

ALGORİTMALARIN İKTİDARI: DİJİTAL HEGEMONYA, TEMSİL KRİZİ VE AYRIMCILIĞIN YENİ BİÇİMLERİ

Hakan ASTA¹

Öz

Bu çalışma, dijital çağda algoritmaların yalnızca teknik işleyişi düzenleyen araçlar değil, aynı zamanda ideolojik ve kültürel hegemonya üreten yapılar olduğu tezinden hareket etmektedir. Gramsci'nin kültürel hegemonya kuramı ile Laclau ve Mouffe'un söylem kuramı, çalışmanın teorik çerçevesini oluşturmaktadır. Bu kuramlar ışığında, algoritmaların bilgiye erişim, görünürlük, temsiliyet biçimleri ve siyasal yönelimler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmanın amacı, algoritmik sistemlerin demokratik süreçleri ve toplumsal eşitsizlikleri nasıl şekillendirdiğini hem teorik hem de ampirik düzeyde ortaya koymaktır. Çalışma, nitel örnek olay incelemesi yöntemiyle yürütülmüş; 2014 Hindistan seçimleri, Cambridge Analytica skandalı, Google arama motorundaki algoritmik ırkçılık ve sosyal yardım sistemlerinde dijital dışlanma olmak üzere dört vaka analiz edilmiştir. Bulgular, algoritmaların yalnızca bilgi organize etmediğini; aynı zamanda rıza üretimi, dışlama ve yönlendirme işlevleriyle toplumsal önyargıları pekiştiren ve demokratik süreçleri etkileyen ideolojik aktörler olduğunu göstermektedir. Bu durum, dijital eşitsizlikle mücadelenin yalnızca teknik değil; etik, kültürel ve politik boyutları olan çok katmanlı bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, algoritmik sistemlerin şeffaflık, hesap verebilirlik ve eleştirel medya okuryazarlığı çerçevesinde yeniden düzenlenmesi gerektiği savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Algoritmik Hegemonya
Dijital Eşitsizlik
Seçim Manipülasyonu
Temsil Krizi
Algoritmik Ayrımcılık

Makale Hakkında

İnceleme Makalesi

Gönderim Tarihi : 08.07.2025
Kabul Tarihi : 17.09.2025
E-Yayın Tarihi : 15.03.2026
DOI : 10.58702/teyd.1737603

¹ Arş. Gör., Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, e-posta: astahakan@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9808-3622.

THE POWER OF ALGORITHMS: DIGITAL HEGEMONY, CRISIS OF REPRESENTATION AND NEW FORMS OF DISCRIMINATION

Abstract

This study departs from the premise that algorithms in the digital age are not merely tools regulating technical processes but also structures that produce ideological and cultural hegemony. The theoretical framework is grounded in Gramsci's theory of cultural hegemony and Laclau and Mouffe's discourse theory. In light of these perspectives, the study examines how algorithms shape access to information, visibility, forms of representation, and political orientations. The aim of the research is to reveal how algorithmic systems shape democratic processes and social inequalities at both theoretical and empirical levels. The study adopts a qualitative case study design and analyzes four cases: algorithmic micro-targeting in the 2014 Indian elections, election manipulation through personal data in the Cambridge Analytica scandal, algorithmic racism in Google's search engine, and digital exclusion of the poor in social welfare systems. Findings indicate that algorithms do more than organize information; they function as ideological actors that reproduce social biases and influence democratic processes through consent production, exclusion, and direction. This demonstrates that addressing digital inequality is a multi-layered process involving ethical, cultural, and political dimensions, not merely technical ones. In conclusion, the study argues that algorithmic systems should be restructured within the framework of transparency, accountability, and critical media literacy.

Keywords

Algorithmic Hegemony
Digital Inequality
Electoral Manipulation
Representational Crisis
Algorithmic Discrimination

Article Info

Review Article

Received : 08.07.2025
Accepted : 17.09.2025
Online Published : 15.03.2026
DOI : 10.58702/teyd.1737603

Kaynakça Gösterimi: Asta, H. (2026). Algoritmaların iktidarı: Dijital hegemonya, temsil krizi ve ayrımcılığın yeni biçimleri. *Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 7 (1), 213-234.

Citation Information: Asta, H. (2026). The power of algorithms: Digital hegemony, crisis of representation and new forms of discrimination. *Journal of Society, Economics and Management*, 7 (1), 213-234.

GİRİŞ

İçinde yaşadığımız dijital çağda bilgiye erişim hızlanmış, iletişim biçimleri dönüşmüş ve sosyal etkileşimler büyük ölçüde çevrimiçi platformlara taşınmıştır. Bu dönüşüm yalnızca teknik bir ilerlemeyi değil, aynı zamanda toplumsal yapıların, iktidar ilişkilerinin ve ideolojik mücadelelerin yeniden şekillendiği bir süreci de beraberinde getirmiştir. Bugün dijital medya platformları yalnızca haberleşme ve bilgi edinme araçları değil, aynı zamanda toplumsal anlamların üretildiği, kimliklerin inşa edildiği ve politik tercihlerin yönlendirildiği hegemonik alanlar haline gelmiştir. Bu bağlamda, algoritmalar yalnızca teknik süreçlerin bir parçası değil, toplumsal gerçekliği biçimlendiren ideolojik aktörlerdir. Algoritmalar; kim, ne zaman, hangi bilgiye ulaşacak sorularının cevabını belirleyen yapay düzenleyicilerdir. Arama motorları, sosyal medya akışları ve öneri sistemleri, görünür olan ile olmayana, meşru bilgi ile spekülasyonu, güvenilir kaynak ile manipülatif içeriği ayırt etmekte kilit bir rol oynar. Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca bilgiye ulaşma yollarını değil, aynı zamanda düşünme biçimlerini ve siyasal yönelimleri de şekillendiren bir güce sahiptir. Bilginin dolaşımı üzerindeki bu görünmez denetim, modern anlamda iktidarın merkezsizleştiği, ancak bir o kadar da yaygınlaştığı bir duruma işaret eder. Dolayısıyla dijital sistemler içinde işleyen algoritmalar, ideolojik birer süzgeç işlevi görerek toplumsal rıza üretiminin teknolojik temellerini atmaktadır. Bu noktada Gramsci'nin hegemonya kavramı yeniden düşünülmeye değerdir. Gramsci, egemenliğin yalnızca zora dayalı bir tahakkümle değil, aynı zamanda rızaya dayalı bir kültürel ve ideolojik liderlikle kurulduğunu savunur. Rızanın üretildiği başat alanlardan biri ise kültürdür. Dijital kültür bugün bu hegemonik üretimin yeni arenası haline gelmiştir. Laclau ve Mouffe'un söylem kuramı da bu noktada önemli bir katkı sunar: Onlara göre her söylem, bir anlamlar bütününe sabitlemeye ve rakip söylemleri dışlamaya çalışır. Dijital algoritmalar da benzer şekilde, kimi içerikleri merkeze yerleştirip kimilerini marjinalleştirerek belirli söylemleri norm haline getirir. Böylece, söylem üretimi ile teknik altyapı iç içe geçer ve algoritmik sistemler hegemonik pratiklerin taşıyıcısına dönüşür. Bu dönüşüm yalnızca siyasal alanda değil; ırk, sınıf, cinsiyet gibi toplumsal eşitsizliklerin yeniden üretiminde de belirleyicidir. Arama motorlarının ırkçı eğilimleri, otomatikleştirilmiş kamu hizmeti yazılımlarının yoksulları cezalandırıcı biçimde çalışması, sosyal medyada dezenformasyonun marjinal gruplar aleyhine yayılması gibi örnekler, algoritmaların tarafsız olmaktan uzaklaştığını gösteren güçlü işaretlerdir. Burada mesele sadece teknik bir hatadan ibaret değildir. Aksine, sistematik olarak dışlanan, yanlış temsil edilen veya görünmezleştirilen gruplar söz konusu olduğunda algoritmalar, mevcut toplumsal güç ilişkilerini yeniden üretme potansiyeline sahiptir. Bu noktada algoritmalar, görünmeyen bir ideolojik aygıt olarak çalışmakta; toplumsal gerçekliği kodlamakta, filtrelemekte ve yeniden sunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, dijital medyada işleyen algoritmaların toplumsal hegemonya üretiminde nasıl bir rol üstlendiğini kuramsal ve ampirik bir zeminde incelemeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda çalışma, algoritmaların hegemonya üretimindeki rolünü dört farklı örnek olay üzerinden bütüncül bir biçimde ele alarak, teknik işleyiş ile ideolojik işlev arasındaki ilişkiyi disiplinlerarası bir perspektifle ortaya koyması bakımından literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Amaç yalnızca algoritmaların manipülatif potansiyelini ortaya koymak değil, aynı zamanda bu sistemlerin hegemonik güç yapılarını nasıl pekiştirdiğini, hangi toplumsal eşitsizlikleri derinleştirdiğini ve hangi karşı-hegemonik imkanlara kapı araladığını analiz etmektir. Bu bağlamda, çalışma dört örnek olay üzerinden algoritmaların

rıza üretme, dışlama, yönlendirme ve ideolojik kodlama pratiklerini tartışacaktır. Bu makale, algoritmik sistemleri yalnızca birer teknik araç olarak değil, kültürel ve politik üretimin merkezinde konumlanan ideolojik düzenleyiciler olarak ele almaktadır. Böylelikle, dijital çağın en görünmez ama en güçlü aktörlerinden biri olan algoritmaların, hegemonik düzenin inşasındaki rolünü açığa çıkarmayı ve bu süreçlerin demokratik denetim altına alınmasının gerekliliğini tartışmayı hedeflemektedir.

1. Hegemonya, Söylem ve İktidar

Çalışmanın arka planını oluşturan bu bölümde, dijital medyada algoritmaların ideolojik ve toplumsal işlevlerini anlayabilmek amacıyla öncelikle kavramsal bir çerçeve sunulmuştur. Bu doğrultuda ilk olarak hegemonya, söylem ve iktidar ilişkileri ele alınmış; Gramsci'nin kültürel hegemonya kuramı ile Laclau ve Mouffe'un söylem teorisi temelinde dijital medya ortamlarının nasıl bir anlam rejimi kurduğu tartışılmıştır. Ardından algoritmaların ideolojik işlevleri, algoritmik yanlılık ve dijital ırkçılık gibi yapısal sorunlarla ilişkisi analiz edilmiş; dijital propaganda pratikleri ile seçim süreçlerine yönelik müdahalelerin teknik boyutu kadar toplumsal etkileri de değerlendirilmiştir. Son olarak, dijital karşı-hegemonik potansiyel ve direniş biçimleri incelenmiş, algoritmaların yalnızca baskı ve yönlendirme aracı mı olduğu yoksa aynı zamanda kültürel mücadele alanı olarak da ele alınıp alınamayacağı incelenmiştir. Bu kuramsal zemin, bir sonraki bölümde seçilen dört örnek olayla birlikte somutlaştırılacak ve dijital algoritmaların hegemonik düzenin yeniden üretimindeki rolü daha derinlemesine irdelenecektir.

