

İLETİŞİMSEL EYLEMİN DİJİTAL PLATFORMLAR ARACILIĞIYLA GÜNDELİK HAYATI SÖMÜRGELEŞTİRMESİ¹

Enes Dönmez*

Özet

Habermas, yaşantı-dünyası ve sistem bütünleşmesinin birbirinden ayrışması sonucunda, rasyonelleşen dünyalarda, sistemin yaşam dünyasını baskıladığını ileri sürmekle beraber; rasyonel-stratejik aklın ve normatif aklın, öznel dünyaları sömürgeleştirmesini eleştirmektedir. Çözüm olarak, rasyonel eylemin bu özelliğine karşı; 'iletişimsel eylemi' önermekte ve samimiyete dayalı, eşit şartlarda müzakere eden bireylerin, rasyonel aklın sömürmesine mahkûm olmayacağını düşünmektedir. Ancak Hardt ve Negri, çağımız toplumunun tasvirini, Avrupa'nın rasyonelliğinden ziyade; Amerikanvari bir enformatikleşme ile yapmaktadır. Bu enformatikleşmenin sonuçları arasında; dijital platformların gündelik hayata girmesi ile birlikte, iletişimsel eylemin gündelik hayatı sömürgeleştirmesi yer almaktadır. Çalışmanın amacı; dijital platformların ara yüzleri ve kullanım pratiklerini inceleyerek, gündelik hayattaki hangi ilişkileri ve pratikleri kolonileştirdiğini tespit etmek ve gündelik hayatın enformatikleşmesinin bir betimlemesini yapmaktır. Dijital platformların kullanım pratikleri; Giddens'in 'yapı', 'kurallar ve kaynaklar' kavramları ve Bourdieu'nun 'alan' ve 'sermaye' kavramları ile incelenmiştir. Sonuç olarak; Airbnb, 'konaklama' pratiklerini kolonileştirirken; Bionluk ve LinkedIn, 'çalışma hayatının' pratiklerini kolonileştirmektedir. Twitter; 'düşünceleri', Tinder; 'aşk ve ilişki' pratiklerini, Instagram ise; 'fotoğraf/video ve sosyalleşme' pratiklerini kolonileştirmektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişimsel Eylem Kuramı, Dijital Platformlar, Sosyal Medya, Habermas, Enformatikleşme

¹ Bu çalışma yayımlanmamış doktora tezinin literatürüne ait bazı kısımları içermektedir.

*Sorumlu Yazar: Arş. Gör. İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, enesdonmez92@gmail.com. ORCID ID: 0000-0002- 7296-1527

Geliş Tarihi: 05.01.2023 Kabul Tarihi: 12.02.2023 Yayın Tarihi: 28.02.2023

Atf Bilgisi / Reference Information

Dönmez, E. (2023). İletişimsel Eylemin Dijital Platformlar Aracılığıyla Gündelik Hayatı Sömürgeleştirmesi. Türkiye Medya Akademisi Dergisi. Cilt: 3 Sayı:5, s. 109-140. [https://doi.org/ 10.5281/zenodo.7638286](https://doi.org/10.5281/zenodo.7638286)

Finansal destek var mı? Varsa, finansal destek kaynağını belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): Hayır
Çıkar çatışması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): Yok
Teşekkür açıklaması var mı? Varsa belirtiniz. (Cevaplanması zorunludur): Yok

THE COLONIZATION OF EVERYDAY LIFE BY COMMUNICATIVE ACTION THROUGH DIGITAL PLATFORMS¹

Enes Dönmez*

Abstract

Habermas argues that the rational mind colonizes the life-world in rationalized worlds as a result of the separation of life-world and system integration. He criticizes the colonization of subjective worlds by rational-strategic reason and normative reason. He proposes 'communicative action' as a solution to this feature of rational action. Habermas argues that individuals who negotiate on equal terms based on sincerity will get rid of the colonialism of rational reason. However, Hardt and Negri describe our contemporary society with American-like informatization rather than European rationality. One of the consequences of this informatization is that with the introduction of social media into everyday life, communicative action begins to colonize everyday life. In this study, it is aimed to make a theoretical description of relationships that digital platform interfaces and usage practices colonize, and the informatization of everyday life. For example; While Airbnb is colonizing the practices of accommodation, Bionluk is colonizing the practices of LinkedIn working life. Twitter colonizes thoughts, Tinder colonizes love and relationship practices. This study includes some parts of the literature of the unpublished doctoral thesis.

Keywords: *Communicative Action Theory, Digital Platforms, Social Media, Habermas, Informatization*

¹ This study includes some parts of the literature of the unpublished doctoral thesis.

