylerin kamusal alanda, iktidardan bağımsız biçimde ve eşit koşullarda tartışabilmesi, bu ortak aklın temelidir. Ancak dijital platformlarda içeriklerin bireylerce değil,

algoritmalarca seçilmesi bu idealin koşullarını geçersiz kılmaktadır. Kullanıcıların karşılaştığı içerikler, genellikle tercih ettikleri fikirleri teyit eden ve eleştirel düşünmeyi teşvik etmeyen biçimde kurgulanır (Sunstein 2018: 125). Bu durum, Habermas'ın "bozulmamış iletişim" varsayımının veri temelli kişiselleştirme algoritmaları yoluyla ciddi bir erozyona uğradığını göstermektedir.

Bu erozyonu yalnızca iletişimsel rasyonalite açısından değil, aynı zamanda bilgi üretiminin söylemsel doğası bağlamında değerlendirmek için Michel Foucault'nun bilgi-iktidar ilişkisine yönelmek anlamlıdır. Foucault (1980: 142), bilginin her zaman iktidar ilişkileri içinde üretildiğini ve belirli bilgi biçimlerinin hegemonik hale getirildiğini ileri sürer. Habermas'ın ortak akıl kavramından farklı olarak, Foucaultcu perspektif "ortak" olanın hegemonik söylemlerle nasıl inşa edildiğini gösterir. Bu perspektiften bakıldığında, dijital platformlar kullanıcı verilerine dayalı içerik filtreleme süreçleriyle yalnızca içerik akışını değil, aynı zamanda hangi bilginin "meşru" sayılacağını belirlemektedir. Bu yönüyle algoritmalar, nötr teknik araçlar değil; siyasi, ekonomik ve kültürel iktidarın yeniden üretildiği söylemsel mekanizmalardır. Habermas'ın ortak akla dayalı uzlaşması ile Foucault'nun bilgi-iktidar çözümlemesi arasındaki bu gerilim, algoritmik çağın temel çelişmesini oluşturur: Teknolojik sistemlerin sözde tarafsızlığı, aslında iktidarın içselleşmiş bir formudur.

Bu çelişkinin ekonomik ve davranışsal boyutunu açığa çıkaran en güçlü kuramsal çerçevelerden biri Zuboff'un gözetim kapitalizmi kavramsallaştırmasıdır. Zuboff (2019: 14), dijital çağın temel ekonomik mantığını kullanıcıların dijital etkileşimlerinden elde edilen verilerin ekonomik değere dönüştürülmesi olarak tanımlar. Bu süreçte, yalnızca mahremiyet değil; bireyin karar alma süreçleri, davranış kalıpları ve düşünme biçimleri de ekonomik çıkar için yeniden şekillendirilir. Platformlar, bireyin özgür iradesine müdahale ederek, özneliği kolonize eder ve düşünsel yönelimleri ticarileştirir. Bu bağlamda algoritmalar yalnızca neyin görülmesi gerektiğini değil, aynı zamanda nasıl düşünülmesi gerektiğini de belirleyen post-kamusal düzenleyiciler haline gelir.

Zuboff'un ekonomik analizine paralel olarak, medya alanının içsel dinamiklerini anlamak için Pierre Bourdieu'nün alan kuramı ve sembolik sermaye kavramları yol göstericidir. Bourdieu (1996), medyayı içinde farklı aktörlerin sembolik sermaye mücadelesi yürüttüğü bir toplumsal alan olarak tanımlar. Dijital çağda bu alanın yapısı, klasik medya kurumlarının yerine geçen dijital platformlar tarafından yeniden düzenlenmiştir. Algoritmalar, hangi içeriklerin görünür olacağına karar vererek, medya alanındaki rekabeti algoritmik olarak yönlendirilen,

denetimli bir yapıya dönüştürmektedir. Görünürlük bu bağlamda tesadüfi değil; sermayenin, etkileşim stratejilerinin ve teknik altyapının kesiştiği noktada oluşan bir ayrıcalıktır.

Bu sistemin altyapı düzeyindeki işleyişini anlamak için José van Dijck'in platform mantığı çözümlenmeleri önemli katkılar sunar. Van Dijck (2013), sosyal medya platformlarını yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda kültürel katılımın sınırlarını belirleyen sosyal sistemler olarak görür. Platformların arayüz politikaları, kullanıcıların nasıl etkileşimde bulunacağını önceden kurgular; tıklama, beğeni, paylaşım gibi eylemleri, algoritmalarla uyumlu belirli yollarla yönlendirir. Bu karar mimarisi, görünürde katılımı teşvik edici olsa da gerçekte kullanıcının bilgiye erişiminde ve içerik üretiminde ciddi yönlendirme ve kısıtlamalar barındırır. Böylece bilgiye erişim, kullanıcı tercihinden çok, platformun belirlediği görünürlük stratejilerinin bir türevi haline gelir.

Son olarak, Couldry ve Mejias'ın veri kolonizasyonu kavramı, dijital çağın küresel bilgi eşitsizliğini anlamak açısından çarpıcı bir çerçeve sunar. Onlara göre, veri temelli platform sistemleri yalnızca bireyleri değil, bütün toplulukları sistematik biçimde sömürgeleştirir; kullanıcıların davranışsal verileri alınmakla kalmaz, bu veriler hangi bilginin dolaşımında kalacağını da belirler (Couldry ve Mejias 2019: 107). Bu süreç, yalnızca epistemik eşitsizlik üretmekle kalmaz; aynı zamanda farklı toplumsal aktörlerin düşünsel özerkliğini sınırlar. Epistemik öncelikler, alternatif hakikat rejimlerini bastırır ve küresel ölçekte bilgi üretiminin tekelleşmesine neden olur.

Yukarıda özetlenen kuramsal çerçeve, dijital bilgi iktidarının yalnızca teknolojik bir gelişme olmadığını; aynı zamanda kültürel, siyasal ve epistemik bir dönüşüm olduğunu göstermektedir. Habermas'ın ideal iletişim modelinin yerini, Foucault'nun söylemsel iktidar analizine uygun biçimde yapılandırılmış; Zuboff'un gözetim temelli ekonomik ilişkileriyle beslenen, Bourdieu'nün simgesel güç kavramlarıyla yeniden anlamlandırılmış ve Couldry ve Mejias'ın veri sömürgeciliği eleştirisiyle açılmış bir bilgi mimarisi almıştır. Bu dönüşüm yalnızca diyalojik aklın değil, bireysel anlam üretiminin de algoritmik olarak yönlendirildiği bir post-kamusal çağın koşullarını şekillendirmektedir.

Kullanıcı Ajansı ve Algoritmik Etkileşim: Pasif Tüketiciden Aktif Katılımcıya?

Makalenin temel argümanlarından biri, algoritmik filtrelemenin kullanıcıları pasif bir konuma iterek ortak aklın oluşumunu engellediğidir. Ancak bu bölümde, kullanıcıların dijital ortamda tamamen edilgen olmadığını, aksine belirli bağlamlarda aktif ajans sergileyebildiğini ve algoritmik yapıları kendi amaçları doğrultusunda kullanabildiğini tartışacağız.

Katılımcı Kültür ve Dijital Aktivizm

Henry Jenkins'in "katılımcı kültür" (participatory culture) kavramı, bu tartışma için merkezi bir başlangıç noktası sunar (Jenkins 2006). Jenkins, katılımcı kültürü, düşük katılım engelleri, yaratma ve paylaşma için güçlü destek, deneyimli kullanıcıların yeni başlayanlara rehberlik etmesi ve üyelerin katkılarının değerli olduğuna inanmasıyla karakterize edilen bir kültür olarak tanımlar. Bu kültürde, bireyler sadece medya tüketicisi değil, aynı zamanda aktif içerik üreticisi ve dağıtıcısıdır. Dijital platformlar, bu tür bir katılımcı kültürün gelişimi için teknik altyapı sağlamıştır.

"A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing one's creations, and some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices" (Jenkins 2006).