Hegemonya kavramı, Antonio Gramsci'nin kültürel liderlik anlayışına dayanır. Gramsci'ye göre hegemonya, yalnızca fiziksel zorla değil, aynı zamanda fikirler ve değerler yoluyla, yani kültürel rıza üretimiyle kurulan bir egemenlik biçimidir (Bates, 1975, s. 10-12). Bu bağlamda medya, Gramsci'nin kuramında merkezi bir rol oynar; çünkü egemen sınıflar, medya araçları sayesinde kendi dünya görüşlerini doğal ve evrenselmiş gibi sunabilirler. Bu hegemonik işleyişin günümüzdeki dijital karşılığı ise algoritmik medya sistemleridir. Laclau ve Mouffe'un söylem kuramı, Gramsci'nin hegemonya kavramını daha geniş bir teorik bağlama oturtur. Onlara göre toplumsal gerçeklik, söylemler aracılığıyla inşa edilir ve her söylem, diğerlerini dışlayarak kendi anlam rejimini dayatır (Stoddart, 2007, s. 11097). Dijital medya bağlamında algoritmalar, bu söylemsel yapının teknik temsilcileridir. Hangi bilginin ne zaman ve kim tarafından görülüp görülmeyeceğine karar veren algoritmalar, dijital kamusal alandaki anlam mücadelesinin görünmeyen düzenleyicileri hâline gelir. Böylece dijital hegemonya, yalnızca içerikle değil, içeriğin dolaşımıyla da ilgilidir. Yine de bu hegemonya sabit değildir; sürekli müzakere ve mücadele içindedir. Bu nedenle karşı-hegemonik söylemlerin dijital alanda üretilmesi ve yayılması mümkündür. Ancak burada da algoritmalar devreye girer: Alternatif veya marjinalleştirilmiş görüşlerin yayılımı, algoritmik sıralama sistemleri tarafından kısıtlanabilir veya görünmez hale getirilebilir. Böylece dijital teknolojiler yalnızca birer iletişim aracı değil, aynı zamanda ideolojik filtrelerdir. Bu bağlamda Stuart Hall'un medya temsil kuramı da dijital algoritmaların söylemsel işlevini anlamak açısından önemlidir. Hall'a göre medya, gerçekliği doğrudan yansıtmaz; onu çerçeveler, organize eder ve sunar (Altheide, 1984, s. 479). Bu çerçeveleme süreci bugün algoritmalar aracılığıyla otomatikleştirilmiş ve görünmez hâle getirilmiştir. Dolayısıyla dijital medya, söylemsel alanı düzenleyen bir yeni medya hegemonyası üretmektedir. Altheide'in medya

mantığı kavramının (1987) da bu noktada güncellenmeye ihtiyacı bulunmaktadır. Bugünün medya mantığı, algoritmik önceliklendirme, filtre balonları ve öneri sistemleri gibi dijital yapılarla işler hâle gelmiştir. Gramsci'nin sivil toplum vurgusu da dijital hegemonya açısından yeniden okunmalıdır. Gramsci'ye göre hegemonya, yalnızca devlet aracılığıyla değil, gönüllü rıza mekanizmalarıyla da sivil toplum alanında kurulur (Buttigieg, 1995, s. 25). Dijital ortamda ise sivil toplumun sınırları bulanıklaşmıştır. Sosyal medya platformları hem bireysel ifade alanları hem de şirketlerin kâr odaklı algoritmik yapıları tarafından düzenlenen denetimli söylem alanlarıdır. Bu nedenle dijital sivil toplum, klasik anlamda bir karşı-hegemonik alan olmaktan giderek uzaklaşmakta, platform kapitalizminin hegemonik üretim alanına dönüşmektedir. Bu çerçevede dijital hegemonya hem Gramsci'nin kültürel iktidar kuramıyla hem de Laclau ve Mouffe'un söylem kuramıyla birlikte okunarak çok katmanlı bir kavramsal yapı içinde ele alınmalıdır. Çünkü bugünün algoritmaları, yalnızca teknik değil, aynı zamanda ideolojik işleve sahip olan yapılar olarak; görünürlük, meşruiyet ve toplumsal değerleri belirleme kapasitesine sahiptir.

2. Algoritmaların İdeolojik İşlevi

Algoritmalar genellikle teknik, tarafsız ve objektif sistemler olarak sunulsa da gerçekte belirli ideolojik tercihlerle, kültürel normlarla ve ekonomik önceliklerle şekillendiği söylenebilir. Bilgi akışını düzenleyen algoritmalar; neyin görünür, neyin görünmez olacağını, hangi içeriklerin öncelikli kabul edilip hangilerinin marjinalleştirileceğini belirlerken değer yargılarından azade değildir. Böylece dijital platformlarda dolaşımda olan bilginin kendisi kadar, bu bilginin nasıl organize edildiği de siyasal bir meseledir. Altheide'in medya sistemlerine dair geliştirdiği medya mantığı kavramı, bugün dijital platformların algoritmik doğasında daha da görünür hale gelmiştir. Ona göre medya, içerik üretimini sadece bilgi verme işleviyle değil, eğlence, dikkat çekicilik ve sistem içi kabul görme ile de ilişkilendirir (Altheide, 1987, s. 131-135). Bu çerçevede algoritmalar, yalnızca bilgi filtrelemekle kalmaz, aynı zamanda hangi bilgilerin dolaşımda kalmaya değer olduğu konusunda karar verici hâline gelir. Bu bağlamda algoritmalar, dijital kamusal alanda bir tür epistemolojik egemenlik kurar. Özellikle ticari şirketler tarafından kontrol edilen sosyal medya platformlarında bu egemenlik, platformun kâr hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. Fuchs'un (2020) belirttiği üzere, dijital medya sistemleri dijital kapitalizmin araçları olarak işlev görür ve bu sistemlerin algoritmik doğası, kullanıcı davranışlarını metalaştıran, dikkat ekonomisine dayalı yapılar üretir. Kullanıcının ilgisini çeken içerikler öne çıkarılırken, sistemle çelişen veya fazla eleştirel bulunan içerikler görsel olarak geriye atılır, bazen de algoritmik sansüre uğrar. Safiya Noble, *Algorithms of Oppression* adlı çalışmasında Google gibi arama motorlarının ırkçı ideolojileri yeniden üreten mekanizmalar olduğunu gösterir. Google'da yapılan bazı aramalar, siyah kadınlar, Müslümanlar ya da Latin bireyler hakkında cinsiyetçi ve önyargılı sonuçlara ulaşılmasıyla sonuçlanır. Bu durum, algoritmaların veriye dayalı değil, tarihsel olarak yüklenmiş önyargılara dayalı çalıştığını gözler önüne serer. Noble'in ifadesiyle, algoritmalar 'kodlanmış ırkçılık' biçiminde işlev görmektedir (Noble, 2018, s. 34). Benzer şekilde, Virginia Eubanks'in (2018) çalışması da algoritmaların ideolojik tercihlere göre nasıl dijital cezalandırma araçlarına dönüştüğünü gösterir. Özellikle yoksullukla mücadelede kullanılan otomatik sistemler, kamu yardım başvurularında bireyleri ayrımcı biçimde sınıflandırmakta, bazı toplulukların baştan elenmesine neden olmaktadır. Bu sistemlerin ideolojik temeli ise

yoksul birey potansiyel suistimalcidir varsayımına dayanır. Eubanks, bu yaklaşımı 'otomatik eşitsizlik' (*automated inequality*) olarak kavramsallaştırır (Gordon, 2019, s. 162). Tüm bu örnekler, algoritmaların yalnızca bilgi düzenleyicileri değil, aynı zamanda ideolojik yapılar olduğunu gösterir. Burada ideoloji, Althusseryen anlamda bir simgesel düzen değil, doğrudan maddi koşulları şekillendiren bir sistemsel pratik olarak işler. Dijital sistemlerde bu ideolojik işleyiş, teknik altyapı ile toplumsal değerlerin iç içe geçmesiyle gerçekleşir. Özetle, algoritmaların ideolojik işlevi iki düzeyde işler: Birincisi, hangi içeriğin görünür olup olmayacağına dair tercihlerde bulunarak hegemonik normların yeniden üretimine katkı sağlar. İkincisi, kullanıcı davranışlarını yönlendirerek ve veriyi kapitalist üretim mantığına dâhil ederek ekonomik sistemle ideolojik yapı arasında bir köprü kurar. Böylece algoritmalar yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda kültürel ve siyasal varlıklardır.

3. Algoritmik Yanlılık ve Dijital Irkçılık

Algoritmik sistemlerin tarafsızlığı uzun süre dijital teknolojilerin en temel varsayımlarından biri olarak kabul edilmiştir. Ancak son yıllarda yapılan çalışmalar, algoritmaların yalnızca teknik araçlar olmadığını; toplumsal önyargıların, yapısal eşitsizliklerin ve tarihsel ayrımcılık pratiklerinin dijital yansımaları olabileceğini açıkça ortaya koymuştur. Bu bağlamda algoritmik yanlılık (*algorithmic bias*), sadece kodlama hatası ya da teknik eksiklikten ibaret değildir; aksine ideolojik ve yapısal temellere sahip sistematik bir sorundur. Safiya Umoja Noble'in (2018) *Algorithms of Oppression* adlı çalışması, dijital ırkçılık kavramının kuramsal zeminini oluşturur. Noble, özellikle Google arama motorunu örnek vererek, siyah kadınlarla ilgili yapılan aramaların çoğunlukla pornografik içeriklerle ilişkilendirilmesini analiz eder. Bu durum, yalnızca algoritmanın yanlış çalışmasından değil, veri setlerinin önyargılı olmasından ve sistemin kâr güdüsüyle çalışmasından kaynaklanır. Noble, bu durumu ırkçı bilginin algoritmik dolaşımı olarak tanımlar (Noble, 2018, s. 66). Benzer biçimde, McArthur (2016) çalışmasında, siyah kadınların sosyal medyada nasıl temsil edildiğini analiz ederken, platformların kullanıcıların katkısıyla değil, algoritmik filtrelerle makbul beden ve söylemleri öne çıkardığını ortaya koyar. McArthur'a göre, dijital alan da tıpkı geleneksel medya gibi normatif ve beyaz-merkezli bir güzellik ve kültürel yeterlilik ideolojisini yeniden üretir (s. 366). Bu dijital ayrımcılık sadece görsel temsillerle sınırlı değildir. Eubanks, kamu sistemlerinde kullanılan algoritmik karar destek sistemlerinin, yoksul bireyleri riskli olarak sınıflandıran modeller üzerinden nasıl ayrımcılık yaptığını gösterir. Sosyal yardım sistemlerinde kullanılan otomasyon yazılımları, düşük gelirli bireylerin dosyalarını potansiyel suistimal riskiyle işaretleyerek haklara erişimlerini kısıtlamaktadır (Eubanks, 2018, s. 89). Böylece dijital sistemler, yalnızca veri işlemekle kalmaz; aynı zamanda toplumsal konumlara göre ayrımcılık üretir. Bu noktada devreye otomatik eşitsizlik (*automated inequality*) kavramı girer. Eubanks'e göre, algoritmalar yalnızca geçmişe dayalı verileri işlerken bile o verilerde gömülü olan yapısal ırkçılığı yeniden üretir. Bu da dijital sistemlerin sözde tarafsız yapısının, aslında mevcut güç ilişkilerini pekiştirdiğini gösterir. Özellikle yoksulluk, etnisite ve göçmenlik statüsü gibi faktörlerle bağlantılı eşitsizlikler, algoritmaların veri setlerinde silikleşmek bir yana, daha da görünür hâle gelmektedir. Yerli literatürde de algoritmik yanlılık ve dijital ırkçılık meselesi ele alınmaya başlanmıştır. Yerlikaya ve Aslan (2020), sosyal medya platformlarında dolaşıma giren sahte haberlerin, özellikle azınlık gruplarına yönelik nefret söylemleriyle iç içe geçtiğini belirtir. Bu bağlamda, algoritmalar