*Corresponding Author: Research Assistant, İstanbul Arel University, Faculty of Communication, Cinema and Television Department, enesdonmez92@gmail.com. ORCID ID: 0000-0002- 7296-1527

Received Date: 05.01.2023 Accepted Date: 12.02.2023 Published Date: 28.02.2023

Is there financial support? Indicate the source of financial support, if any. (Must be answered): No
Is there a conflict of interest? If so, please specify. (Must be answered): No
Is there a thank you explanation? If so, please specify. (Must be answered): No

GİRİŞ

Habermas, sistemin yaşantı-dünyasını kontrol ederek bozuma uğratmasını ortaya koymak amacıyla; bu iki kavramın ayrışmasını incelemektedir. Bilginin aktarımının dolaylı, küçük topluluklar içerisinde gerçekleştiği eski kabile toplumlarında; toplumsal ve sistemsel bütünleşme gibi bir ayrım bulunmamaktadır. Toplumsal bütünleşme; yüz yüze iletişimin hâkim olduğu dolaylı iletişimi ifade ederken, kabile gibi küçük toplumların birleşerek devlet, imparatorluk gibi sistemleri inşa etmesi sonucu; iletişim dolaylı bir hal almıştır. Bütün bir sistemin doğru çalışması için; merkezden dağılan, sistemsel, dolaylı bir iletişim ağına gerek duyulmaktadır. Böylelikle toplumsal bütünleşme ve sistemsel bütünleşme ayrımı ortaya çıkmıştır. Bu ayrışma; toplumlar karmaşıklıkça daha da artmaktadır. Ekonominin, diğer kurumlara nazaran, daha bağımsız bir yer edinmesinde; sistem bütünleşmesinin yeri büyük bir öneme sahiptir. Sistem bütünleşmesindeki bu gibi kurumlar yaşantı-dünyasına kök salmaktadır. Toplumun rasyonelleşmesine neden olan dönüşümler; mesleki ve bilimsel birçok uzmanlaşmanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda; yaşantı-dünyasında aşırı bir yüklenme olmaktadır (Layder, 2014, s. 259-260).

Siyaset, ekonomi ve doğa bilimlerinin içinde bulunan kişiler, alanın uzmanı haline gelirken; gündelik hayat içerisindeki sıradan insanların, bu alanlar hakkındaki bilgisi çok kısıtlı ve işlevsiz olmakla birlikte, sistematik değildir. Üç dünyaya ait geçerlilik iddiaları bu uzmanların elinde bulunmaktadır. Geçmişten devrolan, güç ve para ile oluşan, yeni yönetim mekanizmalarının yaşantı-dünyasından ayrışmasının rasyonelleşme ile bağlantısı bulunmaktadır. Kodlanmış yasaların ortaya çıkması ve siyasal, ekonomik kurumların fiilen ayrışması; toplumda genel bir rasyonelleşmeye neden olmaktadır. İletişimsel anlamaya dayalı olan toplumsal bütünleşme yerine toplum; para ve gücün işlem gördüğü sistemsel bütünleşmede inşa edilmektedir (Layder, 2014, s. 61). Habermas, sistemin yaşantı-dünyasına uyguladığı bu baskı ile onu kolonileştirdiğini savunmaktadır. Yaşam-dünyasının kolonileştirilmesi ile kast edilen; kabile toplumlarından bu yana karmaşıklığın hızla artmasıyla birlikte, sistem tarafından dile dayalı iletişim araçlarına uygulanan aşırı baskı sonucunda; örgütlenme süreçlerinde yaşantı-dünyasındaki gündelik eylemler yerine, dile dayalı olmayan, empirik olarak

güdülenmiş, hesaplanabilir amaçsal-rasyonel eyleme dayalı olan para ve erk araçlarının kullanılmasıdır (Habermas, İletişimsel Eylem Kuramı Cilt 2: İşlevselci Aklın Eleştirisi Üzerine, 2001b, s. 618). Böylelikle, sistem, amaca ulaşmak için kullanılan bir araç değil; amacın kendisi haline dönüşmektedir (Edgar, 2006, s. 19). Habermas, yaşantı dünyası üzerinde, rasyonel aklın tahakküm oluşturan hâkimiyetinin; iletişimsel eylem ile çözüme kavuşabileceğini düşünmektedir. Yaşantı-dünyasındaki iletişimsel eylem örnek olarak; yeni toplumsal hareketler gösterilmektedir. Yeni toplumsal hareketler ile ifade edilmek istenen; 1968 sonrasında, toplumsal hareketlerdeki değişimdir. Bu; modern dönemin başlangıcındaki proletaryanın sınıf anlayışı ile ortaya çıkan ekonomi temelli ve siyasal erke sahip olma amacıyla yapılan toplumsal hareketlerdeki bir paradigma değişimidir. Yeni toplumsal hareketler, kendinden önceki dönemin amacına ek olarak; esnek, merkezsiz ve küçük grupların (cinsiyet, etnik gruplar, göçmenler, azınlıklar) tepkilerinden meydana gelen, birlik ruhunu ifade etmektedir (Topal Demiroğlu, 2014, s. 136).