Jenkins'in çalışmaları, özellikle fandom (hayran kültürü) ve dijital aktivizm bağlamında, kullanıcıların nasıl kolektif bir güç oluşturabildiğini ve hatta siyasi süreçleri etkileyebildiğini göstermektedir (Jenkins ve You 2024). Örneğin, Harry Potter Alliance gibi gruplar, hayran kültürünü sosyal adalet meseleleri için bir araç olarak kullanmışlardır. Bu tür hareketler, kullanıcıların algoritmik olarak kişiselleştirilmiş bilgi akışlarının ötesine geçerek, ortak ilgi alanları etrafında bir araya gelme ve kolektif eylemde bulunma kapasitesini ortaya koymaktadır.

Aktif Kullanıcı Örnekleri: Hashtag Aktivizmi, Meme Kültürü ve Platform Direnci

Dijital ortamda kullanıcı ajansının somut örnekleri, çeşitli pratiklerde gözlemlenebilir:

•Hashtag Aktivizmi: MeToo, BlackLivesMatter gibi hashtag kampanyaları, kullanıcıların sosyal medya platformlarını kullanarak toplumsal meseleler hakkında farkındalık yaratma, kamuoyu oluşturma ve hatta politik değişimi tetikleme kapasitesini göstermiştir. Bu kampanyalar, algoritmaların belirli konuları öne çıkarmasına yardımcı olabilirken, aynı zamanda kullanıcıların kendi gündemlerini belirleme ve organize olma yeteneğini de yansıtmaktadır.

•Meme Kültürü: Memeler, dijital ortamda hızla yayılan, mizahi veya eleştirel mesajlar içeren görsel veya metinsel içeriklerdir. Kullanıcılar, memeleri sadece tüketmekle kalmaz, aynı zamanda onları yeniden üreterek, değiştirerek ve kendi bağlamlarına uyarlayarak aktif bir rol oynarlar. Meme kültürü, özellikle siyasi hiciv ve toplumsal eleştiri için güçlü bir araç haline gelmiştir ve algoritmik filtrelemeye rağmen geniş kitlelere ulaşabilmektedir.

•Platform Direnci ve Alternatif Platformlar: Kullanıcılar, algoritmik dayatmalar veya platform politikalarından memnun kalmadıklarında, alternatif platformlara yönelerek veya mevcut platformlar içinde “direniş” stratejileri geliştirerek ajanslarını ortaya koyabilirler. Örneğin, bazı kullanıcılar, ana akım sosyal medya platformlarının sansür veya veri toplama politikalarına tepki olarak Mastodon veya Diaspora gibi merkezi olmayan platformlara geçiş yapmıştır. Bu tür hareketler, kullanıcıların dijital ekosistemi şekillendirme ve kendi bilgi akışlarını kontrol etme arayışını göstermektedir.

Bu örnekler, kullanıcıların dijital ortamda tamamen pasif olmadığını, aksine algoritmik yapıların sunduğu sınırlamalar içinde bile yaratıcı ve aktif yollarla etkileşimde bulunabildiğini göstermektedir. Ancak bu ajansın, algoritmik sistemlerin genel eğilimini (yani kişiselleştirme ve yankı odaları oluşturma) tamamen ortadan kaldırmadığı, aksine onunla sürekli bir gerilim içinde olduğu unutulmamalıdır. Makalemiz, bu gerilimi ve kullanıcı ajansının sınırlarını daha derinlemesine inceleyerek, dijital çağdaki kamusal alan tartışmalarına daha dengeli bir bakış açısı sunmayı hedeflemektedir.

Bulgular

Algoritmik Filtreleme ve Ortak Aklın Epistemik Kırılması

Dijital çağda bilgiye erişim, yalnızca bireysel merak ya da arama davranışına değil, dijital arama motorlarının, sosyal medyanın ve diğer dijital platformların sunduğu algoritmik sistemlere bağlı olarak şekillenmektedir. Bu algoritmalar, kullanıcının geçmiş etkileşimlerine, tıklama alışkanlıklarına ve davranışsal öngörülere dayalı olarak belirli içerikleri ön plana çıkarırken diğerlerini görünmez kılmaktadır. Böylece bilgi, serbestçe dolaşan ve her birey için eşit ulaşılabilir bir kaynak olmaktan çıkmakta, aksine dijital platformların belirlediği bir bilgi iktidarı içinde sunulmaktadır. Bu süreç, bireylerin çevrim içi deneyimlerini homojenleştirirken; diyalojik ortak aklın kurucu unsuru olan ortak referans çerçevesini de zayıflatmaktadır.

Bu bağlamda en çok tartışılan iki kavram, filtre balonu (filter bubble) ve yankı odasıdır (echo chamber). Eli Pariser (2011: 121), filtre balonu kavramını, kullanıcıların yalnızca kendi dünya görüşlerine uygun içeriklerle karşılaşması sonucunda, eleştirel düşünme yetisinin zayıflaması ve bilgi evreninin daralması şeklinde tanımlar. Benzer biçimde Sunstein (2001: 16), yankı odalarının bireyleri karşıt fikirlerden izole ettiğini, bunun da epistemik kutuplaşmayı derinleştirdiğini vurgular. Bu tür yapıların özellikle politik içerikler, toplumsal cinsiyet meseleleri, iklim değişikliği ve aşı karşıtlığı gibi konularda dijital kullanıcıları epistemik olarak ayırdığı çeşitli ampirik çalışmalarla da ortaya konmuştur (Cinelli vd. 2021: 3)

Örneğin, Facebook kullanıcılarının algoritmik haber akışı, siyasi eğilimlere göre süzölmüş bilgi sunmakta ve bu durum ortak aklın oluşması için gerekli olan çoğulcu bilgi dolaşımını engelleyerek 2016 ABD başkanlık seçimlerinde ciddi kutuplaşmalara zemin hazırlamıştır (Bakshy vd. 2015: 1130). Benzer şekilde, YouTube'un otomatik video öneri sistemi, izleyiciyi daha uç içeriklere yönlendirme eğilimindedir. Bu yönlendirme bireyleri ortak gerçeklik zemininden kopararak ortak akıl üretiminin ön koşullarını yok etmektedir. Örneğin, bir kullanıcı iklim değişikliğini araştırırken, birkaç tıklama içinde iklim inkârcılığı videolarına yönlendirilmiş olabilir (O'Callaghan vd. 2015: 460). Bu durum, algoritmik sistemlerin yalnızca içerik önerme değil, kullanıcıyı bilgiye dair algılar üzerinden biçimlendirme gücünü de ortaya koymaktadır.

Bu süreç, dijital içerik derleme olarak adlandırılır; yani kullanıcının ne göreceğine dair kararın, insan eliyle değil algoritmalar aracılığıyla verilmesidir. İçerik derleme kavramı, ilk olarak Bhargava (2009) tarafından “bilgiye anlam kazandırmak amacıyla içerik seçimi ve sunumu” olarak tanımlanmıştır. Sosyal medya bağlamında ise Valenza vd. (2014), bu süreci “sosyal medyanın imkânlarıyla içerik toplamak, düzenlemek, paylaşmak ve yorumlayarak bütünlüklü bir anlatı oluşturmak” biçiminde açıklamıştır. Daha yalın bir ifadeyle, içerik derleme; dijital ortamda veri yığınının içinden algoritmaların bir tür seçici gibi davranarak kullanıcıya neyin “görölmeye değer” olduğunu belirlemesidir. Ancak bu seçme süreci saydam değildir. Kullanıcılar, karşlarına çıkan içeriklerin ardında yatan yapay zekâ kararlarını bilmeden, bu süzölmüş bilgi evreni içinde dolaşırlar. Gillespie (2018: 181), bunu “görünmez seçim” (invisible curation) olarak adlandırır. Böylece kullanıcılar özgürce bilgiye ulaştıklarını düşünürken, aslında algoritmaların çizdiği bir bilgi haritası içinde yönlendirilmektedirler.

Epistemik eşitsizlik, bu yapının doğrudan sonucudur. Bourdieu'nün (1998: 163) “simgesel iktidar” kavramıyla okunabilecek bu süreçte, bilgiye erişim fırsatları eşit olmayan biçimde dağıtılmakta, belirli gruplar sistematik olarak bilgi dışında bırakılmaktadır. Düşük dijital okuryazarlığa sahip bireyler, algoritmalar tarafından sunulan içeriklere daha bağımlı hale gelmekte; bu da bilgiye değil, görünürlüğe yatırım yapan içerik üreticilerinin ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Böylece bilginin değil, algoritmik olarak optimize edilmiş içeriğin dolaşımını teşvik edilmektedir (Zuboff 2019: 109). TikTok, Instagram ve X (eski Twitter) gibi platformlarda kullanıcıların karşısına çıkan içerik, etkileşim geçmişi ve reklam verenlerin hedefleme stratejilerine göre belirlenmekte; bu da bilginin metalaşması ve “pazarlanabilir anlam” üretimiyle sonuçlanmaktadır (Couldry ve Mejias 2019: 58).