sadece dezenformasyonu değil, aynı zamanda ırkçı ve ayrımcı içerikleri yaygınlaştıran bir araç olarak çalışmaktadır (s. 178-180). Tüm bu çalışmalar, algoritmik sistemlerin tarafsız düzenleyiciler değil, ideolojik olarak kodlanmış aktörler olduğunu ortaya koymaktadır. Üstelik bu aktörler yalnızca bilgi üretimini değil, aynı zamanda insanların sosyal konumları ve haklara erişimlerini de etkilemektedir. Böylece dijital platformlar, yeni bir tür görünmez ayrımcılık mekanizması hâline gelir. Bu bağlamda algoritmik yanlılık, yalnızca teknik bir mesele değil; dijital kamusal alanda eşitlik, temsil ve adaletin yeniden düşünülmesini gerektiren siyasal bir sorundur. Algoritmaların bu düzeydeki etkisi, onların yalnızca işlevsel araçlar değil, aynı zamanda kültürel ve ideolojik üreticiler olduğunu gösterir.

4. Dijital Propaganda ve Seçim Manipülasyonu

Dijital çağda propaganda yalnızca geleneksel medya araçlarıyla değil, daha çok algoritmalar aracılığıyla şekillenen, hedeflenmiş ve kişiselleştirilmiş bir iletişim pratiği hâline gelmiştir. Bu yeni propaganda biçimi, klasik anlamdaki merkezi ve tek yönlü propaganda modelinden farklı olarak, veri odaklı, mikro-hedeflemeye dayalı ve görünmez ikna yöntemleriyle çalışır. Bu yapının temel taşı ise arama motorları, sosyal medya algoritmaları ve içerik öneri sistemleridir. Robert Epstein ve Ronald Robertson'un (2015) ortaya koyduğu *Search Engine Manipulation Effect* (SEME) kuramı, arama motorlarının seçim sonuçları üzerindeki etkisini sistematik olarak gösteren ilk çalışmalardandır. Araştırmalarında, yalnızca birkaç sıralama değişikliğinin, kararsız seçmenlerin oy tercihini ciddi ölçüde etkileyebileceğini kanıtlamışlardır. Epstein'a göre bu etki, televizyon reklamları ya da mitinglerden çok daha güçlüdür çünkü kullanıcılar arama sonuçlarını genellikle tarafsız ve nesnel bilgi kaynakları olarak görürler. Bu da algoritmalara, görünmeyen ama etkili bir propaganda gücü kazandırır.

Dijital propaganda sadece algoritmalara değil, aynı zamanda bu algoritmaların nasıl yapılandırıldığına ve kimin denetiminde olduğuna da bağlıdır. Schiffrin (2017), seçim süreçlerinde sosyal medya platformlarının rolünü değerlendirirken, şeffaf olmayan algoritmaların demokratik süreçleri istismar etmek için kullanılabileceğini vurgular. Özellikle Cambridge Analytica örneği, bireylerin psikografik verileri kullanılarak mikro-hedefleme teknikleriyle nasıl yönlendirildiğini gösterir. Bu, modern propaganda araçlarının yalnızca mesaj üretmek değil, aynı zamanda hedefin zihinsel haritasını kontrol etmek anlamına geldiğini ortaya koyar. Bradshaw ve Howard (2018) ise dijital otoriterlik pratiklerini küresel ölçekte analiz ettikleri çalışmada, otoriter hükümetlerin sosyal medyayı nasıl stratejik dezenformasyon alanı olarak kullandığını örnekleriyle göstermiştir. Özellikle Hindistan, Çin, Rusya gibi ülkelerde hükümet destekli trol orduları, algoritmalarla birlikte çalışarak dijital kamuoyunu manipüle etmekte, muhalif söylemleri bastırmakta ve propaganda içeriklerini yükseltmektedir (s. 28). Hindistan örneği, dijital seçim manipülasyonunun yerel politik bağlamlara nasıl adapte olduğunu gösteren önemli bir vakadır. Chhibber ve Verma (2014), Bharatiya Janata Partisi'nin (BJP) 2014 seçimlerinde sosyal medya kullanımını, Modi'nin kişisel markası üzerinden yükselen bir dijital hegemonya projesi olarak değerlendirir. Mitra ve Schöttli (2016) ise aynı seçimlerde WhatsApp ve Facebook grupları aracılığıyla organize edilen dijital kampanyaların, özellikle dini kimlikler üzerinden kutuplaşmayı nasıl körüklediğine dikkat çeker. Bu kampanyaların başarısı, algoritmaların yankı odaları üretme kapasitesiyle doğrudan ilişkilidir. Bu noktada dijital propaganda sadece yanlış bilgi yaymakla kalmaz; aynı zamanda duygusal kutuplaşma yaratır, grup aidiyetini manipüle eder ve

seçimlerin meşruiyetine zarar verir. Algoritmaların bu süreçteki rolü ise pasif bir araç olmakla sınırlı değildir; daha ziyade, sistemin nasıl işleyeceğine dair aktif tercihler yapan mekanizmalardır. Özellikle seçim dönemlerinde trending topic algoritmaları, öneri sistemleri ve reklam hedefleme yazılımları, siyasi tercihlere doğrudan müdahale edebilir. Yerli çalışmalarda bu konu henüz sınırlı ele alınmakla birlikte, Yerlikaya ve Aslan'ın (2020) analizleri, Türkiye'deki sosyal medya kullanıcılarının sahte haberler, trol hesaplar ve manipülasyon teknikleriyle sıkça karşılaştığını göstermektedir. Bu da gösteriyor ki, dijital propaganda ve seçim manipülasyonu yalnızca belirli ülkelerle sınırlı kalmamaktadır; daha da ileri giderek küresel bir dijital sorun hâline gelmiştir. Bu bağlamda algoritmik sistemlerin seçim süreçlerinde oynadığı rol, dijital demokrasinin kırılğan yapısını gözler önüne sermektedir. Seçmenlerin karar alma süreci, sadece bilginin niteliğiyle değil, bu bilginin ne zaman, nasıl ve hangi sırada sunulduğuyla doğrudan şekillenmektedir. Böylece algoritmalar, görünmeyen bir propaganda makinesi olarak çalışmakta ve demokratik süreci biçimlendirmektedir.

5. Karşı Hegemonik Potansiyel ve Dijital Direniş Alanları

Algoritmaların hegemonik yapıların yeniden üretimine katkı sunduğu yönündeki eleştirel literatür oldukça güçlüdür. Ancak dijital medyanın yalnızca baskı ve denetim aracı olarak değil, aynı zamanda direniş ve karşı-hegemonik mücadele alanı olarak da işlev gördüğü unutulmamalıdır. Antonio Gramsci'nin hegemonya anlayışından hareketle, hegemonik yapılarla birlikte daima bir karşı-hegemonya potansiyeli de mevcuttur. Bu potansiyel, dijital alanlarda da kendisini göstermektedir. Laclau ve Mouffe'a (2001) göre, hegemonya sabit ve tamamlanmış bir egemenlik biçimi değil, sürekli olarak yeniden üretilen ve meydan okumalara açık bir süreçtir. Bu bağlamda dijital platformlar, egemen söylemlere karşı alternatif anlatıların üretilbildiği, yeni ittifakların kurulabildiği ve siyasal özneleşme süreçlerinin mümkün olabildiği mecralar hâline gelebilir. Nitekim Fuchs (2020), internetin alternatif kamusal alanlar yaratma kapasitesine vurgu yaparak, dijital teknolojilerin tek yönlü manipülasyon araçları olarak değerlendirilmesinin eksik bir okuma olduğunu belirtir. Bu direniş alanları çeşitli biçimlerde tezahür eder: Hashtag kampanyaları, viral videolar, mizah yoluyla yapılan politik eleştiriler, bilgi ifşaları (*whistleblowing*), çevrimiçi dilekçeler ve siber aktivizm gibi pratikler, geleneksel medyada yer bulamayan muhalif söylemlerin dijital dolaşıma girmesini sağlar. Özellikle 2010'lu yıllarda Arap Baharı, Occupy Wall Street ve Gezi Parkı gibi hareketlerde dijital medyanın örgütleyici ve mobilize edici rolü net biçimde gözlemlenmiştir. Ancak bu karşı-hegemonik potansiyelin sınırları da yok değildir. Zira algoritmalar, kullanıcıların ilgisini en çok çeken içerikleri öne çıkarma eğilimindedir ve bu çoğu zaman radikal eleştiri yerine popülerlik odaklı içerikleri teşvik eder. Bu durum, platform kapitalizminin doğrudan bir sonucudur. Bradshaw ve Howard'ın (2018) analizine göre, dijital platformlar muhalif söylemleri tolere edebilse de bu söylemleri sürekli manipüle edebilecek araçlara da sahiptir. Dolayısıyla karşı-hegemonik içeriklerin dolaşımı bile hegemonik yapılar tarafından yönlendirilebilir. Bu nedenle dijital direnişin kalıcılığı ve etkisi, sadece içerik üretimiyle değil, aynı zamanda algoritmik şeffaflık ve platformların yapısal reformlarıyla da ilgilidir. Noble (2018), dijital eşitlik mücadelesinin yalnızca daha fazla içerik üretmek değil, aynı zamanda yapısal adaletsizlikleri hedef alan politik mücadeleleri içermesi gerektiğini savunur (s. 192). Yerlikaya (2020) ise Türkiye örneğinde, sosyal medyanın politik katılım için

yeni bir alan sunduğunu, ancak bu alanın dezenformasyon ve trol saldırıları gibi pratiklerle işlevsiz hâle getirilebildiğini belirtir. Bu durum, dijital direnişin yalnızca sembolik değil, aynı zamanda yapısal düzlemde de örgütlenmesi gerektiğini göstermektedir. Bu çalışmalardan hareketle dijital alanın, hegemonya ve karşı-hegemonya dinamiklerinin iç içe geçtiği karmaşık bir mücadele zemini olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Algoritmalar bu mücadelenin hem aracı hem de alanıdır. Direniş, sadece içeriğin kendisinde değil, o içeriğin nasıl dolaşıma girdiğinde, kimler tarafından erişildiğinde ve nasıl yorumlandığında da belirleyicidir. Bu nedenle dijital adaletin sağlanması, teknik reformlardan ziyade politik tahayyülün genişletilmesini gerektirir.