Hardt ve Negri (2003, s. 59) ise; Habermas'ın görüşlerinin ötesine geçerek iletişimsel eylem ile rasyonel eylemin bir arada yürüdüğünü, iletişimsel eylemin de enformatikleşme ile sömürgeci bir yanın ortaya çıktığını belirtmektedir. Modernizm; rasyonalite, endüstri ve Avrupa ile özdeşleşmişken, postmodernizm; enformasyon ve ABD ile özdeşleşmiştir. Enformatikleşmenin; üretimden tüketime, toplumun birçok alanında merkezi bir konuma gelmesi ile birlikte, iletişimsel eylemin kolonileştirici etkileri artmaya başlamıştır. Örneğin; kitlesel üretime adını veren Ford fabrikalarındaki, fordist üretim tarzından, daha esnek post-fordist üretime geçiş sürecinde; enformatikleşmenin önemi büyüktür. Bu anlamda, çalışmada, bu enformatikleşme sonucu, iletişimsel eylemin dijital platformlar aracılığıyla gündelik hayatı kolonileştirmesi incelenmiştir. Çalışmanın probleminin temelini; iş bulma, arkadaş edinme, konaklama, kiralama, ulaşım gibi gündelik hayata ait pratiklerin, dijital platformların popülerleşmesi ile birlikte bu platformların tahakkümü altına girmesi oluşturmaktadır. Örneğin; bir dijital platform aracılığı ile ulaşım hizmeti vermek isteyen bir kişinin, müşteri ile olan ilişkisine, dijital platform sistemindeki arayüz ve algoritmalar karar vermektedir. Kullanıcılar bu dijital pratiklere uymak zorundadır. Böylece, dijital platformlar vasıtasıyla; gündelik hayat enformatikleşmektedir. Bu sebeple, gündelik hayat içerisinde yer alan birçok pratik; dijital platformlarda kodlanabilmek ve

algoritmalarda öne çıkabilmek (önerilmek) amacıyla şekillenmektedir. Çalışmanın amacı; belirli kategorilerdeki dijital platformların arayüzlerini ve kullanım pratiklerini inceleyerek, dijital platformların alt yapısı, kullanım koşulları gibi sahip olduğu özelliklerin, gündelik hayattaki pratikleri nasıl kolonileştirdiğini ortaya koymaktır. Bu çalışmanın özellikle medya ve iletişim disiplinleri için önemli olmasının sebebi; Habermas'ın iletişimsel eylem kuramı ile ortaya koymaya çalıştığı görüşün ötesine geçerek; kuramını post-modern dünya açısından yeniden yorumlayan Hardt ve Negri'nin, çığır açan görüşlerini dijital medyaya uyarlamasıdır. Kısacası bu çalışma; iki kuramsal görüşün daha somut bir zemine uyarlanmasını kapsamaktadır. Bu anlamda sadece iletişim alanına değil, aynı zamanda sosyoloji alanına da katkı sunmaktadır.

İlk başlık; Habermas'ın iletişimsel eylem kuramının şu ana kadar anlatılan görüşlerinin devamı ve genel bir özetidir. İkinci başlık altında; Bourdieu ve Giddens'in kavramları üzerinden dijital platformlardaki pratikler anlamlandırılmıştır. Bu çalışma kapsamında alan ve yapı kavramları ile kastedilen; dijital platformun kendisidir. Kaynaklar ve sermaye olarak, platformun alt yapısı ve arayüzünün sağladığı kullanım olanakları; kurallar ile de platformların kullanım koşulları kastedilmektedir. Üçüncü başlıkta ise; kitle iletişim araçları ve dijitalleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan yaşama bilgisi ve bilişsel proleterleşmeye yer verilmiştir. Dördüncü başlıkta; Hardt ve Negri'nin enformatikleşme ile ilgili görüşleri belirtilmiştir. Bir sonraki başlıkta; Giddens ve Bourdieu'nun kavramları ile belirli kategorilerdeki dijital platformlar incelenmiştir. İncelenen platformların neden olduğu sömürgeleştirme; çalışmanın sonunda yorumlanmıştır.

1. SİSTEMİN SÖMÜRGESİNE KARŞI HABERMAS'IN İLETİŞİMSEL EYLEM KURAMI

Habermas, Weber'in eylem tipleştirilmelerinden ve Popper'in üç dünyasından faydalanarak; eylemlerin bu üç dünyada gerçekleştiğini belirtmiştir. Popper'a göre; üç tür dünya vardır. İlk olarak, 'fiziksel ve nesnel dünya', taşlar, yıldızlar, gezegenler, hayvanlar vb. fiziksel enerjileri de içinde barındıran; birinci dünyadır (Popper, 1978, s. 143). Bu nesnel dünyaya ait eylem türü olan 'teleolojik eylemde'; birey başarıya ulaşmak için