Güncel bir örnek, 2023'te Tik Tok'un ABD ve AB kullanıcılarına sunduğu siyasi içeriklerin farklılığıdır. Bu örnek, iki kavramın ayrımını somutlar:

- **Dijital kamusal alan boyutu:** Küresel kullanıcıların aynı teknik altyapıda içerik üretebilmesi,
- **Post-kamusal boyutu:** Algoritmanın bölgesel politik tercihlere göre farklı gerçeklikler inşa etmesi (Kerby vd. 2023)

İkinci durum, platformun nötr bir iletişim alanı olmaktan çıkıp epistemik iktidar aracına dönüştüğünü kanıtlamaktadır.

Dijital platformlar tarafından kurulan bu bilgi iktidarı, yalnızca bilgiye erişimi değil; neyin bilgi sayıldığı, kimin konuşabildiği ve hangi anlamların dolaşıma girdiğini de belirlemektedir. Bu da Habermas'ın (1991: 29) iletişimsel rasyonaliteye dayanan kamusal alan modelini işlevsiz kılmakta; yerini kişiselleştirilmiş, parçalanmış ve piyasaya entegre olmuş bir post-kamusal yapıya bırakmaktadır.

Post-Kamusal Yapının İzdüşümleri

Habermas'ın modern kamusal alan kuramı, bireylerin ortak meseleleri tartışmak üzere bir araya geldiği, rasyonel iletişim aracılığıyla fikirlerini serbestçe ifade ettiği ve kamusal aklın kolektif biçimde inşa edildiği bir alan tahayyülüne dayanır (Habermas 1989: 36). Bu alanın işleyişi, iletişimin simetrik, erişimin eşit ve hakikatin ortak referanslarla tanımlanabilir olduğu varsayımlarına bağlıdır. Ancak dijital çağın yapısal dönüşümleri, bu varsayımları hızla aşındırmakta ve kamusal alanın anlamını radikal biçimde yeniden tanımlamaktadır. Özellikle dijital platformların bilgiye erişim süreçlerini algoritmik mantıklarla düzenlemesi, katılımcıların yalnızca farklı bilgilere değil, farklı epistemolojik gerçekliklere maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu durum, yalnızca kamusal alanın zayıflaması değil, onun bilgi-üretim işlevinin yerini çok merkezli ve çoğu zaman birbirine kapalı "dijital anlam kümelerine" bırakması anlamına gelir. Bu yeni yapı, yalnızca söylemsel parçalanma değil; aynı zamanda kamusal hakikatin dağılması, ortak aklın yerini hiper-öznel yorumlara bırakması ve toplumsal bütünlük duygusunun çözülmesiyle sonuçlanmaktadır (Palau-Sampio ve López-García 2025: 90). Artık yalnızca farklı fikirler değil, farklı gerçeklik algıları da yan yana var olmakta; bu da kamusal karar alma süreçlerini tartışmadan çok çatışma zeminine çekmektedir. Dolayısıyla post-kamusal yapı, yalnızca medyanın biçimsel değişimiyle değil, bilgi iktidarının yeniden yapılanmasıyla karakterize edilmektedir.

Ortak Gerçeklik Zeminlerinin Aşınması

Kamusal alanın işleyebilmesi, toplumsal aktörlerin birbirleriyle paylaşabildiği asgari bir gerçeklik zemininin varlığına dayanır. Bu zemin, yalnızca teknik bir bilgiye erişim sorunu değil; epistemolojik bir uzlaşma alanıdır. Habermas'ın iletişimsel eylem kuramında bu zemin, diyalogun meşruiyetini sağlayan "ortak referans çerçevesi"dir (Habermas 1989: 75). Ancak dijital bilgi iktidarının yükselişiyle birlikte bu çerçeve, çok katmanlı biçimlerde çözülmektedir. Bu çözülme, epistemik otoritenin dijital platformlarda çok merkezli ve çatışmalı biçimlerde yeniden üretildiği süreçlerle doğrudan ilişkilidir (Bartsch vd. 2025: 38). Algoritmik filtreleme, kullanıcılara yalnızca kendi davranış geçmişleri ve tercihleri doğrultusunda içerik sunmakla kalmaz; onları giderek kişiselleştirilmiş bir gerçeklik balonunun içine kapatır (Pariser 2011: 8).

Bu durum, özellikle kriz dönemlerinde belirgin hâle gelmektedir. COVID-19 pandemisi sırasında sosyal medya platformları aracılığıyla yayılan yanlış bilgiler, bilimsel verilere duyulan güveni zayıflatmış, kamu sağlığı politikalarının uygulanabilirliğini ciddi ölçüde zorlaştırmıştır. Cinelli ve arkadaşları (2021), pandemi boyunca kullanıcıların Twitter, Facebook ve Reddit gibi platformlarda karşılaştıkları içeriklerin; bilimsellik düzeyine, siyasi eğilime ve duygusal dile göre dramatik farklılıklar gösterdiğini göstermiştir. Bu, sadece bilginin doğruluğuna değil, bilgiyi kimin ve nasıl sunduğuna dair epistemolojik güvensizlik yaratarak, ortak bir gerçeklik algısının zedelenmesine neden olmuştur.

Aynı olgu siyasal alanda da gözlemlenmektedir. 2016 ABD seçimleri sırasında Facebook kullanıcılarına gösterilen haber içeriklerinin algoritmik olarak filtrelenmesi, bazı kullanıcıların yalnızca belirli ideolojik eğilimlere maruz kalmasına, dolayısıyla siyasal olayları kendi inançlarını doğrulayacak şekilde algılamasına neden olmuştur (Bakshy vd. 2015: 7). Algoritmalar, görünürde tarafsız matematiksel formüllerle çalışsalar da toplumsal gerçekliği kişiselleştirerek kolektif olanın koşullarını ortadan kaldırmaktadır.

Ortak gerçeklik zeminlerinin aşınması, sadece kamusal akıl yürütmeyi değil, toplumsal dayanışma olanaklarını da kökten zayıflatır. Ortak sorunlara dair çözüm geliştirme kapasitesi, birlikte aynı sorunu kabul etmekle başlar. Ancak dijital bilginin parçalanmış doğası, sorunların bile tanımında uzlaşmaya varmayı güçleştirmekte; böylece kamusal alanın kamusallığı, teknik olarak erişilebilir ama sosyolojik olarak işlevsiz hâle gelmektedir.

Kamusal Tartışmanın Bireyselleşmesi

Kamusal alanın temel varsayımlarından biri, bireylerin ortak bir zeminde karşılaşabilmesi ve fikirlerin rasyonel biçimde tartışılabilir olmasıdır. Ancak dijital platformlar tarafından yönetilen

bilgi iktidarı, bu varsayımı yapısal olarak dönüştürmektedir. Algoritmik sistemler, kullanıcıya gösterilecek içeriği geçmiş etkileşimlerine, ilgi alanlarına ve davranışsal kalıplarına göre belirlerken, her birey için kişiselleştirilmiş bir dijital bilgi evreni inşa eder (van Dijck 2013). Bu kişiselleştirme ilk bakışta kullanıcı dostu bir tasarım gibi görünse de kamusal iletişimi kolektif bir deneyim olmaktan çıkararak bireyin çevrim içi varoluşuna indirger (Cohen 2023: 25). Birey, artık yalnızca bilgi tüketicisi değil, algoritmalar tarafından biçimlendirilen bir “epistemik özne” hâline gelir (Couldry ve Mejias 2019: 6).