6. Yöntem

6.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, dijital medyada işleyen algoritmaların toplumsal hegemonya üretimindeki rolünü hem kuramsal hem de örnek olay temelli olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle, algoritmaların bilgi dolaşımı, içerik görünürlüğü, söylem üretimi ve toplumsal eşitsizliklerin yeniden üretimindeki etkileri, hegemonya ve söylem kuramları çerçevesinde tartışılmaktadır. Çalışmanın önemi, algoritmik sistemleri yalnızca teknik araçlar olarak değil, kültürel ve politik üretimin merkezinde konumlanan ideolojik düzenleyiciler olarak ele almasıdır. Bu yaklaşım, literatürde sıklıkla teknik performans ve veri işleme kapasitesi üzerinden değerlendirilen algoritmaların, toplumsal güç ilişkileri bağlamında nasıl işlediğini anlamaya katkı sağlamaktadır.

6.2. Çalışmanın Yöntemi ve Deseni

Araştırma, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde, örnek olay incelemesi (*case study*) desenine dayanmaktadır. Çalışmada dört ayrı örnek olay üzerinden algoritmaların hegemonik işlevleri tartışılmıştır: 2014 Hindistan seçimlerinde algoritmik yönlendirme, Cambridge Analytica skandalı, Google arama algoritmalarında dijital ırkçılık örnekleri (Safiya Umoja Noble) ve dijital sosyal yardım sistemlerinde algoritmik eşitsizlikler (Virginia Eubanks). Bu desen hem kuramsal çerçevenin somutlaştırılmasına hem de farklı bağlamlarda algoritmaların ideolojik işlevlerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesine olanak sağlamaktadır.

6.3. Çalışmanın Sınırlılıkları ve Örneklem Seçimi

Bu çalışma, doğrudan birincil veri toplama süreci içermemektedir. Araştırmanın örneklem seçiminde, algoritmaların toplumsal etkilerini güçlü biçimde görünür kılan ve literatürde kapsamlı biçimde ele alınmış olaylar tercih edilmiştir. Seçim kriterleri arasında, olayların geniş çaplı toplumsal ve politik sonuçlar doğurması, algoritmik sistemlerin rolünün açıkça ortaya konmuş olması ve literatürde yeterli veri ve analiz bulunması yer almaktadır. Çalışmanın temel sınırlılığı, analizlerin ikincil verilere dayanmasıdır; bu nedenle elde edilen bulgular, kullanılan kaynakların kapsamı ve doğruluğu ile sınırlıdır.

6.4. Verilerin Elde Edilmesi

Veriler, akademik makaleler, kitaplar, raporlar ve güvenilir haber kaynakları gibi ikincil kaynaklardan derlenmiştir. Literatür taraması sürecinde uluslararası hakemli

dergilerde yayımlanmış makaleler, alanında yetkin yazarların monografileri, ilgili sivil toplum kuruluşları ve araştırma merkezlerinin raporları kullanılmıştır. Tarama sürecinde, *algoritmik hegemonya*, *dijital propaganda*, *söylem üretimi*, *algoritmik eşitsizlik* gibi anahtar kelimelerden yararlanılmıştır. Bu yaklaşım, çalışmanın kuramsal zemininin sağlam bir kaynak tabanına oturmasını sağlamıştır.

6.5. Verilerin Analiz Edilmesi

Elde edilen veriler, nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Öncelikle, her bir örnek olay bağlamında öne çıkan temalar belirlenmiş; ardından bu temalar hegemonya, rıza üretimi, söylem dışlama ve ideolojik kodlama gibi kuramsal kavram setleriyle ilişkilendirilmiştir. Karşılaştırmalı analiz yöntemi ile dört örnek olay arasındaki ortak eğilimler ve bağlamsal farklılıklar ortaya konmuştur. Bu analiz süreci hem kuramsal argümanların güçlendirilmesine hem de olayların somut bağlamları içinde anlaşılmasına katkı sağlamıştır.

7. Örnek Olay İncelemeleri

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma evreni olarak seçilen dört örnek olay üzerinden hareketle literatüre dayanarak algoritmaların rıza üretimi, temsil krizi ve dışlama mekanizmalarıyla nasıl hegemonik işlevler üstlendiği incelenecektir. İnceleme yapılmadan önce her bir örnek olayın arka planı aktarılacak, ardından inceleme bulgular ve yorum bölümleriyle tamamlanacaktır. Bu olaylar, algoritmik işleyişin sadece bireylerin çevrim içi deneyimlerini değil; aynı zamanda seçim süreçlerinden sosyal yardımlara, kültürel temsillerden kimlik politikalarına kadar uzanan geniş bir yelpazede nasıl belirleyici hâle geldiğini ortaya koymaktadır. Her bir örnek olay, öncelikle kendi tarihsel ve toplumsal bağlamı içinde tanıtılacak; ardından ilgili kuramsal kavramlar ışığında analiz edilerek, dijital algoritmaların iktidar yapılarıyla kurduğu simbiyotik ilişki görünür kılınmaya çalışılacaktır.

7.1. 2014 Hindistan Genel Seçimleri ve Algoritmik Seçim Manipülasyonu

2014 Hindistan genel seçimleri, dijital teknolojilerin ve özellikle sosyal medya algoritmalarının seçim süreçlerine doğrudan etki ettiği dikkat çekici vakalardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu seçim, yalnızca Hindistan'ın değil, dünyanın en büyük nüfuslu ülkesinin demokrasi ve yönetim kaderini belirlemiş ve Hindistan Halk Partisi (*Bharatiya Janata Party – BJP*) lideri Narendra Modi'nin iktidara gelişine zemin hazırlamıştır. Ancak bu zafer yalnızca klasik siyasi başarı ölçütleriyle değil, aynı zamanda dijital iletişim stratejileriyle de açıklanmalıdır. Bu bağlamda, BJP'nin kampanyası sosyal medya platformları (Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube) üzerinden yürütülen yoğun ve hedeflenmiş bir dijital propaganda sürecine dayanmıştır. Hindistan'da o dönem yaklaşık 200 milyon internet kullanıcısı bulunmasına rağmen, bu kullanıcı kitlesi hem demografik hem de kültürel açıdan çok katmanlı bir yapıya sahipti. Modi'nin kampanyası ise bu karmaşık yapıyı veri odaklı mikro-hedefleme teknikleriyle analiz etmiş ve ona göre şekillenmiştir (Chhibber ve Verma, 2014, s. 54-56).

BJP'nin seçim kampanyası, klasik siyasi propagandadan ayrılarak kişiselleştirilmiş içerik üretimi ve dağıtımıyla ön plana çıkmıştır. Kampanyanın dijital ayağında kullanılan yazılımlar, kullanıcıların çevrim içi davranışlarını analiz ederek her bir kullanıcı profiline

uygun içerikler oluşturmuş; bu içerikler hedeflenen seçmen gruplarına sosyal medya algoritmaları aracılığıyla ulaştırılmıştır. Bu süreçte dinî aidiyetler, kültürel semboller ve ekonomik talepler gibi parametreler algoritmik hesaplamalarla eşleştirilerek her bir seçmenin duygusal veya ideolojik hassasiyetlerine uygun içerikler servis edilmiştir (Mitra, 2016, s. 625). Örneğin, Modi'nin dini değerlerle uyumlu bir lider olarak temsil edildiği içerikler Hindu milliyetçisi kitlelere gösterilirken; ekonomik kalkınma vaatleri daha seküler ve orta sınıf seçmenlere yönelik olarak öne çıkarılmıştır. Böylece aynı lider farklı toplumsal gruplara farklı şekillerde lanse edilmiştir. Bu durum, Laclau'nun popülist söylem teorisi bağlamında ele alındığında, Modi'nin figürünün boş gösteren olarak işlediği ve farklı toplumsal talepleri birleştirici bir zincire dönüştürdüğü söylenebilir. Ayrıca, bu kampanyalarda kullanılan algoritmalar sadece içeriklerin görünürlüğünü belirlememiş, aynı zamanda kullanıcıların algılarını biçimlendirecek biçimde zamanlama, görsellik ve içerik yoğunluğunu da düzenlemiştir. Bu, kullanıcıların rızasını gizli bir biçimde dönüştürmeye ve hegemonik bir anlatı inşa etmeye hizmet eden dijital bir yönlendirme biçimidir.