araçlarını belirleyip, amaca yönelik bir şekilde araçlarını kullanarak hedefine ulaşmaktadır. Başarı hesaplanırken, en az ikinci bir aktör devreye giriyorsa teolojik eylem; ‘stratejik eylem’ olarak genişlemektedir (Habermas, 2001, s. 110). Elias ve Weber’de, şiddet araçlarından arındırılan aristokrat sınıfın, bu stratejik eylem türünden faydalanarak rasyonelleştiği görülmektedir. İkinci dünyayı ise; ‘psikolojik ve mental’ dünya oluşturmaktadır. İkinci dünyada; acılar, hazlar, düşünceler, kararlar, umutlar ve gözlemler bulunmaktadır. Bir nevi ahlaki ve ‘toplumsal’, yani insanların; deneyimleri ve hayalleri ile canlılardan, toplumsal bir varlığa dönüştüğü dünyadır (Popper, 1978, s. 143). Bu dünyada eylemler tek başlarına değil, toplumsal grupların değerlere göre yönlendirilmesi sonucu, ‘normlara göre düzenlemiş eylemler’ ile gerçekleşmektedir. Nesnel dünyanın eylemleri nesnelere göre, toplumsal dünyanın eylemleri de normlara göre şekillenmektedir (Habermas, 2001, s. 111-114).

Popper’in üçüncü dünyadan kastettiği ise; ‘insan zihninin ürünü olan dünyadır. Bunlar nesnel düşünce içerikleridir. Diller, yetenekler, hikâyeler, mitler, bilimsel varsayımlar, teoriler, şarkılar, heykeller, uçak gibi mühendislik çıktıları vs. hepsi üçüncü dünyaya ait zihinsel ürünlerdir. Bu ürünler, bazen hem birinci hem de üçüncü dünyaya ait olabilirler. Örneğin; ‘Musa’nın Hükmü Heykeli’ mermer olarak, birinci dünyaya; Michelangelo’nun zihinsel ürünü olarak, üçüncü dünyaya aittir (Popper, 1978, s. 144). Habermas’ın üçüncü eylem tipi ise; dramaturjik eylemdir. Bu eylem tipinde aktörler sosyal bir varlık olarak değil, birbirlerinin izleyicisi olarak, kendilerini karşılıklı ifade ederek etkileşim içinde yer almaktadır. Aktör kendi imge ve izlenimlerini ortaya koymak amacıyla; öznelliğini çok amaçlı bir şekilde icra etmektedir. ‘Karşılaşma’ ve ‘performans’ anahtar kelimeleridir. Son olarak, ‘iletişimsel eylem’ kavramında ise; en az iki aktör, ister sözlü ister sözsüz bir şekilde, dil ve eylem yetisini kullanarak kişilerarası bir etkileşime girmektedir. Eylem stratejileri ve görüş birliği sağlamak adına bir anlaşma sağlanmaktadır (Habermas, 2001, s. 112-117).

Şeylerin gerçek temsillerinin yer aldığı ‘dış doğa’, doğruların sosyal boyutta ve ahlaki açıdan doğruluğunun arandığı ‘toplumsal dünya’, niyet ve samimiyetin önemli olduğu ‘insanın iç dünyası’na ait dört geçerlilik iddiası bulunmaktadır. İnsanlar karşılaştıklarında bu geçerlilik savları üzerinden etkileşime girmektedir. Bunlar; ‘anlaşılabilirlik’, ‘hakikat’, ‘ahlaken doğruluk’ ve ‘samimiyet’tir. İletişimsel eylem

‘anlaşılabilirliği’ beklerken; nesnel dünyaya ait geçerlilik iddiaları, dış dünyanın ‘hakikatini’ ortaya koymaya çalışmaktadır. Toplumsal dünyaya ait geçerlilik iddialarında ise; eylemlerde ‘ahlaken doğruluk’ aranmaktadır. Kişinin iç dünyasına ait eylemlerde, geçerlilik iddiası; karşıdaki aktörün ‘samimiyetine’ dayanmaktadır (Baert, 2017, s. 132). Örneğin; ‘su 100 derecede kaynar’ gibi nesnel dünyaya ait bir savda, geçerlilik iddiaları hakikat üzerinden ilerlemektedir. Suyun 100 derecede kaynadığına dair nesnel bir hakikat ortaya konulabilir. Ancak ‘kadının toplumdaki yeri’ gibi bir konuda ortaya atılan savlar daha normatiftir. Çünkü bu konu ahlaki, geleneksel veya yasal birçok zeminde tartışılabilir. Ama toplumsal dünyanın konuları bilimsel de olabilir. Oysaki; karşılıklı bir sevgi inşa ederken aktörler, karşılarındakinin samimiyetine bakmaktadırlar.