Bu dönüşümün en çarpıcı sonucu, kamusal tartışmaların kolektif uzlaşma hedefinden saparak, bireysel ifade ve görünürlük stratejilerine indirgenmesidir (Guerrero 2024: 11). Örneğin sosyal medya kullanıcıları, siyasal ya da etik içerikleri paylaşırken genellikle tartışma üretmekten çok beğeni, paylaşım ve etkileşim kazanmayı önelemekte; bu da söylemin içeriğinden çok formunu öne çıkarmaktadır (Papacharissi 2015: 108). Türkiye’de bu görünürlük odaklı katılım biçimlerinin toplumsal hareketler bağlamında nasıl işlediğini ortaya koyan bir çalışma da Çımrın vd. (2024) tarafından sunulmuştur. Yazarlar, İslami feminist dijital platformlar olan Havle Kadın Derneği ve Reçel Blog örneği üzerinden, dijital kamusal alanda feminizmin görünürlük stratejilerinin bireyselleştirilmiş ve algoritmik olarak biçimlendirilmiş bir form kazandığını göstermektedir.” Twitter/X, Tik Tok veya Instagram gibi platformlarda siyasal içerik üretimi çoğu zaman “görünürlük odaklı katılım” düzeyinde kalmakta, bu da kamusal eylemi bir tür dijital görünürlük pratiğine dönüştürmektedir (Dean 2005). Böylece kamusal tartışma, tartışma olmaktan çıkar; izleyiciye hitap eden bir sunuma, bir gösteriye dönüşür.

Bireyselleşmiş bu söylem düzeni, yalnızca kamusal fikir üretiminin niteliğini değil, demokratik katılımın biçimini de etkilemektedir. Algoritmalar, bireyin karşılaştığı fikirlerin çeşitliliğini sınırlarken, karşıt görüşlere maruz kalma olasılığını dramatik biçimde azaltmaktadır. Bu da yalnızca filtre balonları ve yankı odaları yaratmakla kalmaz; aynı zamanda bireyin kendi görüşlerini sabit ve meşru kabul etmesine yol açan bir “epistemik kapanma” yaratır (Sunstein 2018: 93). Bu kapanma, tartışmayı diyaloga değil, monologlara indirger; her birey, kendi yankı mekanizması içinde düşünsel bir yalnızlık üretir.

Sosyal medyada artan bu bireyselleşmiş tartışma formu, aynı zamanda kamusal sorumluluğun zayıflamasıyla da paralel ilerler. Dijital ortamda kullanıcı, kolektif sorumluluğa değil, kişisel ifade özgürlüğüne vurgu yapar. Ancak bu ifade özgürlüğü, algoritmaların belirlediği görünürlük mantığıyla iç içe geçtiğinden, söylemin içeriksel değeri ile görünürlüğü arasında ciddi bir kopuş meydana gelir (Gillespie 2018: 185). Sonuç olarak dijital platformlarda

tartışılan konular kamusal olanı temsil etmez; yalnızca bireysel “görüşlerin” dijital performansına indirgenir. Bu da modern anlamda kamusal tartışmayı değil, post-kamusal bireysel sunumları çoğaltan bir yapı ortaya çıkarır.

Anlamın Piyasalaşması ve Algoritmik Rıza

Post-kamusal çağın en belirgin özelliklerinden biri, anlam üretiminin toplumsal bir uzlaşma süreci olmaktan çıkarak, platformların veri temelli çıkar mantığı içinde yeniden şekillenmesidir. Dijital platformlar, yalnızca içerik barındıran teknolojik arayüzler değil; kullanıcı davranışlarını gözlemleyen, yönlendiren ve dönüştüren algoritmik sistemlerdir. Bu sistemler, kullanıcıların dikkatini ölçülebilir ve metalaştırılabilir bir kaynağa dönüştürerek anlamı piyasaya açar. Burada anlam artık “hakikat” ya da “toplumsal fayda” üzerinden değil, etkileşim oranı, izlenme süresi ve reklam geliri gibi ölçütlerle değer kazanır (Zuboff 2019: 278). Bu bağlamda Sümer (2024), algoritmik düzenlemelerin yalnızca teknik değil, aynı zamanda bireyin bilişsel alanını disipline eden bir “sosyo-teknik tiranlık” yarattığını öne sürmektedir. Ona göre birey, neyin bilgi sayılacağına karar verme sürecinden dışlanmakta ve algoritmalar tarafından şekillendirilen edilgen bir özne hâline gelmektedir. Böylece bilgi, algoritmik filtrelerden geçerek yalnızca tüketilebilir değil, aynı zamanda satılabilir bir nesne hâline gelir. Anlamın bu biçimde piyasalaşması, yalnızca dijital ekonominin değil, aynı zamanda epistemik otoritenin de yeniden yapılanmasına neden olur. Hangi bilginin görünür olacağı, hangi içeriğin öne çıkacağı ya da hangi söylemin dolaşımda kalacağı; kullanıcı tercihlerinden çok, platformların reklam optimizasyonuna dayalı kararlarıyla belirlenir (Gillespie 2018: 173). Bu durum, içerik üreticilerini anlamı derinleştirmekten çok, viraliteye uygun formatlar üretmeye zorlar. Örneğin Tik Tok gibi kısa video temelli platformlarda karmaşık politik mesajlar yerine mizah, provokasyon ya da duygusal içeriklerin öne çıkması, bu yapının sonucudur. Kullanıcının dikkat süresi kıaldıkça, anlamın yoğunluğu değil, dikkat çekiciliği önem kazanır (Cotter 2019: 895-913).

Bu süreç yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda politik bir düzlemde işler (Aytac 2025: 1431-1445). Kullanıcıların neye maruz kalacağına karar veren algoritmalar, platformların epistemik mimarisi olarak işlev görür. Bu mimari içerisinde kullanıcı, bilgiye ulaşmak için çaba gösteren bir özne olmaktan çıkar; kendisine sunulan içerikler doğrultusunda şekillenen edilgen bir aktöre dönüşür. Bu dönüşüm, Gramsci'nin “rıza üretimi” kavramıyla ilişkilendirilebilecek bir süreci çağırıştırır: Kullanıcılar, görünüşte özgür oldukları dijital ortamda, aslında algoritmaların çerçevelediği bilgiye yöneltilmekte ve bu yönelimi gönüllü biçimde içselleştirmektedir. Couldry ve Mejias (2019: 3), bu durumu “veri sömürgesi” olarak adlandırır;

birey, yalnızca içerik tüketmez, aynı zamanda kendi davranışsal verilerini üretir ve böylece platformun iktisadi döngüsüne hizmet eder.

Bu noktada “algoritmik rıza” kavramı öne çıkar. Kullanıcıların tercih ettikleri içerikleri gördüklerini sanmaları, sistemin işleyişine dair farkındalık geliştirmelerini engeller. Halbuki içerik öneri sistemleri, tercihleri yalnızca yansıtmakla kalmaz; onları şekillendirir, yönlendirir ve yeniden üretir. Böylece rıza, bilgiye erişimden değil, bilgiye erişim biçimlerinin doğallaştırılmasından kaynaklanır (Noble 2018: 30). Anlam, burada yalnızca içeriğin taşıdığı simgesel değer değil, aynı zamanda platformun belirlediği dolaşım mantığıyla tanımlanan bir meta konumunda kalır (Onyeiwu 2025:6). Bu anlamda dijital platformlar yalnızca bilgi dolaşımının altyapısı değil, aynı zamanda bilgi üretiminin politik-iktisadi düzenleyicileridirler. Anlamın piyasalaşması, bireyin bilişsel özerkliğini azaltmakta; bilgi iktidarını dijital şirketlerin ellerinde yoğunlaştırmaktadır. Bu yapı içinde kullanıcı hem tüketici hem veri üreticisi hem de algoritmik yönetişimin bir nesnesi olarak konumlanır. Post-kamusal çağda anlam, toplumsal diyalogun değil, algoritmik görünürlüğün bir sonucudur.

Tartışma

Kamusal Alanın Dönüşümüne Dair Bulguların Kuramsal Yorumu

Bu çalışmanın bulguları, dijitalleşme çağında kamusal alanın yapısal bir dönüşüm geçirdiğine ve artık klasik Habermasçı modelin koşullarını karşılamadığına işaret etmektedir. Bu dönüşümü kavramsallaştırırken, “dijital kamusal alan” ile “post-kamusal yapı” arasındaki niteliksel ayrım kritik önem taşır:

- Dijital kamusal alan, geleneksel kamusal işlevlerin (özgür tartışma, çoğulcu katılım) dijital ortama teknik aktarımını ifade eder. Bu evrede teknoloji, iletişimin kapsamını genişletir ancak rasyonel diyalog mantığını korur.
- Post-kamusal yapı ise algoritmik düzenlemelerin kamusal alanın ontolojik temellerini (müşterek referans çerçevesi, rasyonel uzlaşma) dönüştürdüğü epistemik kopuşu temsil eder.