Gramsci'nin hegemonya kuramı çerçevesinde, BJP'nin dijital stratejileri sadece bilgi sunmayı değil, aynı zamanda rıza üretimini de hedeflemiştir. Rıza, burada yalnızca seçmenin sandıktaki tercihi anlamına gelmemekte, aynı zamanda belirli bir dünya görüşünün, örneğin Hindu milliyetçiliğinin, meşru ve doğal bir siyasal duruş gibi sunulmasını da kapsamaktadır. Chhibber ve Verma (2014), dijital kampanyaların yalnızca seçmen davranışını değil, seçmenin değerler dünyasını da etkilediğini belirtmektedir (s. 53). Bradshaw ve Howard'a (2018) göre ise bu süreç yalnızca ikna edici değil, aynı zamanda dışlayıcıdır. Zira sosyal medya algoritmaları, hükümet karşıtı söylemleri ve eleştirileri sistematik olarak görünmez kılacak biçimde yapılandırılmış; böylece eleştirel seslerin dijital kamusal alandaki etkisi azaltılmıştır (s. 25). Bu, Laclau ve Mouffe'un karşı-hegemonik alanların boğulması kavramıyla örtüşmektedir. Öte yandan, bu dijital hegemonya biçimi yalnızca içerik yoluyla değil, aynı zamanda platform mimarisi yoluyla da inşa edilmiştir. Twitter'da belirli anahtar kelimelerin trend olması sağlanarak gündem manipüle edilmiş; WhatsApp grupları üzerinden yanlış bilgi içeren mesajlar sistematik biçimde yayılmıştır. Bu süreçlerde kullanılan algoritmalar, sadece belirli içeriklerin yayılmasını değil, aynı zamanda alternatif gerçekliklerin yaratılmasını mümkün kılmıştır. 2014 Hindistan seçimleri, dijital medyanın algoritmik yapılar üzerinden nasıl hegemonik bir düzen yaratabileceğini somut biçimde ortaya koymuştur. Bu örnek, teknolojinin ideolojik şeffaflığını ve tarafsızlığını sorgularken, aynı zamanda algoritmaların sadece birer araç değil, iktidarın yeniden üretiminde etkin öznelere dönüştüğünü göstermektedir. BJP'nin kampanyası yalnızca seçim kazanmak için yürütülen bir propaganda faaliyeti değil, aynı zamanda dijital çağda ulus inşasının ve kimlik siyaseti üretiminin algoritmik temsiller üzerinden gerçekleşebileceğini kanıtlayan hegemonik bir projedir. Bu bağlamda algoritmik medya, yalnızca bilgi akışını düzenlemekle kalmayıp, aynı zamanda kültürel kodları, toplumsal kimlikleri ve siyasal normları yeniden üretmektedir. Bu vaka, algoritmik hegemonyanın yalnızca teknolojiyle değil, aynı zamanda siyasal iktidar yapılarıyla kurduğu simbiyotik ilişkiyi anlamak açısından oldukça önemlidir. Hindistan örneği, dijital çağda demokrasinin sadece oy sayımı değil, veri madenciliği ve algoritmik yönlendirme yoluyla şekillenen bir süreç hâline geldiğini göstermektedir.

7.2. Facebook–Cambridge Analytica Skandalı ve Mikro-Hedeflemeli Seçim Müdahaleleri

2018 yılında kamuoyuna yansıyan Cambridge Analytica skandalı, dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilen veri tabanlı seçim manipülasyonunun en çarpıcı örneklerinden birisi olarak tarihe geçmiştir. Skandal, yaklaşık 87 milyon Facebook kullanıcısının verisinin, izinsiz biçimde Cambridge Analytica tarafından toplandığını ve bu verilerin başta 2016 ABD başkanlık seçimleri olmak üzere çeşitli politik kampanyalarda kullanıldığını ortaya koymuştur. Bu olay yalnızca bireysel mahremiyet ihlalleriyle sınırlı kalmamış, algoritmik yapılarla şekillenen dijital propaganda sistemlerinin demokratik süreçler üzerindeki tehdit edici ve yön verici doğasını da gözler önüne sermiştir. Verilerin bu denli kapsamlı ve sistematik biçimde elde edilmesi, klasik siyasal iletişim araçlarından çok daha sofistike bir yönlendirme tekniğinin gelişmekte olduğunu göstermektedir. Cambridge Analytica'nın kullandığı psikografik model, kullanıcıların kişilik özelliklerine göre belirlenen propaganda içerikleri ile dijital platformlarda hedeflenmesini mümkün kılmıştır. Bu, Gramsci'nin hegemonya anlayışını çağdaş dijital bağlama taşıyan bir araç olarak değerlendirilebilir; çünkü söz konusu olan yalnızca bireyin rızasının kazanılması değil, bireyin rızasının üretilmesidir.

Cambridge Analytica, kullanıcıların beğenileri, paylaşımları ve sosyal ağ etkileşimleri üzerinden psikolojik profiller oluşturmuştur. Bu profiller; *Big Five* (OCEAN) kişilik modeli çerçevesinde bireylerin açıklık, sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk ve nevrozizm gibi özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. Her bir profil için özel olarak üretilen içerikler, Facebook'un algoritmik dağıtım mekanizmaları sayesinde hedeflenen bireylere ulaşmıştır (Schiffrin, 2017, s. 120). Bu kişiselleştirilmiş içerikler yalnızca birer reklam değil, aynı zamanda bireyin korkularına, inançlarına ve arzularına hitap eden manipülatif söylemlerdir. Örneğin; göçmen karşıtlığı eğilimi taşıyan bireylere, ülke elden gidiyor mesajı verilmiş; dinsel değerleri ön planda tutanlara ise ahlaki yozlaşma vurgusu yapılmıştır. Böylelikle propaganda, bireyin halihazırda taşıdığı zihinsel çerçeveleri derinleştirerek onu belirli bir siyasal tutuma yönlendirmiştir. Bu strateji, Epstein ve Robertson'un (2015) ileri sürdüğü 'arama motoru manipülasyonu etkisi' (*Search Engine Manipulation Effect – SEME*) kavramıyla da örtüşmektedir. Kullanıcılar, algoritmalar tarafından sunulan sıralı sonuçları doğal ve tarafsız olarak kabul etme eğiliminde olduklarından, bu yapı üzerinden sağlanan yönlendirme görünmez hegemonyanın bir parçası hâline gelmektedir (akt. Noble, 2018, s. 144).

Cambridge Analytica'nın veri analiz ve mikro-hedefleme stratejileri, popülist söylemin dijital temsiller üzerinden yeniden üretimini sağlamıştır. Özellikle 2016 ABD başkanlık seçimlerinde, Donald Trump'ın kampanyasında kullanılan söylemler, 'biz' ve 'onlar' ikiliği üzerinden çalışmış; beyaz işçi sınıfı seçmenlerin kaygıları algoritmik olarak tespit edilerek bu kaygılara yanıt veren içerikler üretilmiştir (Fuchs, 2020, s. 344-348). Bu içerikler sıklıkla göç, ulusal güvenlik, işsizlik ve kültürel yozlaşma gibi temaları kullanarak tehdit algısını derinleştirmiştir. Laclau'nun popülizm kuramı bağlamında değerlendirildiğinde, bu strateji popülist bir zincirin kurulması anlamına gelir. Cambridge Analytica, birbirinden farklı talepleri (güvenlik, iş, değerler) bir araya getirerek hegemonik bir temsil düzeni üretmiş, lider figürü (Trump) bu zincirin odak noktası hâline getirilmiştir. Dolayısıyla burada algoritmalar, yalnızca veri işleyen teknik sistemler değil; ideolojik bağlamları kodlayan ve yeniden üreten siyasal aktörler olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, Cambridge Analytica skandalı,

Althusserci anlamda bir ideolojik aygıt olarak işlev gören dijital platformların siyasal sistemlerle kurduğu simbiyotik ilişkinin görünür hâle gelmesidir. Facebook gibi platformlar, görünürde tarafsız altyapılar sağlarken; gerçekte hegemonik güç yapılarına hizmet eden yönlendirme sistemleri sunmaktadır.

Facebook–Cambridge Analytica skandalı, dijital çağın en belirgin seçim manipülasyon örneklerinden biri olarak hem bireysel düzeyde mahremiyetin hem de toplumsal düzeyde demokrasinin algoritmalar aracılığıyla nasıl zedelendiğini göstermektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, dijital propaganda sistemlerinin yalnızca içerik üretimi değil; içerik dağıtımı, zamanlaması ve hedefleme mekanizmalarıyla bütüncül bir hegemonik yapı kurduğudur. Bu vaka, bireylerin dijital profilleri üzerinden yönlendirilmesinin, yalnızca siyasal tercihler üzerinde değil; aynı zamanda değer sistemleri, kimlikler ve toplumsal aidiyetler üzerinde de dönüştürücü bir etkisi olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla algoritmik hegemonya, yalnızca seçim kazanma stratejisi değil; kültürel ve ideolojik bir yeniden inşa sürecidir. Bu olay dijital platformların ve algoritmaların, klasik medya araçlarından farklı olarak daha görünmez, daha kişiselleştirilmiş ve daha ikna edici biçimde hegemonik iktidar üretme kapasitesine sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Bu durum hem etik açıdan hem de demokratik değerler bakımından ciddi bir sorgulamayı zorunlu kılmaktadır.

7.3. Algoritmik Irkçılık ve Google Arama Motoru Örneği (Safiya Umoja Noble, 2018)

Safiya Umoja Noble'in *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism* (2018) adlı eseri, algoritmaların teknik nesneler olmanın ötesinde, toplumsal önyargıları taşıyan ve yeniden üreten kültürel aygıtlar olduğunu gösteren akademik çalışmalardan biridir. Noble, özellikle Google arama motorunun, Siyah kadınlarla ilgili içerikleri nasıl kategorize ettiğini ve bu kategorilendirmenin ırksal ve cinsiyet temelli ayrımcılıklarla nasıl iç içe geçtiğini analiz etmiştir. Onun tespiti, dijital eşitsizliğin yalnızca erişim düzeyinde değil; aynı zamanda içerik üretimi, dağıtımı ve temsiliyet süreçlerinde de yer aldığını göstermektedir. Noble'in ortaya koyduğu vakalar, yalnızca algoritmalar önyargılı olabilir önermesinden ibaret değildir; aynı zamanda, bu önyargıların tarihsel ve kültürel kodlarla nasıl iç içe geçerek algoritmik sistemlere sızdığını gözler önüne serer. Bu anlamda Google gibi teknoloji devlerinin arama motorları, Gramsci'nin deyimiyle yeni bir sivil toplum alanı olarak değerlendirilmelidir: görüldüğü kadar tarafsız olmayan, hegemonik ideolojileri taşıyan ve pekiştiren dijital yapılar.

Noble'in kitabının girişinde verdiği en çarpıcı örneklerden biri, 'Black girls' anahtar kelimesiyle yapılan aramaların sonuçlarıdır. Bu sorgu, bir dönem boyunca neredeyse tamamen pornografik içeriklerle dolu sayfalar üretmiştir (Noble, 2018, s. 1–5). Google'ın algoritmaları, bu tür sonuçları popülerlik, tıklanma oranı ve içerik otoritesi gibi metriklerle belirlediği için, siyah kadınlar hakkında önyargılı içeriklerin daha üst sıralarda yer alması teknik değil, ideolojik bir sorundur. Bu, algoritmaların yalnızca kullanıcı tercihlerine değil, toplumsal normlara ve kültürel önyargılara göre şekillendiğinin kanıtıdır. Buradaki temel mesele, algoritmaların önyargısız olduğu varsayımının çürütülmesidir. Noble, bu algoritmik yapının, siyah kadın kimliğini yalnızca cinselleştirilmiş imgelerle ilişkilendirmesi nedeniyle dijital bir ötekileştirme pratiği gerçekleştirdiğini öne sürer. Bu durum, Stuart Hall'un (1997)

kültürel temsil kuramı ile de açıklanabilir. Temsil, yalnızca gerçekliğin bir yeniden üretimi değil; aynı zamanda bu gerçekliğin çarpıtılması, anlamlandırılması ve ideolojik olarak çerçevelenmesidir. Google aramaları bu temsilin aracı hâline gelir.