2. BOURDIEU VE GIDDENS’İN KAVRAMLARI ÇERÇEVESİNDE DİJİTAL PLATFORMLARI ANLAMAK

Bourdieu’nun sosyolojik yaklaşımının, sosyal bilimlerdeki ikilikleri aşmak üzerine olduğu söylenmektedir. Bunun yanında, rasyonalistlerin ve empiristlerin, belirlenimcilikleri de onun sorunsallaştırdığı konular arasında bulunmaktadır. Bu sorunları aşmak için ürettiği yeni kavramlardan dolayı, Bourdieu’yu bir kavram üreticisi olarak tanımlamak mümkündür. Ona göre; bilimselliğe aykırı olan bu ikiliklerinden dolayı ortaya çıkmış çok fazla yanlış tartışma bulunmaktadır. Tüm karşıtıklara temel oluşturan ve en derinlere kadar kök salmış karşıtlığı ise; öznelcilik ve nesnelcilik oluşturmaktadır. (2016, s. 43).

Bourdieu’nun, bu sorunları aşmak adına, ortaya attığı en önemli kavramlardan ikisi, bu çalışma açısından oldukça önemlidir. Bunlar; ‘alan’ ve ‘sermaye’ kavramları olmakla birlikte; ‘habitus’ da Bourdieu’nun en önemli kavramsallaştırmalarından biridir. Kabaca, bireyler bir alana gelip, o alanda, habitusları ve birikimini yaptıkları sermayeler ile konumlarını belirleyerek, eylemlerini gerçekleştirmektedir. Ancak bu kavramlar arasındaki ilişkiler hermeneutiktir. Yani sermayeden alan anlaşılabilirliği gibi, alandan da sermayeyi anlamak mümkündür. Dijital platformların pratikleri ile gündelik hayatın pratiklerinin karşılaştırması; bu iki kavram ile yorumlanabilmektedir.

Aile, okul vb. geçmişten gelen ve bilinçdışı bir şekilde içselleştirilmiş olan habitus, alan üzerinde yaşama geçmektedir. Yani alanda olan birey, her zaman bilinçli değildir, alanda ihtiyacı olan sermayeyi ne şekilde kullanacağı konusunda habitustan gelen pratik bilgi kendisine yardımcı olmakta ve strateji belirlemesini sağlamaktadır. Habitus; bir alana girerken ilk kullanılan şeylerden biridir ve nesnel olan dünyanın öznelleşmiş olduğu, toplumun içselleşebileceğini gösteren bir kavramı ifade etmektedir. Böylelikle, bir yeniden üretime vurgu yaparak, yapıların yapılandırılma imkânını göstermekte, öznel bir toplumsal yapıyı mümkün kılmaktadır. Bir alana girildiğinde; o alandaki sermayeyi nasıl kullanacağımızı, konumlanacağımızı ilk belirleyen, sizi ortaya koyan şeydir habitus.

‘Alan’ ise; habitusu yapılandırmaktadır. Habitus; alanın, alandaki içkin zorunlulukların somutlaşması olmakla birlikte; bir alanın anlamlı ve değerli bir dünya olarak kurulmasını sağlayan katkıyı da sunmaktadır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 118). Oyun metaforu üzerinden alanı açıklayan Bourdieu’a göre; onu oyundan ayıran şeyin, belirli bir bilinç veya düzenle kurulmamış olduğunu belirtmesidir. Alanda kullanılacak sermayeyi jetonlara benzetmekte, oyuna girmenin ise oyunun oynanmaya değer olduğunu gösterdiğini belirtmektedir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 81). Faillerin, bu alanı yeniden üretme ve dönüştürme güçleri vardır. Alana yeni giren az sermaye sahipleri, bu alanın kurallarını tekrar yazma niyetinde olurken; mevcut alanın sermayesine fazlaca sahip olanlar ise kalıcılığının sürdürülmesi için mücadele etmektedir. Bourdieu’yu diğer düşünürlerden ayıran başka bir kavram seti ise; ‘sermaye’dir. İlk olarak; ‘ekonomik sermaye’, Marks’tan bilinen sermayedir. Ancak Bourdieu’da ekonomik sermayeye ek olarak; ‘kültürel’, ‘sosyal’, ‘simgesel’ ve ‘siyasal’ sermaye türleri bulunmaktadır. Eğitim üzerine yaptığı çalışmalarda, karşısına çıkan sermaye eşitsizliklerini ortaya koyarken; zengin ailelerinin çocuklarının arasında olan ekonomik eşitsizlikten farklı olarak, kültürel sermaye konusunda eşit olmayan öğrencilerin varlığı dikkatini çekmiştir (Köse, 2004, s. 52). Kültürel sermayeye önem vermesi ile hegemonya yaklaşımına biraz daha yaklaşmaktadır.