Bu ayrım, platformların teknik altyapılarından ziyade bilgi iktidarı olarak işleyişini anlamak için gereklidir (Couldry ve Mejias 2019: 193). Örneğin Facebook'un haber akış algoritması yalnızca içerik dağıtımını dijitalleştirmekle (dijital kamusal alan) kalmaz; aynı zamanda hangi gerçekliğin görünür olacağını belirleyerek kamusal rasyonaliteyi yeniden yapılandırır (post-kamusal). Bu ikili işleyiş, demokratik meşruiyetin iletişimsel temellerini fiilen askıya almaktadır.

Habermas'ın kamusal alan tanımı, bireylerin ortak sorunlar hakkında eşit koşullarda, rasyonel tartışmalar yoluyla fikir alışverişinde bulunduğu iletişimsel bir uzamı varsayar (Habermas 1989). Ancak çalışmamız, algoritmik filtreleme mekanizmalarının bu modeli fiilen işlemez hâle getirdiğini göstermektedir. Özellikle kullanıcıya göre kişiselleştirilen içeriklerin epistemik çokluk yaratması, ortak referans çerçevesinin aşınmasına neden olmakta, böylece kamusal alanın “ortaklaşma” yönü zayıflamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, dijital kamusal alanın klasik modelin bir uzantısı değil, alternatif bir bilgi rejiminin, ya da artık kullandığımız kavramla, bilgi iktidarının, oluşum alanı olduğu söylenebilir.

Bu dönüşüm, sadece teknik bir medya geçişi değil, aynı zamanda kültürel ve ontolojik bir yeniden yapılanmadır. Bireyler kamusal tartışmaların özneleri olmaktan ziyade, dijital altyapılar tarafından şekillendirilmiş içerik akışlarının tüketicileri hâline gelmektedir. Bu durum, kamusal akıl yürütmenin koşullarını askıya almakta ve iletişimi simetrik değil, asimetric bir iktidar ilişkisi düzlemine taşımaktadır (Couldry ve Mejias 2019: 193). Bu bağlamda kamusal alan, artık yalnızca medya sistemlerinin dönüşümüyle değil; bilginin dolaşım mantığı, görünürlüğün algoritmik olarak örgütlenmesi ve anlamın ticari bir forma bürünmesiyle yeniden şekillenmektedir.

Bilgi İktidarının Yapısal ve Simgesel Biçimleri

Foucault'nun bilgi ve iktidar arasındaki iç içe geçmişliği analiz ettiği çerçevede, günümüz platformları da yalnızca içerik barındırmakla kalmaz; bilgiyi nasıl göreceğimizi, neye dikkat edeceğimizi ve hangi söylemleri “meşru” kabul edeceğimizi belirleyen epistemik mimariler olarak işlev görürler (Foucault 1980). Bu çalışmanın bulguları, algoritmik düzenleme sistemlerinin sadece kullanıcı tercihlerine tepki vermediğini; aksine, tercihleri şekillendirdiğini ve böylece söylem alanını önceden yapılandırdığını göstermektedir. Örneğin Tik Tok, YouTube veya Instagram gibi platformlar kullanıcıya yalnızca ilgili içerikleri değil, algoritmik olarak görünürlüğü artırılmış belirli formatları sunmakta; bu da alternatif söylemlerin dolaşımını kısıtlamaktadır (Cotter 2019: 895-913).

Bourdieu'nün medya alanını simgesel mücadelelerin yürütüldüğü bir iktidar alanı olarak tanımlaması da bu bağlamda aydınlatıcıdır. Dijital medya alanı, artık yalnızca haber üretiminin değil; görünürlük, etkileşim ve veri üretiminin de rekabet alanı hâline gelmiştir. Bireyler, siyasal fikirlerini ifade ederken bile “görünürlük odaklı katılım” pratikleri çerçevesinde hareket etmekte; bu da kamusal söylemi içerikten çok biçim ve dikkat ekonomisiyle hizalamaktadır (Papacharissi 2015: 94). Bu bağlamda bilgi iktidarı, sadece yapısal değil, aynı zamanda

simgesel bir tahakküm biçimidir: Ne bildiğimiz kadar nasıl görünmek istediğimiz de epistemik bir stratejiye dönüşmektedir.

Ortak Akıl Krizi ve Epistemik Adaletsizlik

Bulgular, dijital kamusal alanda ortak akıl krizini besleyen epistemik adaletsizlikler oluştuğunu ortaya koymaktadır. Noble (2018: 42-43), algoritmaların görünürde tarafsız fakat toplumsal olarak kodlanmış karar mekanizmaları olduğunu savunarak, bu dijital sistemlerin epistemik adaletsizlik ürettiğine dikkat çeker. Bu adaletsizlik, yalnızca bireysel değil sistemik algoritmik önyargılarla da üretilir; teknik tasarımın kendisi toplumsal eşitsizlikleri güçlendirebilir (Bozdağ 2013: 315). Çalışmamızda analiz edilen filtre balonları, yankı odaları ve dikkat ekonomisine dayalı kürasyon süreçleri, bireylerin yalnızca seçici bilgiye maruz kaldığını değil; aynı zamanda karşıt argümanlarla karşılaşmadan, kendi inançlarını pekiştiren içerikler arasında hapsedildiğini göstermektedir.

Bu durum, kolektif akıl yürütmenin ön koşulu olan “epistemik ortak zemin”i ortadan kaldırmakta; bireyler farklı dünyalarda yaşar hâle gelmektedir. Dolayısıyla epistemik kırılma yalnızca birey düzeyinde değil; toplumsal düzlemde de ciddi sonuçlar doğurmaktadır. Aytaç (2025), büyük teknoloji şirketlerinin demokratik denetim dışına çıkan epistemik gücünün, bireyin düşünsel özerkliğini sistematik biçimde erozyona uğrattığını savunur. Bu bağlamda dijital bilgi iktidarı, klasik anlamda devletin sansür mekanizmasına benzemeyen ama onun kadar etkin, hatta daha derin bir hegemonya yaratmaktadır: Kullanıcının neyi bilmediğini bile bilemediği bir sistem.

Ortak Akıl Krizi: Diyalojik Süreçlerden Algoritmik Düzenlemeye

Bulgularımız, dijital platformlardaki algoritmik filtrelemenin Habermasçı anlamda diyalojik ortak akıl üretimini üç temel düzeyde engellediğini göstermektedir. İlk olarak, algoritmik kişiselleştirme kullanıcıları kendi epistemik kabuklarına hapsederek karşıt görüşlerle etkileşimi asgari düzeye indirir. Facebook örneğinde görüldüğü gibi (Bakshy vd. 2015), bireyler ağırlıklı olarak mevcut inançlarını doğrulayan içeriklerle karşılaşmakta, bu durum ortak aklın önkoşulu olan çoksesli diyalog zeminini ortadan kaldırmaktadır.

İkinci olarak, platformların dikkat ekonomisine dayalı işleyişi, rasyonel tartışmadan çok duygusal tepki çeken içerikleri öne çıkarmaktadır. Tik Tok ve Instagram gibi platformlarda karmaşık politik meselelerin mizah veya şok öğeleri içeren kısa formatlara indirgenmesi, ortak aklın temel bileşenlerinden olan eleştirel rasyonaliteyi zayıflatmaktadır. Gillespie'nin (2018)

vurguladığı gibi, bu durum içeriğin biçimsel özelliklerinin epistemik derinliğin önüne geçmesiyle sonuçlanır.

Üçüncü ve en kritik düzeyde, filtre balonları içinde oluşan “algoritmik mikro-konsensüsler” toplumsal uzlaşmanın parçalanmasına yol açmaktadır. Her kullanıcı grubunun kendi veri güdümlü hakikat rejiminde yaşaması, ortak aklın nihai hedefi olan geçici mutabakatı imkânsız kılmaktadır (Habermas 1991). Bu durum, COVID-19 pandemisinde sosyal medyada yayılan bilimsel ve bilimsel olmayan içeriklerin paralel evrenlerde var olması örneğinde somutlaşmaktadır (Cinelli vd. 2021).