Gramsci'nin hegemonya kavramı, buradaki dijital süreci anlamak için elverişli bir çerçeve sunar. Hegemonya yalnızca devlet aygıtlarıyla değil, kültürel araçlar, örneğin medya, eğitim, dil ve burada olduğu gibi dijital platformlar, aracılığıyla sürdürülür. Noble'in (2018) çalışması, Google algoritmalarının, beyaz, heteronormatif, erkek merkezli bir dünya görüşünü varsayılan hâle getirdiğini, bu görüşü doğal ve evrensel olarak sunduğunu göstermektedir (s. 38). Bu ise Gramsci'nin tanımıyla kültürel hegemonya üretiminin dijitaldeki yansımasıdır. Laclau ve Mouffe'un (2001) eklemlenme ve dışlama zinciri kavramları da burada açıklayıcıdır. Siyah kadınların dijital temsilde karşımıza çıkan, bu kimliklerin ya tamamen dışlandığı ya da yalnızca pornografik içeriklerde nesneleştirildiği bir düzenlemedir. Böylelikle, belirli kimlikler yalnızca temsil edilmekle kalmaz; bu temsilin biçimi ve içeriği aracılığıyla sistematik olarak ötekileştirilir. Bu noktada Butler'ın tanınma (*recognition*) teorisi de önem kazanmaktadır. Bir öznenin sosyal ve dijital varoluşu, nasıl tanındığıyla ve nasıl temsil edildiğiyle doğrudan ilişkilidir. Siyah kadınlar hakkında yapılan aramaların yalnızca olumsuz ve cinsiyetçi içeriklere yönlendirmesi, bu öznenin hem sosyal hem de dijital dünyadaki konumunu değersizleştirme işlevi görür.

Bu örnek, dijital alandaki eşitsizliğin yalnızca teknik donanım ya da internet bağlantısıyla ilgili olmadığını, temsiliyet düzeyinde de ciddi adaletsizlikler bulunduğunu ortaya koyar. Noble'in ortaya koyduğu gibi, algoritmaların nasıl kodlandığı, hangi verilerle eğitildiği ve hangi kültürel kalıpları yeniden ürettiği, dijital eşitsizliğin temel belirleyenleridir. Üstelik bu eşitsizlik yalnızca kültürel bir temsiliyet meselesi değil; aynı zamanda siyasal ve ekonomik sonuçlar da doğurur. Örneğin; iş ilanlarına erişim, akademik kaynaklara ulaşım ya da sağlıkla ilgili bilgilere ulaşma gibi gündelik pratiklerde, algoritmaların taraflı sıralama yapması bireylerin hayatında doğrudan ayrımcılığa neden olabilir.

Google'ın arama algoritmalarında görülen ırkçı ve cinsiyetçi temsiller, dijital hegemonya kavramının somutlaştığı bir alandır. Noble'in çalışması, dijital teknolojilerin yalnızca teknolojik araçlar olmadığını; kültürel, toplumsal ve ideolojik kodlarla yoğrulmuş birer iktidar aygıtı olduğunu gözler önüne serer. Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca bilgi sıralayan nötr sistemler değil; kimlikleri tanıyan, dışlayan ya da temsil eden ideolojik filtrelerdir. Siyah kadınların dijital ortamdaki temsiliyetleri üzerinden açığa çıkan bu tablo, dijital alanda da kültürel mücadelelerin sürdüğünü ve bu mücadelenin artık algoritmik seviyede verildiğini göstermektedir. Nihayetinde dijital eşitlik yalnızca teknik altyapıların yaygınlaştırılmasıyla değil; temsilin demokratikleşmesi, etik kodlama süreçlerinin denetlenmesi ve kültürel duyarlılıkların algoritmalara dâhil edilmesiyle mümkün olacaktır. Noble'in çalışması, bu yönüyle yalnızca bir eleştiri değil; aynı zamanda dijital medya adaleti için bir çağrı niteliği taşır.

7.4. Dijital Sosyal Yardım Sistemleri ve Yoksullukta Algoritmik Ayrımcılık

Virginia Eubanks'ın *Automating Inequality: How High-Tech Tools Profile, Police, and Punish the Poor* (2018) adlı çalışması, dijital çağda algoritmaların yalnızca bilgi sıralamak veya hizmet sağlamak için değil, aynı zamanda toplumsal düzenin yeniden yapılandırılmasında

aktif ideolojik araçlar olarak kullanıldığını gösteren eserlerden biridir. Kitapta incelenen üç vaka, Indiana’da sosyal yardım sisteminin otomasyonu, Los Angeles’ta evsizlere yönelik dijital puanlama sistemleri ve Pittsburgh’da çocuk koruma hizmetlerinde kullanılan algoritmalar, dijitalleşmenin sadece verimlilik adına değil, aynı zamanda, denetim, dışlama ve disiplin amacıyla da kullanılabileceğini gösterir. Bu örnek olay, toplumsal eşitsizliklerin dijital araçlar yoluyla nasıl yeniden üretildiğini, algoritmaların görünüşte yansız olsa da nasıl ideolojik yükler taşıdığını ve kamu politikalarının dijitalleştikçe nasıl daha az şeffaf, daha çok cezalandırıcı hâle geldiğini tüm açıklığıyla gözler önüne serer. Burada dijital hegemonyanın yalnızca söylemsel düzeyde değil, yapısal ve yönetsel düzeyde nasıl kurumsallaştığı görülmektedir.

Eubanks’ın detaylı incelediği örneklerden biri, 2006 yılında Indiana eyaletinde sosyal yardım sistemlerinin dijitalleştirilmesidir. Burada geliştirilen otomasyon sistemi, insan faktörünü devreden çıkararak sosyal yardım başvurularını bilgisayarlı protokollerle yönetmeye başlamıştır. Ancak bu sistem, en ufak veri giriş hatalarını dolandırıcılık olarak değerlendirerek binlerce insanın yardım hakkını reddetmiş, sürecin sonunda 1 milyon kişi gıda, sağlık ve barınma gibi temel haklardan mahrum bırakılmıştır (Eubanks, 2018, s. 44–48). Bu örnek, Weberyen anlamda rasyonelleşmiş bürokrasinin dijital forma evrilmiş hâlidir. Ancak burada Weber’in öngördüğü gibi hesap verilebilir bir yönetim yerine, görünmez algoritmaların işlettiği bir cezalandırma mekanizması devrededir. Sistem, insanları yardıma muhtaç değil, şüpheli olarak konumlandırır ve yoksulluğu kişisel bir suçmuş gibi okur ve okutur. Bu, neoliberal yönetim mantığının dijitalleştirilmiş hâlidir. Bu dijital süreçler yalnızca teknik değil; ideolojik olarak da işlemektedir. Gramsci’nin hegemonya kavramı burada devreye girer. Devletin ya da sermaye güdümündeki teknolojik sistemlerin toplumun rızasını alarak değil, görünmeyen mekanizmalarla bireylerin yaşamını yönlendirmesi hegemonik bir yapının göstergesidir. Laclau ve Mouffe’un dışlama zinciri kavramı da burada yine anlamlı bir çerçeve sunmaktadır. Algoritmik sistemler, yoksulları yardıma muhtaç vatandaşlar olmaktan çıkarıp, potansiyel sahtekârlar olarak konumlandırarak onları yalnızca fiziksel değil, sembolik düzeyde de dışlar. Pittsburgh’daki çocuk koruma algoritması örneği, bu dışlamanın daha da derinleştiğini gösterir. Sistem, düşük gelirli, çoğunlukla siyah ve Latin kökenli aileleri riskli olarak etiketleyerek sosyal hizmetlerin radarına sokar. Ancak bu etiketlemeler, sınıfsal ve ırksal önyargılarla şekillenir. Böylece dijital sistemler, görünürde eşitlikçi olmakla birlikte, aslında dijital sınıfçılık üretmektedir (Eubanks, 2018, s. 121–127).

Burada dikkat çeken bir başka boyut ise, algoritmik sistemlerin yoksullar tarafından çoğu zaman doğal, meşru ve kaçınılmaz olarak kabul edilmesidir. Bu, Gramsci’nin hegemonya anlayışında bahsettiği rızanın örgütlenmesidir. İnsanlar, algoritmalar tarafından adaletsizce dışlandıklarında bile, bu sistemin tarafsız ve hatasız olduğunu varsayarlar. Böylece bireyler hem teknik hem de ahlaki düzeyde sistemin meşruluğunu sorgulamaktan uzaklaşırlar. Bu gözetim biçimi, klasik Foucaultcu panoptikon anlayışını bile aşar. Burada birey, fiziksel mekânda değil; dijital veriler yoluyla izlenir, etiketlenir ve sınıflandırılır. Algoritmik panoptikonun işleyişi daha az görünür, daha az sorgulanabilir ve daha derinden etkilidir.

Virginia Eubanks’ın ortaya koyduğu bu örnek olay, algoritmaların yalnızca bilgi sistemleri değil, toplumsal düzenin yeniden üreticileri olduğunu da açıkça göstermektedir.

Sosyal yardım gibi temel insan haklarının, yapay zekâ protokolleriyle yönetilmesi, neoliberal rasyonaliteyle örtüşen yeni bir dijital yönetim biçiminin inşa edildiğini ortaya koyar. Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca ‘yardım kime verilmeli?’ sorusuna yanıt aramaz, aynı zamanda ‘kim hak eder?’ sorusuna da ahlaki ve ideolojik bir yanıt üretir. Bu soruya algoritmaların verdiği cevaplar ise genellikle yoksulları, göçmenleri, siyahları, kadınları ve diğer marjinal grupları dışlayan toplumsal kalıplara dayanır.

Bu örnek olay, dijital hegemonyanın yalnızca siyasal alanlarda değil; gündelik yaşamda, bürokratik sistemlerde, hizmet sunumunda ve hatta insanların temel haklara erişiminde bile nasıl kurumsallaştığını göstermektedir. Bu nedenle algoritmaların denetlenmesi, yalnızca teknoloji etiğiyle değil; aynı zamanda toplumsal adaletle, insan haklarıyla ve demokrasiyle doğrudan ilişkilidir.