Sermaye; ilgili alan içerisinde sahibine, o alanda bulunabilme ve etkin olabilme imkânı sunmaktadır. Etkinlik ve varlık derecesi; elinde bulundurduğu sermayenin miktarındadır. Aynı zamanda sermaye, o alanda elde edilmek için mücadele verilen

şeydir (Bourdieu, 2016, s. 82). Kişinin, sermaye ve habitusu ile alan içerisinde gerçekleştirdiği her şey pratikleri oluşturmaktadır (Bourdieu, 2015, s. 157). Failler, alanda öncelikle, ellerindeki sermayenin genel hacmine göre yer alırken; daha sonraki aşamada alandaki genel sermayenin oranına göre konumlanmaktadır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 195). Sermayeleri kısaca tanımlamak gerekirse; ekonomik sermaye, anlaşılacağı üzere, Marksist anlayışın sermayesi ile benzer olmakla birlikte, onların belirlemciliğini aşmaktadır. Ancak kapitalist sistem göz önünde bulundurulduğunda; ekonomik sermayenin belirleyiciliğini göz ardı etmemek gerekmektedir. Örneğin; zengin bir aile, daha iyi bir eğitim ile kültürel sermayesini geliştirebilmekte, daha fazla sosyal sermaye birikimi yapabilmekte, siyasal sermayesini arttırabilmek için; ekonomik sermayesini kullanabilmektedir. Kültürel sermaye; bireylerin aile, okul, entelektüellik vb. yollar ile elde ettikleri akademik başarıları ifade etmektedir. Kültürel sermaye; bir alanda, kurumsallaşmış söylem imkânı sunmaktadır. Örneğin; doktor, hâkim gibi aldığı eğitimi diploma ile maddileştirmiş ve kültürel sermayesi tıp, hukuk gibi alanlarda geçerli olan uzmanlar; sıradan bireyler üzerinde bu kültürel sermaye sayesinde bir hakimiyet kurabilmektedir.

Sosyal sermaye ise; kişilerin veya grupların elinde bulunan ilişkiler ağının kurumsallaşması ile oluşan karşılıklı tanıma sayesinde, alan içerisinde yer alan ağı harekete geçirebilme, hatta dönüşmesini sağlayabilme olarak ifade edilen sermayedir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 108). Sosyal sermayesi miktarınca, alanda belirli tanışıklıklar elde etmiş birey; bu tanışıklar sayesinde, arttırmayı arzu ettiği diğer sermayeleri için sosyal sermayesini kullanabilmektedir. Simgesel sermaye; alan içerisinde farklı bir öneme sahip olmasa da onu, diğer sermayelerden ayıran bir yönü bulunmaktadır. O da alanda yer alan kültürel, sosyal ve ekonomik sermayelerin, zaman içinde habituslar ile olan ilişkisi sonucu, simgesel sermayeye dönüşmesidir. Daha açık anlatmak gerekirse; kültürel sermaye ile akademi alanına giren bir kişinin, zamanla o alanda simgesel bir öneme sahip olarak daha üstün bir kişiye dönüşmesini ve süreç içerisinde alana ait kültürel sermayesinin özellikle özgünleşmesi ile kazandığı simgesel konumunu ifade etmektedir. Bunun dışında; ‘şeref’ gibi terimler de simgesel sermayeye girmektedir. Bu dört tür sermaye arasından ayrıcalıklı bir konumu olan bir sermaye varsa; o da siyasal sermayedir. Çünkü siyasal sermayenin; hemen hemen her alanda belirli bir geçerliliğinin olmasının yanı sıra, o alanları dönüştürebilmekte ya da sermayelerin

geçerliliğini etkileyebilmektedir. Örneğin; siyasal sermayesi üstün olan bir siyasetçi, alacağı kararlar ile enflasyonu etkileyerek, ekonomik sermayede dönüşüme neden olabilmektedir. Yaptığı eğitim reformları ile kültürel sermayenin gücünü azaltabilmekte veya arttırabilmektedir.

Dijital platformlardaki pratikleri anlayabilmek adına; Giddens'in kavramsallaştırmaları da önemlidir. Failin, eylemleri gerçekleştirdiği hem somut hem soyut yere 'yapı' adını vermektedir. Eylemlerin yapılaştırıcı özelliklerini içinde barındıran yapının tanımı; sosyal sistemler bünyesinde zaman ve mekân ilişkisinin kurulması, failerin tabi olduğu kurallar ve kullandığı kaynakları üretmesi ve yeniden üretmesidir. Yapılar, failer tarafından ihtiyaç duyulduğu vakit çağırıldığında inşa edilmektedir (2005, s. 205-206). Yapılar, tıpkı madalyon gibi ikili bir özelliğe sahiptir ve birbirinden bağımsız düalizmlerden ziyade; yapının ikiliği, birbirine olan bağımlılığı vurgulamaktadır. Pratiklerin gerçekleşmesi için; eylem ve yapıya ihtiyaç duyulmaktadır (Layder, 2014, s. 189). Diğer bir deyişle; yapının ikircikliğini değil, ikiliğini vurgulamaktadır. Yapılar; kurallar ve kaynaklardan oluşur. Kurallar, bir yapı olarak ele alındığında; toplum içerisinde yaşarken, eylemler belirli düzenlemeler çerçevesinde gerçekleşmekte; bu düzenlemeler, usul ve esaslardan oluşan kurallara tekabül etmektedir (Giddens, 1984, s. 64). Kuralların yanında, kaynaklar da failerin becerilerine katkı sunmakta, niyetlerini hayata geçirebilmelerini sağlamaktadır (Giddens, 2005b, s. 241). Yapı; failerin kurallar ve kaynaklar aracılığıyla eylemlerini inşa ettikleri bellek izleri olarak soyuttur, ancak bir yapı; insan eylemlerinin gerçekleştiği anlarda oluşarak da somutlaşmaktadır (Layder, 2014, s. 198).