Bu üçlü kırılma, post-kamusal çağın temel çelişkisini oluşturmaktadır: Dijital platformlar görünürde iletişimi kolaylaştırırken, aslında ortak akıl üretiminin ontolojik koşullarını aşındırmaktadır. Foucaultcu perspektiften bakıldığında, bu durum yeni bir “hakikat rejimi”nin ortaya çıkışına işaret etmektedir; veriye dayalı, istatistiksel olarak üretilmiş ve ticarileştirilmiş bir konsensüs modeli. Bu rejim içinde ortak akıl, kolektif diyalog yerine algoritmik optimizasyonun bir ürünü haline gelmektedir.

Literatürle Diyalog: Ne Ekliyoruz? Ne Tartışıyoruz?

Mevcut literatürde dijital kamusal alanın dönüşümüne ilişkin çok sayıda değerli çalışma mevcuttur. Örneğin Cinelli ve arkadaşları (2021), pandeminin bilgi ekosisteminde yol açtığı “infodemi”ye * işaret ederken, Sunstein (2018: 262) algoritmik sistemlerin bireyleri nasıl ideolojik yankı odalarına sürüklediğini ortaya koyar. Ancak bu çalışma, dijitalleşmenin yalnızca bilgiye erişim değil, aynı zamanda anlam üretiminin doğasını da dönüştürdüğünü göstererek literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Örneğin Tik Tok veya Instagram gibi dikkat temelli platformlarda sadece içerik değil, içerik formatı, duygu tonu ve estetik tercihleri dahi algoritmik görünürlük koşullarına göre şekillendirilir (Gillespie 2018: 168; Cotter 2019: 896). Bu durum, platform mantığının epistemik mimariye doğrudan müdahale ettiğini ve bu müdahalenin çoğu zaman kullanıcı farkındalığının dışında gerçekleştiğini göstermektedir.

Ayrıca Couldry ve Mejias’ın (2019) “veri sömürgesi” kavramıyla tanımladığı dijital emek biçimi, bu makalede “algoritmik rıza” kavramıyla ilişkilendirilmiş; kullanıcının sisteme gönüllü katılımının bir hegemonya formu olarak nasıl üretildiği açığa çıkarılmıştır. Böylece bu

*Infodemi, belirli konular hakkında hem doğru hem de yanlış bilgilerin hızlı ve geniş kapsamlı bir şekilde yayılmasıdır (Zielinski 2021).

makale, algoritmik sistemlerin politik ekonomisini etik, epistemoloji ve toplumsal ontoloji düzleminde yeniden düşünmeye çağırılmaktadır.

Karşılaştırmalı Analiz: Klasik ve Dijital Çağda Kamusal Alan ve İzleyici

Kamusal alanın ve izleyicinin rolünün zaman içindeki dönüşümünü daha net ortaya koymak amacıyla, klasik kitle iletişim kuramları ile dijital çağın kuramlarını karşılaştıran bir tablo aşağıda sunulmuştur. Bu tablo, makalede ele alınan temel kavramların farklı dönemlerde nasıl ele alındığını özetlemektedir.

Tablo: 1. Klasik ve Dijital Çağda Kamusal Alan ve İzleyici

Özellik / Kuramcı	Klasik Kitle İletişim Kuramları (Örn: Smythe, Hall)	Dijital Çağ Kuramları (Örn: Zuboff, Couldry ve Mejias, Van Dijck)
İzleyici Rolü	Pasif Tüketici (Smythe), Aktif Kod Çözücü (Hall)	Veri Üreticisi, Algoritmik Özne, Katılımcı (Jenkins)
Bilgi Akışı	Tek Yönlü (Yayıncıdan İzleyiciye)	Çok Yönlü, Ağ Tabanlı, Algoritmik Filtreli
Kamusal Alan	Fiziksel ve Medya Aracılı Tartışma Alanı	Algoritmik Olarak Yapılandırılmış, Kişiselleştirilmiş Dijital Alan
İktidarın Kaynağı	Medya Kuruluşları, Devlet	Platform Şirketleri, Algoritmalar, Veri Tekeli
Temel Kavramlar	İzleyici Emtiası, Kodlama/Kod Çözme	Gözetim Kapitalizmi, Veri Sömürgesi, Algoritmik Rıza, Filtre Balonu, Yankı Odası, Katılımcı Kültür
Anlam Üretimi	Toplumsal Uzlaşma, Medya Tarafından Şekillendirme	Algoritmik Optimizasyon, Piyasalaşma, Virallite Odaklı

Kaynak: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu tablo, kamusal alanın ve izleyicinin rolünün, teknolojinin ve ekonomik yapıların değişimiyle birlikte nasıl evrildiğini göstermektedir. Klasik dönemde izleyici, Smythe'in (1977) eleştirdiği gibi bir "meta" olarak görülse de Hall'ın (1980) vurguladığı gibi mesajları yorumlama konusunda bir ajansa sahipti. Dijital çağda ise bu ajans, algoritmik yapıların getirdiği yeni sınırlamalar ve veri odaklı ekonomik modellerle birlikte daha karmaşık bir hal almıştır. Kullanıcılar bir yandan aktif içerik üreticisi ve katılımcı olarak öne çıkarken, diğer yandan kendi verileri üzerinden gözetim kapitalizminin ve veri sömürgesinin bir parçası haline gelmektedir.

Çalışmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Araştırmalara Katkı

Bu araştırma, teorik ve kavramsal düzeyde bir analiz sunduğu için, doğrudan ampirik verilere dayanmamaktadır. Bu nedenle, dijital kullanıcı deneyimlerinin nitel veya nicel yöntemlerle doğrudan gözlemlendiği alan çalışmalarıyla desteklenmesi, kuramın sahada nasıl işlediğini

göstermek açısından önemli olacaktır. Özellikle farklı sosyo-ekonomik grupların, algoritmik sistemlerle nasıl farklı şekillerde ilişkilendiği; epistemik adaletsizliklerin sınıfsal, etnik ya da cinsiyet temelli yönleriyle nasıl kesiştiği gibi sorular, ileriki çalışmalarda derinleştirilebilir. Ayrıca, algoritmaların toplumsal hafıza, siyasal mobilizasyon ve etik kodlar üzerindeki etkilerine odaklanan disiplinler arası çalışmalar, “bilgi iktidarı” kavramını daha da rafine hâle getirebilir. Nihayetinde bu çalışma, dijital çağın yalnızca bir teknoloji sorunu değil; aynı zamanda bir hakikat, temsil ve kamusal sorun olduğunu ortaya koyarak, geleceğin daha adil bir bilgi mimarisi için düşünsel bir zemin sunmayı amaçlamaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, dijital platformların sadece teknik altyapılar değil, aynı zamanda bilgi iktidarının yeniden yapılandığı alanlar olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, dijital kamusal alan ile post-kamusal yapı arasındaki temel ayrımın bu çalışmanın özgün katkılarından biri olduğunu vurgulamak gerekir: Dijital kamusal alan, geleneksel kamusal işlevlerin (özgür tartışma, çoğulcu katılım) dijital ortama teknik aktarımını ifade ederken, post-kamusal yapı, algoritmik düzenlemelerin kamusallığın ontolojik özelliklerini (rasyonel diyalog, müşterek referans) radikal biçimde dönüştürdüğü epistemik kopuşu temsil eder.

Kamusal alanın Habermasçı modeline dayalı rasyonel ve simetrik iletişim varsayımı, kişiselleştirilmiş içerik akışları, dikkat ekonomisine dayalı kürasyon mantığı ve algoritmik görünürlük rejimleri altında büyük ölçüde işlevsizleşmektedir. Dijitalleşmenin kamusal olanı nasıl parçaladığına değil, daha temelden, “kamusal” olanı hangi epistemolojik, teknolojik ve iktisadi koşullarda yeniden kurduğuna odaklanmak bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Elde edilen bulgular, bireylerin artık yalnızca farklı fikirlerle değil, farklı gerçeklik yapılarıyla karşı karşıya kaldığını göstermektedir. Filtre balonları, yankı odaları ve kişiselleştirilmiş veri akışları, ortak bir sorun tanımı ve kolektif çözüm üretme kapasitesini ciddi biçimde zayıflatmaktadır. Bu durum, sadece bilgiye erişimle değil, bilginin nasıl üretildiği ve dolaşıma sokulduğuyla ilgili yapısal bir soruna işaret etmektedir. Birey, içerik üreticisi gibi görünse de esasen algoritmaların belirlediği dolaşım ekonomisi içinde konumlanan edilgen bir özneye dönüşmektedir.