8. Bulgular

Bu bölümde, dört örnek olayın sunduğu içeriklerden yola çıkarak algoritmaların hegemonya kurma, sürdürme ve dönüştürme işlevleri kavramsal bir düzlemde ele alınacak ve ulaşılan bulgular aktarılacaktır. Bulgular, Laclau ve Mouffe’un söylem kuramı, Gramsci’nin kültürel hegemonya yaklaşımı ve dijital çağın özgül araçları olan algoritmaların işleyiş biçimleri ekseninde değerlendirilecektir. Her örnek olay, farklı bağlamlarda ama benzer işleyiş mekanizmalarıyla dijital iktidarın doğasını da gözler önüne sermektedir.

8.1. Algoritmalar ve Görünmez Hegemonya: Yeni Bir İktidar Rejimi

Algoritmalar, klasik medya sistemlerinden farklı olarak yalnızca mesajı ileten araçlar değil; aynı zamanda mesajın görünürlüğünü, sıralamasını ve dolaşımını kontrol eden karar verici aktörler olarak işlev görmektedir. Bu nedenle, hegemonya artık yalnızca söylemin içeriğinde değil, o söylemin kime, nasıl ve ne zaman gösterildiğinde şekillenmektedir (Altheide, 1984, s. 478). Dijital ortamda bilgiye erişimin doğallaştırılmış sıralamalar üzerinden sağlanması, Gramsci’nin hegemonya tanımına paralel şekilde, egemen değerlerin görünmez bir biçimde içselleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, Google gibi arama motorlarının ırkçılık ve cinsiyetçilik gibi yapısal önyargıları yeniden üretmesi, yalnızca teknik bir kusur değil, dijital hegemonyanın görünmeyen yüzüdür. Siyah kadınlara dair aramalarda pornografik içeriklerin öne çıkması, yalnızca temsilde bir adaletsizlik değil, aynı zamanda kültürel iktidarın dijital versiyonudur (Noble, 2018, s. 5).

8.2. İdeolojik Filtreleme ve Seçim Süreçlerinde Algoritmik Müdahale

Hem Hindistan’daki 2014 genel seçimleri örneği (Chhibber ve Verma, 2014; Mitra, 2016) hem de Cambridge Analytica vakası (Schiffrin, 2017; Bradshaw, 2018), algoritmaların seçim manipülasyonunda nasıl hegemonik araçlara dönüştüğünü göstermektedir. Bu vakalarda algoritmalar, seçmen profillerine özel içeriklerin gösterilmesini sağlayarak bilgi asimetrisi üretmiş, böylece seçmenlerin rasyonel karar alma kapasitelerini sistematik biçimde çarpıtmıştır. Bu durum, Laclau ve Mouffe’un söylem kuramında bahsedilen ‘boş gösteren’ kavramı ile açıklanabilir. Politik aktörler, toplumsal hoşnutsuzlukları dijital söylem araçlarıyla hegemonik eksenlere yönlendirirken, algoritmalar bu yönlendirmenin aracı değil, doğrudan kurucusu hâline gelmiştir. Modi’nin dijital kampanyaları, örneğin dini ve kültürel kimlikleri

algoritmik analizlerle hedeflemiş, böylece yeni Hindistan tahayyülünü hegemonik söylem hâline getirmiştir.

8.3. Algoritmik Yanlılık ve Dijital Irkçılığın Kurumsallaşması

Virginia Eubanks'ın sosyal yardım sistemlerine dair incelediği örneklerde (2018), algoritmaların nesnel karar vericiler olarak değil, mevcut sosyal önyargıları kurumsallaştıran yapılar olarak çalıştığı görülmektedir. Otomatikleştirilmiş sosyal yardım sistemleri, yoksulları potansiyel dolandırıcı olarak profillemiş ve binlerce kişinin temel hizmetlere erişimini engellemiştir (Eubanks, 2018, s. 44–45). Bu durum, Gramsci'nin rıza üretimi kavramını tersine çevirerek düşünmemizi gerektirir: Algoritmalar, yoksulları sistemden dışlayarak pasifleştirir; yardım sisteminin adaletli ve tarafsız olduğuna dair algı ise toplumda geniş bir rıza üretimi sağlar. Böylece görünürde objektif ama yapısal olarak ayrımcı bir dijital bürokrasi, sınıf eşitsizliklerini görünmez kılarak yeniden üretir.

8.4. Temsil Krizi ve Algoritmik Sessizlik

Hem Noble'ın hem de Eubanks'ın analizleri, dijital çağda temsil edilmeme ya da yanlış temsil edilme biçiminde işleyen bir algoritmik sessizlikle karşı karşıya kalındığını gösterir. Bu temsil krizi, Gramsci'nin kültürel hegemonya anlayışındaki aktif rıza boyutuyla örtüşmektedir. Toplumun belirli kesimlerinin sistemli olarak dışlanması, yalnızca marjinalleşmelerine değil, aynı zamanda onların anlatılarını yeniden üretme kapasitelerinin ellerinden alınmasına yol açmaktadır. Örneğin, siyah kadınların arama motorlarında temsili, onların yalnızca cinselleştirilmiş bedenleriyle var olabildiği bir dijital ortam yaratmaktadır (Noble, 2018, s. 1–7). Bu, yalnızca etik değil; aynı zamanda epistemolojik bir sorundur. Algoritmalar, hangi gerçekliğin görünür, hangi bilginin önemsiz olduğuna karar vermektedir.

8.5. Karşı-Hegemonik İmkanlar: Dijital Direniş Mümkün mü?

Fuchs (2020), dijital medyanın yalnızca egemen söylemlerin yeniden üretildiği değil, aynı zamanda alternatif kamusal alanların da yaratılabileceği bir zemin sunduğunu belirtir. Ancak bu karşı-hegemonik potansiyel, yalnızca teknik değil, örgütlü ve eleştirel bir mücadeleyi gerektirir. Bradshaw (2018), dijital aktivizmin, özellikle seçim manipülasyonuna karşı veri şeffaflığı ve denetim çağrısıyla etkili olabileceğini göstermektedir. Öte yandan, algoritmik yapılar doğrudan sermaye gücüne bağlı çalıştığı için bu mücadele asimetrik bir güç dengesine sahiptir.

Bulgular açıkça göstermektedir ki, algoritmalar tarafsız değil; ideolojik olarak taraflıdır. Bu ideoloji, kapitalist üretim ilişkileri, kültürel ırkçılık, sınıf ayrımcılığı ve cinsiyetçilikle doğrudan bağlantılıdır. Hegemonya artık yalnızca medya içeriğinde değil, içeriğin sıralamasında, erişiminde ve görünürliğünde kurulmaktadır. Bu nedenle, dijital çağın hegemonyası çok daha sofistike, çok daha görünmez ama bir o kadar da etkili bir iktidar biçimini temsil etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Algoritmaların yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda toplumsal anlam üretiminin merkezinde konumlanan ideolojik düzenleyiciler olduğu yönündeki bulgular, mevcut literatürdeki pek çok kuramsal çerçeve ile uyumludur. Gramsci'nin hegemonya

kavramı, dijital çağda rızanın üretildiği mecraların kültürel ve teknik bileşenler üzerinden yeniden inşa edildiğini göstermektedir. Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca içerik akışını düzenlemekle kalmamakta; hangi söylemlerin görünür, hangilerinin marjinal olacağını da belirleyerek kültürel liderlik işlevini dijital ortamda sürdürmektedir. Laclau ve Mouffe'un söylem kuramı ise, bu sürecin dilsel ve ideolojik boyutunu vurgulayarak algoritmik filtreleme mekanizmalarının anlam alanlarını nasıl sabitlediğini ve rakip söylemleri nasıl dışladığını açıklamada güçlü bir araç sunmaktadır.

Literatürde Safiya Umoja Noble'nın (*Algorithms of Oppression*) ortaya koyduğu gibi, algoritmaların ırk, cinsiyet ve sınıf temelli eşitsizlikleri yeniden üretme potansiyeli, bu teknolojilerin toplumsal güç ilişkilerinden bağımsız olmadığını ortaya koyar. Benzer şekilde, Virginia Eubanks'ın (*Automating Inequality*) analizleri, algoritmik karar destek sistemlerinin özellikle dezavantajlı gruplar üzerinde cezalandırıcı etkiler yarattığını göstermektedir. Bu örnekler, çalışmada incelenen dört olay üzerinden elde edilen gözlemlerle paraleldir: algoritmalar hem rıza üretme hem de dışlama mekanizmaları olarak işlev görmektedir, böylece hegemonik düzenin dijital alandaki sürekliliğini sağlamaktadır.

Dijital çağda algoritmaların yalnızca bilgi akışını düzenleyen teknik araçlar olmadığını; aynı zamanda kültürel, politik ve ekonomik hegemonya ilişkilerinin kurucu öğeleri hâline geldiğini göstermiştir. İncelenen örnekler, 2014 Hindistan seçimleri, Cambridge Analytica skandalı, Google arama motorundaki algoritmik ırkçılık ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki sosyal yardım sistemlerinin otomasyonu, farklı bağlamlarda da olsa, algoritmaların benzer işleyiş mekanizmalarıyla iktidar ilişkilerini nasıl yeniden şekillendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca teknik sistemler değil; aynı zamanda dijital çağın görünmeyen ideolojik taşıyıcıları, başka bir deyişle sessiz ideologları olarak değerlendirilebilir.

Bu değerlendirme, Gramsci'nin kültürel hegemonya kuramı ile Laclau ve Mouffe'un söylem kuramının birlikte okunmasıyla daha da anlamlı hâle gelir. Zira algoritmalar, yalnızca bilgi seçimiyle değil, temsilin sınırlarını çizen yapılar olarak da toplumsal farkı bastırmakta ve belirli anlatıları ön plana çıkararak dijital rızanın yeniden inşasını mümkün kılmaktadır. Özellikle seçim kampanyalarında seçmenlerin psikolojisine müdahale eden algoritmalar, arama motorlarında marjinal grupları ya görünmez ya da aşağılayıcı biçimde temsil eden yapılar ve sosyal yardım sistemlerinde gözetim ve dışlama işlevi gören dijital protokoller, bu hegemonik işleyişin farklı ve somut örnekleridir. Bu bağlamda, dijital hegemonyayla mücadele yalnızca içerik bazlı değil, aynı zamanda sistemsel ve yapısal bir düzlemde yürütülmelidir. Öncelikle algoritmaların nasıl çalıştığı, hangi verileri topladığı ve bu verilerle nasıl kararlar verdiği konusunda şeffaflık sağlanmalı hem devlet kurumları hem de özel şirketler bu sistemlerin denetlenebilir olmasını temin etmelidir. Temsilin adil biçimde yeniden yapılandırılması için, dijital içeriklerin yalnızca popülerlik ya da tıklanma oranlarıyla değil, etik ilkeler ve toplumsal denge gözetilerek sıralanması gerekmektedir. Bu noktada, içerik sıralama sistemlerini düzenleyen etik kodların belirlenmesi ve bu süreçlerin bağımsız kurullar tarafından izlenmesi zorunlu hâle gelmelidir. Ayrıca, dijital medyada alternatif kamusal alanların desteklenmesi büyük önem taşır. Hegemonik anlatılara karşıt söylemler üretebilen bağımsız platformlar, eleştirel medya toplulukları ve sivil toplum örgütleri, dijital alanın çeşitlenmesini sağlayarak bu karşı-hegemonik mücadelenin önünü açabilir. Ancak bunun için

yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda eleştirel bilinç ve medya okuryazarlığı düzeyinin artırılması gerekir. Özellikle genç kuşakların algoritmaların yönlendirici doğasına karşı farkındalık kazanması, eleştirel eğitim politikaları ile desteklenmelidir. Bu eğitimler, yalnızca içerik analizini değil, aynı zamanda algoritmik yapının nasıl çalıştığını ve kimin çıkarına hizmet ettiğini sorgulayan bir bakış açısını da kapsamalıdır. Dijital eşitsizliklerin yalnızca görünür değil, aynı zamanda sistematik hâle geldiği bu dönemde, hukuki ve politik denetim mekanizmaları da yeniden yapılandırılmalıdır. Algoritmaların seçim süreçlerinde manipülatif biçimde kullanılmasını engelleyecek ulusal ve uluslararası düzenlemeler geliştirilmelidir. Bu bağlamda veri kapitalizminin denetimsiz işleyişiyle mücadele etmek, yalnızca bireysel hakları değil, toplumsal bütünlüğü koruma açısından da kritik öneme sahiptir.