Bourdieu ve Giddens'in kavramsallaştırmaları üzerinden, dijital platformları ve gündelik pratikleri değerlendirmek gerekirse; şöyle bir tablo ile karşılaşılmaktadır. Dijital anlamda Bourdieu'nun 'alan' olarak adlandırdığı şey; sanal bir alan, tüm pratiklerin algoritmalar ve kodlara dönüşerek gerçekleştiği yerdir. *Facebook*'ta beğenmek, *Instagram*'da paylaşım yapmak, *LinkedIn*'de yeni bir işe başladığını duyurmak, *Bionluk*'ta iş ilanı açmak, *Uber*'de araç çağırmak gibi pratikler; gerçeklik ile bağlantısı olan ama o platformlara özgü pratiklerdir. Bu pratikleri gerçekleştirmek için ise bir alana ihtiyaç duyulmaktadır. *Instagram*'da fotoğraf paylaşmak için veya *Bionluk*'ta iş yapabilmek için uygulamayı indirmeniz ve alana giriş yapmanız gerekmektedir.

Girdikten sonra ise; o alandaki sermayeleriniz kadar var olursunuz. *Instagram*'da takipçi sayısı ve beğeni sayısı; oradaki varlığımız için oldukça önemli bir yere sahiptir ve bu da sosyal sermayeniz ile ilgili bir durumdur.

Giddens'in 'yapı', 'kurallar ve kaynaklar' yaklaşımı ile bakıldığında ise; Bourdieu'nun yaklaşımına yakın bir yorumlama ile karşılaşılmaktadır. Örneğin; *Uber* uygulamasında; bir müşteri, araca ihtiyacı olduğunu bildirmekte ve onu alacağını bildiren *Uber* şoförü ile arasında uygulamanın sunduğu 'imkanlar-kaynaklar' dahilinde bir ilişki başlamakta, yani failer yapıyı inşa etmektedir. Ama onlara devrolmuş 'koşullar-kurallar' altında bunu inşa ettikleri için; belirli kurallara uymak durumundadırlar. *Uber* şoförü olmanın da ve müşterisi olmanın da kuralları vardır.

3. YAŞAM BİLGİSİ VE BİLİŞSEL PROLETERLEŞME: KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE DİJİTAL TEKNOLOJİLER

Rouvroy ve Berns, dijital teknolojiler sonucunda ortaya çıkan rasyonalitenin, yeni tür öznelleşme ve bireyselleşme pratikleri ortaya çıkarmasından dolayı, Foucault'nun yönetimsellik kavramından türeterek; 'algoritmik yönetimsellik' kavramını geliştirmişlerdir. Bu, Foucault'nun neoliberal yönetimselliğine eklenerek, onu güncelleyecek bir kavramdır. Biyoiktidar ve yönetimsellik ile iktidar, hayatın her yerinde bulunmaktaydı ve bu ona görünmezlik gibi bir özellik sağlamaktaydı. Dijital teknolojiler ile birlikte; bu gücü daha da artmıştır. Panoptik kurumlarınkinden bir miktar farklı olarak; dijital teknolojilerin insanları belirli bir davranışa doğru yönlendirme amacı, insanların zihinlerini manipüle ederek, belirli düşünceleri kalıplaştırma ile gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemler kullanılırken; öznelere odaklanmak yerine, öznelere ilişkilerle odaklanılmaktadır. Milyonlarca davranış, eylem ve kişinin hareketleri sürekli olarak izlenerek; belirli davranış ve kişiler profillere indirgenmektedir. Böylelikle, bu profiller, daha hesaplanabilir ve yönetilebilir hale gelmektedir. Öncelikle çok büyük veriler toplanmakta ve depolanmaktadır. Bu verilerin de işlenmesi için; gerekli olan alanın gerçekten çok büyük bir hacme sahip olması gerekmektedir. İkinci adımda; bu büyük veriler işlenmekte, son adımda ise; bu davranışlar üzerinde eyleme geçilmektedir (Şan, 2022, s. 114-115).