Platformlar, yalnızca hangi içeriğin görünür olacağını değil, anlamın ne şekilde biçimleneceğini de belirleyen epistemik mimariler haline gelmiştir. Anlam, toplumsal bir uzlaşma sürecinin değil; çoğu zaman görünürlük, etkileşim ve tüketilebilirlik ölçütleri üzerinden değer

kazanan bir piyasa nesnesine indirgenmiştir. Bu dönüşüm, bilgi üretimini yalnızca manipülasyon ya da dezenformasyon bağlamında değil; daha geniş bir anlamda hakikatin piyasalaşması olarak ele almayı gerektirmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın katkısı, dijitalleşmeyi yalnızca bir medya dönüşümü olarak değil, epistemik adalet, ortak akıl ve kamusal sorumluluk bağlamında daha yapısal bir kırılma olarak ele almasıdır. Literatürde sıkça yer bulan algoritmik kutuplaşma ve dezenformasyon temalarının ötesine geçerek, anlamın nasıl örgütlendiği ve rızanın nasıl üretildiği sorularını ortaya koymaktadır.

Kuramsal düzeyde çalışmanın sunduğu bu çerçeve, daha sonraki ampirik araştırmalar için de zemin oluşturabilir. Farklı sosyoekonomik grupların dijital platformlardaki bilgiye erişim biçimleri, algoritmik yönlendirmeye karşı geliştirdikleri direnç stratejileri ve dijital medya okuryazarlığının bu süreçteki rolü gelecekteki çalışmalar açısından önemli sorular doğurmaktadır. Ayrıca, bilgi iktidarının kent planlamasından eğitim politikalarına, siyasal katılımdan kültürel temsillere kadar uzanan etkileri, disiplinler arası bir araştırma gündemi oluşturabilir. Dijital çağda kamusal olanın yeniden inşasının yalnızca teknolojik değil, epistemolojik ve etik bir mesele olduğunu vurgulamaktadır. Anlamı birlikte kurmanın, ortak referanslara dayanan bir dünyayı yeniden tahayyül etmenin önkoşulu; algoritmaların ötesinde bir bilgi politikası tartışması yürütmekten geçmektedir.

EXTENDED ABSTRACT

This article undertakes a comprehensive theoretical and critical examination of the profound transformations occurring within the public communication sphere, driven by the pervasive influence of algorithmic filtering mechanisms. Our central thesis posits that these mechanisms, far from being neutral technical tools, actively undermine the production of common sense, a concept we define as the collective capacity for rational deliberation and the collaborative generation of solutions to shared societal problems. This inquiry is rooted in the foundational theories of Jürgen Habermas, particularly his communicative action theory and model of the public sphere, and Michel Foucault's incisive conceptualization of the regime of knowledge. Through this dual theoretical lens, we reveal that access to information in the digital age transcends mere technical facilitation, evolving into a deeply political and epistemological battleground. Algorithms, by meticulously personalizing content, inadvertently (or intentionally) steer individuals into insular echo chambers, thereby fragmenting the very fabric of rational deliberation that is essential for a socially pluralistic environment. This process leads

to a significant erosion of the common frame of reference, the shared epistemic ground, that underpins public reasoning and serves as a constitutive element of common sense. Consequently, it impairs individuals' capacity not only to acquire knowledge but also to cultivate mutual understanding. The article meticulously analyzes these developments within the conceptual framework of the "post-public era," asserting that algorithmic systems are not merely organizing information flows but are actively structuring the very space of common sense upon which democratic decision-making processes fundamentally rely. The overarching implication is that this emergent information regime exacerbates the crisis of dialogical common sense, perpetuates epistemic inequalities, and ultimately signals a profound crisis in the public imagination of increasingly digitalized societies.

To fully grasp the contemporary challenges posed by algorithmic filtering, it is imperative to contextualize them within the broader historical evolution of communication theories and their understanding of the public sphere and audience. This revised abstract elaborates on the integration of several seminal thinkers, addressing the referee's critique regarding the lack of historical perspective and the perceived passivity of the audience.

Dallas Smythe and the Enduring Relevance of the Audience Commodity: We revisit Dallas Smythe's radical concept of the "audience commodity," originally articulated in the 1970s to critique the economic underpinnings of broadcast television. Smythe argued that television networks did not primarily sell programs to audiences, but rather sold the audiences' attention and time as a "commodity" to advertisers. This perspective fundamentally challenged In the digital age, the structures of public communication have undergone a fundamental transformation, undermining the foundational principles of dialogical reasoning, shared deliberation, and democratic participation. This paper offers a theoretical inquiry into the epistemic consequences of algorithmic filtering, conceptualizing the emerging information regime as a "post-public" condition. Unlike the traditional public sphere described by Habermas, where rational discourse unfolds among free and equal individuals, the post-public space is shaped by platform-driven algorithms that personalize, sort, and curate information flows according to economic, behavioral, and ideological parameters. The study critically explores how this transformation erodes the ontological conditions to produce common sense, defined here as the shared cognitive and communicative ground upon which collective problem-solving and social coordination rest.

Anchored in the frameworks of critical communication theory and the sociology of knowledge, the analysis draws from the intellectual legacies of Jürgen Habermas, Michel

Foucault, Shoshana Zuboff, Pierre Bourdieu, José van Dijck, and Nick Couldry and Ulises Mejias. While Habermas provides the normative ideal of communicative rationality and dialogical consensus, Foucault offers a genealogical lens to unpack how knowledge regimes are shaped by underlying power structures. This dual perspective allows the study to demonstrate that digital platforms do not merely mediate information, but actively constitute the terrain on which epistemic hierarchies are produced, legitimized, and enforced.

The paper begins with a historical reconstruction of the public sphere's evolution, revisiting classical communication theories. Dallas Smythe's theory of the audience commodity is revisited to analyze how attention has become a form of value extraction within surveillance capitalism. Stuart Hall's encoding/decoding model is used to examine the dynamic tension between algorithmic preselection and user interpretation. Neil Postman's notion of Technopoly helps frame how technological systems redefine knowledge by prioritizing virality over critical depth, while Manuel Castells's concept of the network society situates algorithmic power within the broader architecture of informational capitalism. This genealogy provides a theoretical scaffold to understand the epistemic shifts induced by algorithmic content curation.

The concept of algorithmic filtering lies at the core of this inquiry. Algorithmic systems, especially those employed by social media platforms and search engines, condition users' informational experiences based on their past behaviors, preferences, and inferred interests. While this personalization ostensibly enhances user relevance, it paradoxically encloses users within ideologically homogeneous filter bubbles and echo chambers (Pariser 2011; Sunstein 2001). These conditions impede individuals' exposure to opposing views, thereby disrupting the preconditions for rational debate and shared understanding. More than a technical issue, the study argues that this is an epistemological crisis that reconfigures the cognitive infrastructure of public life.

To extend the theoretical discussion, the article introduces the concept of post-publicity. Unlike "digital public sphere," which implies a technological continuation of the classical ideal, "post-public" denotes a structural rupture, an era in which algorithmic mediation subverts dialogical norms and reconstitutes the public not as a deliberative community, but as segmented data profiles optimized for behavioral prediction. In this context, information no longer circulates to serve public understanding but to maximize engagement, visibility, and monetization. Meaning becomes commodified; truth becomes optional; and epistemic authority is outsourced to opaque, proprietary algorithms.

At the heart of this analysis is the crisis of common sense, understood not as “common knowledge” but as a collective epistemic capacity. Common sense in democratic societies requires the co-existence of diverse viewpoints, a shared reference frame, and the mutual recognition of interlocutors as rational agents. However, algorithmic filtering disrupts this ecology by isolating users in personalized information silos, thereby weakening the conditions for mutual intelligibility. Drawing on the work of Safiya Noble and Seda Gürses, the article further examines how algorithmic decision-making reproduces systemic epistemic injustice, particularly along lines of race, class, and gender.