Sonuç olarak, dijital çağın hegemonya biçimleri, klasik propaganda yöntemlerinden çok daha farklı, görünmez ve gündelik yaşama içkin yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle algoritmaların toplumsal, kültürel ve siyasal yaşam üzerindeki etkilerini yalnızca teknik bir mesele olarak değil; ideolojik, etik ve yapısal bir sorun olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bu çalışma, algoritmaların yalnızca hegemonyayı yeniden üreten değil; doğrudan onu kuran ve sürdüren aktörler olduğunu göstermektedir. Bu nedenle dijital eşitsizliklerle mücadele, salt teknolojik bir alanla sınırlı kalmamalı; çok katmanlı, kolektif ve toplumsal adalet perspektifiyle yürütülmelidir. Çünkü dijital geleceğin nasıl şekilleneceği, yalnızca kodlarda değil, bu kodların hangi toplumsal değerleri taşıyacağına karar veren politik iradede düğümlenmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı bu çalışmada içerisinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririm. Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makale tek yazarlı olduğundan katkı oranının tamamı yazara aittir.

Etik Kurul İzni

Bu makalede etik kurul iznine gerek yoktur. Etik kurul kararı gerekmediğine ilişkin ıslak imzalı onam formu sistem üzerindeki makale süreci dosyalarında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

- Altheide, D. L. (1984). Media hegemony: A Failure of Perspective. *Public Opinion Quarterly*, 48(2), 476–490. <https://doi.org/10.1086/268844>
- Altheide, D. L. (1987). Media logic and social interaction. *Symbolic Interaction*, 10(1), 129–138. <https://doi.org/10.1525/si.1987.10.1.129>

- Bates, R. J. (1975). Trends in the sociology of the school. *The Australian and New Zealand Journal of Sociology*, 11(3), 10-14. <https://doi.org/10.1177/144078337501100302>
- Bradshaw, S. ve Howard, P. N. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1.5), 23–32.
- Buttigieg, J. A. (1995). Gramsci on civil society. *Boundary 2*, 22(3), 1–32. <https://doi.org/10.2307/303721>
- Chhibber, P. ve Verma, R. (2014). The BJP's 2014 "Modi Wave": An ideological consolidation of the right. *Economic and Political Weekly*, 49(39), 50–56.
- Epstein, R. ve Robertson, R. E. (2015). The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections. *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.*, 112(33) 4512-4521. <https://doi.org/10.1073/pnas.1419828112>
- Eubanks, V. (2018). *Automating inequality: How high-tech tools profile, police and punish the poor*. St. Martin's Press.
- Fuchs, C. (2020). Communication and struggles for alternatives. In *Communication and capitalism: A critical theory*. University of Westminster Press, (15), 337–352. <https://doi.org/10.2307/j.ctv12fw7t5.18>
- Gordon, F. (2019). Virginia Eubanks - Automating inequality: How high-tech tools profile, police, and punish the poor. *New York: Picador, St Martin's Press. Law, Technology and Humans*, 1(1) 162-164. <https://doi.org/10.5204/lthj.v1i0.1386>.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications, Inc; Open University Press.
- Laclau, E. ve Mouffe, C. (2001). *Hegemony and socialist strategy: Towards radical democratic politics* (2. Baskı). Verso.
- McArthur, S. A. (2016). Black girls and critical media literacy for social activism. *English Education*, 48(4), 362–379.
- Mitra, S. K. ve Schöttli, J. (2016). India's 2014 general elections: A critical realignment in Indian politics?. *Asian Survey*, 56(4), 605–628.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5>
- Schiffrin, A. (2017). Disinformation and democracy: The internet transformed protest but did not improve democracy. *Journal of International Affairs*, 71(1), 117–126.
- Stoddart, J. F. (2017). Mechanically interlocked molecules (MIMs)—Molecular shuttles, switches and machines (Nobel Lecture). *Angewandte Chemie International Edition*, 56(37), 11094–11125. <https://doi.org/10.1002/anie.201703216>
- Yerlikaya, T. ve Aslan, S. T. (2020). Social media and fake news in the post-truth era: The manipulation of politics in the election process. *Insight Turkey*, 22(2), 177–196.

EXTENDED ABSTRACT

This article explores the multifaceted role of algorithms in the digital age, emphasizing that they are not neutral or merely technical instruments but active agents in constructing ideological and cultural hegemony. Drawing from Antonio Gramsci's theory of cultural hegemony and the discourse theory of Ernesto Laclau and Chantal Mouffe, the study presents a thorough conceptual and empirical examination of how algorithms organize knowledge, prioritize visibility, and shape political subjectivities. Far from operating as passive tools, algorithms govern the conditions under which information is accessed, determine what becomes visible or invisible in the digital public sphere, and therefore influence public opinion and democratic processes. As such, they play a pivotal role in structuring societal consent, reinforcing social biases, and shaping ideological norms in ways that are often hidden from public scrutiny. The article demonstrates that digital platforms—such as search engines, social media timelines, and recommendation systems—serve not only as distributors of information but also as ideological infrastructures that determine legitimacy, relevance, and representation. This analysis positions algorithms within the framework of cultural production and symbolic power, arguing that they function as contemporary ideological apparatuses. In this respect, the paper introduces the concept of "algorithmic hegemony," which refers to the capacity of algorithms to subtly organize and normalize dominant worldviews through content filtering, prioritization, and personalization processes. By selectively amplifying certain discourses while silencing others, algorithms serve to consolidate specific hegemonic narratives while excluding counter-hegemonic alternatives. The article builds its argument around four detailed case studies that serve as empirical illustrations of algorithmic power in action. The first focuses on the 2014 Indian general elections, where Narendra Modi's Bharatiya Janata Party (BJP) leveraged algorithmic micro-targeting to tailor political messages to distinct demographic groups. Through data-driven insights and personalized content delivery via platforms like Facebook and WhatsApp, the BJP effectively created different narrative personas of Modi for different social segments. This case illustrates how algorithmic systems facilitate the production of consent by aligning political messaging with voters' emotional and ideological preferences, leading to the normalization of Hindu nationalist discourse and the suppression of dissenting voices. The second case revolves around the Cambridge Analytica scandal, which exposed how psychographic profiling and targeted advertising were used to manipulate electoral behavior in multiple democratic contexts, most notably the 2016 U.S. presidential election. The company harvested data from millions of Facebook users without consent, developing psychological profiles to deliver tailored political advertisements. These manipulative practices turned digital platforms into tools of behavioral control and ideological indoctrination, enabling a form of hidden propaganda that bypassed traditional mechanisms of accountability. The scandal reveals how algorithms, when coupled with big data analytics, can produce deeply personalized and persuasive messages that reinforce populist discourses while undermining deliberative democratic processes. The third case draws upon Safiya Umoja Noble's analysis of algorithmic racism in Google's search engine. Noble's research highlights how search algorithms reinforce racial and gender stereotypes by ranking sexist, racist, or pornographic content higher in results for specific queries—particularly those involving Black women. This case exemplifies how algorithmic systems reflect and amplify existing societal prejudices

encoded in training data and platform design. Algorithms, in this context, act not as objective mediators of knowledge but as agents that systematize exclusion and misrepresentation, contributing to what the article terms a ‘crisis of representation’ in digital environments. The fourth example is based on Virginia Eubanks’s investigation of automated welfare systems in the United States. In this case, algorithmic decision-making in social service delivery has led to the systemic exclusion of the poor from essential benefits. The study shows that these systems tend to classify low-income individuals as high-risk or potentially fraudulent, leading to reduced access to public assistance. This digital exclusion illustrates how algorithms reproduce class-based discrimination under the guise of efficiency and neutrality. These automated systems institutionalize surveillance and control over marginalized populations while masking their political and moral implications. Through these case studies, the article develops a critical understanding of how algorithms function as ideological structures that manage visibility, define legitimacy, and institutionalize discrimination. It argues that the power of algorithms lies not only in their technical capabilities but also in their symbolic and epistemological authority to shape how reality is constructed, who gets to participate in it, and on what terms. The article also emphasizes the intersectionality of algorithmic discrimination, showing that race, class, gender, and political affiliation are systematically encoded into digital infrastructures, thereby shaping access to resources, representation, and power. While highlighting the dangers of algorithmic hegemony, the article also acknowledges the counter-hegemonic potential within digital media. Despite the dominance of platform capitalism, digital spaces still offer avenues for resistance, alternative narratives, and public mobilization. Movements like #BlackLivesMatter and #MeToo have demonstrated how marginalized voices can gain visibility and exert political pressure through networked activism. However, the author warns that these moments of resistance often remain subject to the same algorithmic dynamics that prioritize virality over substance, reducing long-term political impact. Therefore, algorithmic systems must be challenged not only through content creation but also through structural reforms aimed at ensuring transparency, accountability, and ethical governance. In conclusion, the article asserts that addressing the hegemonic function of algorithms requires a multi-dimensional strategy that includes ethical design principles, regulatory frameworks, and critical media literacy. It calls for the democratization of digital infrastructures by demanding public oversight, advocating for algorithmic transparency, and promoting participatory governance in technology development. Ultimately, the article positions algorithms as political agents that mediate the contemporary forms of power and exclusion, urging scholars, policymakers, and citizens to critically engage with the infrastructures shaping our digital lives.