Yet, the paper also resists a purely deterministic view. In a dedicated section on *user agency* and algorithmic interaction, it highlights the role of participatory practices such as hashtag activism, meme-based discourse, and platform resistance as forms of user reappropriation. Henry Jenkins’s theory of participatory culture is employed to argue that users can, under specific conditions, mobilize algorithmic affordances to advance collective goals. Examples such as BlackLivesMatter, climate strikes, or feminist digital campaigns illustrate the ambivalence of algorithmic systems: while structurally constraining, they also enable forms of bottom-up visibility and collective articulation.

Nevertheless, this emergent agency does not negate the structural issues. As the analysis of Facebook’s algorithmic feed during the 2016 U.S. election and YouTube’s radicalization pathways shows, personalization mechanisms are prone to amplify polarizing and sensational content, which further fractures the epistemic landscape. These algorithmic tendencies, when aligned with the commercial imperatives of attention economies, endanger the possibility of dialogical reasoning, and deepen what this paper terms the “crisis of epistemic convergence.”

The findings of the study point to an overarching paradox: while the internet has democratized access to expression, it has simultaneously privatized the infrastructures of attention and understanding. The erosion of shared cognitive spaces undermines not only public debate but also collective action, solidarity, and long-term civic trust. This shift marks a transition from communicative democracy to a curated algorithmic regime, where what we know, what we see, and what we believe are mediated by non-transparent systems driven by profit, not public good.

In conclusion, the paper calls for a reconceptualization of digital epistemology. It argues that discussions of algorithmic regulation must move beyond privacy and data protection to address the more fundamental question of epistemic sovereignty: who decides what is known, visible, and relevant in digital space? Only by reasserting normative control over algorithmic

infrastructures, through democratic oversight, algorithmic transparency, and platform accountability, can the possibility of a revived common sense be reclaimed. As such, this study aims to contribute to a growing interdisciplinary discourse that bridges digital communication, critical theory, and political epistemology.

KAYNAKÇA

- Amoore, L. (2020). *Cloud ethics: Algorithms and the attributes of ourselves and others*, Duke University Press. Doi: <https://doi.org/10.1215/9781478009276>
- Aytac, U. (2024). Big Tech, Algorithmic Power, and Democratic Control, *The Journal of Politics*, 86(4), 1431-1445. Doi: <https://doi.org/10.1086/729938>
- Bakshy Bakshy, E., Messing, S. ve Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook, *Science*, 348(6239), 1130-1132. Doi: <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Bartsch, A., Neuberger, C., Stark, B. vd. (2025). Epistemic authority in the digital public sphere. An integrative conceptual framework and research agenda, *Communication Theory*, 35(1), 37-50. Doi: <https://doi.org/10.1093/ct/qtae020>
- Bhargava, R. (2009, September). Manifesto For The Content Curator: The Next Big Social Media Job Of The Future?. <https://rohitbhargava.com/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future/> (Erişim: 10.06.2025).
- Bourdieu, P. (1998). *On television* (PP Ferguson, Trans.), New York, NY: The.
- Bozdog, E. (2013). Bias in algorithmic filtering and personalization, *Ethics and information technology*, 15, 209-227. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10676-013-9321-6>
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I*. Blackwell Publishers.
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A. vd. (2021). The echo chamber effect on social media, *Proceedings of the national academy of sciences*, 118(9), e2023301118. Doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301111>
- Çımrın, F. K., Öztürk, I. ve Demir, A. C. Türkiye’de İslami Feminist Hareketin Dijital Aktivist Yansımaları: Havle Kadın Derneği ve Reçel Blog Örneği, *İmgelem*, (15), 239-268. Doi: <https://doi.org/10.53791/imgelem.1567052>
- Cohen, J. E. (2023). Infrastructuring the Digital Public Sphere, *Georgetown Law Faculty Publications and Other Works*, 2517.
- Cotter, K. (2018). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram, *New Media & Society*, 21(4), 895-913. Doi: <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- Couldry, N., Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*, *The costs of connection* içinde, Stanford University Press.
- Dean, J. (2005). Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics, *Cultural politics*, 1(1), 51-74. Doi: <https://doi.org/10.2752/174321905778054845>
- Decherney, P., Sender, K. (Eds.). (2018). *Stuart hall lives: Cultural studies in an age of digital media*, London: Routledge.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972-1977*, Pantheon.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms, T. Gillespie, P. Boczkowski ve K. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* içinde (167-193), MIT Press.

- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*, Yale University Press.
- Guerrero, J.V. (2024). Beyond the Digital Public Sphere: Towards a Political Ontology of Algorithmic Technologies, *Philosophy & Technology*. Doi: <https://doi.org/10.1007/s13347-024-00789-x>
- Habermas, J. (1989). *The theory of communicative action: Volume 1: Reason and the rationalization of society* (Vol. 1), Beacon press.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*, MIT press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H., You, J. (2024). The path from participatory culture to participatory politics: A critical investigation—An interview with Henry Jenkins, *Communication and the Public*, 9(1), 4-19. Doi: <https://doi.org/10.1177/20570473231224816>
- Kerby, N., Schueler, M., Romano, S. vd. (2023, October). The World According to TikTok, Paper presented at AoIR2023: The 24th Annual Conference of the Association of Internet Researchers. Philadelphia, PA, USA: AoIR. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13435> (Erişim: 23.04.2025).
- Napoli, P. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*, Columbia University Press.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*, NYU Press.
- O’Callaghan, D., Greene, D., Conway, M. vd. (2015). Down the (white) rabbit hole: The extreme right and online recommender systems, *Social Science Computer Review*, 33(4), 459-478. Doi: <https://doi.org/10.1177/0894439314555329>
- Onyeiwu, H.O. (2025). Digital Rhetoric and Algorithmic Bias: Exploring Social Media’s Role in Shaping Public Discourse and Political Polarization. <https://www.researchgate.net/publication/389312911>
- Palau-Sampio, D., López-García, G. (2025). Challenges in a Hostile Scenario, *News, Media, and Communication in a Polarized World: A Spanish perspective* içinde (23-50), Cham: Springer Nature Switzerland. Doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-86620-3_4
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*, Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*, Penguin UK.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, Penguin Books.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, Vintage Books.
- Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1-28.
- Smythe, D. W. (1981). *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada*, Ablex Publishing Corporation.

- Sümer, O. (2024). Algoritma Tiranlığı: Dijital Dünyada Bireyin Savunmasızlığına Yönelik Bir Sosyo-Teknik Analiz, *İmgelem*, (15), 87-114. Doi: <https://doi.org/10.53791/imgelem.1498729>
- Sunstein, C. R. (2001). *Echo Chambers: Bush v. Gore, Impeachment, and Beyond*, Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*, Princeton: Princeton University Press, 2017. 328 pp. ISBN: 978-0691175515, *Business Ethics Quarterly*, 28(3), 360-363. Doi: <https://doi.org/10.1086/696988>
- Valenza, J. K., Boyer, B. L. ve Curtis, D. (2014). Curation platforms, *Library Technology Reports*, 50(7), 60-65.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*, Oxford University Press.
- Zielinski, C. (2021). Infodemics and infodemiology: a short history, a long future, *Revista panamericana de salud publica*, 45, e40. Doi: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.40>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*, edn. PublicAffairs, New York.

Makale Bilgileri/Article Information

Etik Beyan:	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan edilir.	Ethical Statement:	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Çıkar Çatışması:	Çalışmada kişiler veya kurumlar arası çıkar çatışması bulunmamaktadır.	Conflict of Interest:	The authors declare that declare no conflict of interest.
Yazar Katkı Beyanı:	Çalışmanın tamamı yazar tarafından oluşturulmuştur.	Author Contribution Declaration:	The entire study was created by the author.
Mali Destek:	Çalışma için herhangi bir kurum veya projeden mali destek alınmamıştır.	Financial Support:	The study received no financial support from any institution or project.
Yapay Zekâ Kullanımı:	Bu çalışmada herhangi bir yapay zekâ tabanlı araç veya uygulama kullanılmamıştır.	Use of Artificial Intelligence:	This study did not utilize any artificial intelligence-based tools or applications.
İntihal:	Bu makalede intihal taraması yapılmış ve intihal içermediği teyit edilmiştir. – İntihal.Net	Plagiarism:	This article has been scanned for plagiarism and it has been confirmed that it does not contain plagiarism. – İntihal.Net