Gerçekliğin ve onu anlamlı hale getirmenin bir yöntemi olarak, daima sayısallaştırmadan faydalanmak; gerçeğin yerine bu sayısallaşmanın geçmesine neden olmaktadır. Stiegler üç tür proleterleşme sürecinden bahsetmektedir. İlki; endüstriyel makineleşme süreci olan 19. yüzyılda gerçekleşmiştir (Şan, 2022, s. 111). “*İşçinin bilgisi makineye öyle geçmiştir ki artık aletlerini kullanarak bireyleşen işçi değildir: Artık alet-makineye hizmet eden o’dur ve ait olduğu teknik sistemin içinde bireyleşmeyi üreten makine, artık teknik bir kişiliğe dönüşmüştür*” (Stiegler, 2012, s. 50-51). Kapitalizmin getirdiği rutinleşmiş üretim biçimi ile ‘beceri bilgisi’ proleterleşmiştir. İşçinin görevi, makineleri takip etmek olduğu için; bu beceri bilgisini kaybetmiştir. 20. yüzyılda gerçekleşen ise; kitle iletişim araçları ile kurulan kültür endüstrisinin sebep olduğu tüketimci kapitalizm ile ortaya çıkan ‘yaşam bilgisinin’ proleterleşmesidir. Sürekli olarak bir şeye ihtiyacı varmış gibi hisseden ‘tek boyutlu insanlar’; beceri bilgisinin yanında, ‘yaşam bilgisi’ ve ‘vatandaş’ olma bilgisini de kaybetmişlerdir. İlk iki proleterleşme biçiminin birleşmesi ile birlikte, 21. yüzyılda ‘bilişsel proleterleşme’ meydana gelmiştir. Algoritmalar, yapay zekâ gibi gelişmeler; bilişsel kapitalizmin doğmasına neden olmuştur. Kuramsal bilgiye ihtiyaç azalmıştır, kuramsal bilgi ile müzakereci gücün kaybolmasına neden olmuştur. Proleterleşme, bireyleri bilgi ve becerilerinden mahrum ediyorsa; günümüzde dijitalleşme ve bilişsel kapitalizm, idrakin ve aklın kaybına neden olmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla birlikte, haber akışının sadece peşine takılıp gitmek mümkündür. Üzerine düşünülmüş, tarihsel olarak ters yüz edilmiş bir bilgi bu yüzyıl için kayba uğramıştır (Şan, 2022, s. 118-120). Avrupa’da endüstri devrimi ile ortaya çıkan beceri bilgisinin proleterleşmesi, rasyonel aklın kolonileştirici yanını ortaya koyarken; kitle iletişim araçlarının yaşam bilgisi ve vatandaş olma bilgisini proleterleşmesi, her ikisinin birleşimi olan dijitalleşmiş, post-fordist, neoliberal dünya ile iletişimsel eylemin kolonileştirici yanını ortaya çıkarmaktadır.

4. ENFORMATİKLEŞEN DÜNYA VE GÜNDELİK HAYATIN ENFORMATİKLEŞMESİ

Hardt ve Negri’nin *İmparatorluk* (2003, s. 297-301) adlı çalışmalarında, günümüz küresel düzeni hakkında yaptıkları bazı tespitler, Habermas ve iletişimsel eylem kuramı ile ters düşmektedir. Yaşam dünyasının rasyonel akıl tarafından sömürgeleştirilmesinin

aksine, bilgi-iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte siyaset, ekonomi, kültür ve gündelik hayatın, Habermas'ın çözüm olarak gördüğü iletişimsel eylem tarafından sömürgeleştiğini belirtmektedirler. Bu, bir önceki başlıkta Stiegler'in yaşam bilgisinin proleterleşmesi ve bilişsel proleterleşme kavramlarıyla da anlatılmaktadır. Kitle iletişim araçları ve dijital iletişim teknolojileri ile yaşamlar kodlanmakta ve kodlanmak için yaşanmaktadır. Bu anlamda; Negri ve Hardt de çalışmalarında post-modernleşme ve enformatikleşme arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Enformatikleşme, özellikle üretimin enformatikleşmesi, tabi ki maddi üretimin yanında maddi olmayan üretimi de ifade etmektedir.

Tarihsel olarak, üç tür ekonomik paradigmadan bahsedilebilmektedir. İlki, tarım ve ham madde çıkarma; ikincisi, sanayileşme; üçüncüsü, enformatikleşmedir. İkinci paradigma olan sanayileşme; kendi ürünleri ve üretim biçimlerini ortaya koymanın yanında, tarımın da endüstrileşmesine neden olmuştur. Aynı şekilde enformatikleşme sonucunda da sanayi enformatikleşmiştir. Endüstrileşme ile; tarımda çalışanların hacmi azalırken, sanayi çalışanları yükselmiştir. Bu, sanayileşme gücünün göstergesi olmuştur. Enformatikleşme ile birlikte ise; hizmet sektöründe çalışanlar yükselişe geçerken, sanayide çalışanların oranları azalma göstermektedir (Hardt & Negri, 2003, s. 293-295). Bu geçiş; modernizmin sona ermesidir. Modernizm, bir tür Avrupalılaşma iken; enformatikleşme ile birlikte bir Amerikanlaşma süreci başlamıştır ve bu da post-modernleşme sürecidir. Post-endüstriyel ekonomi, aynı zamanda enformatik ekonomidir (Hardt & Negri, 2003, s. 298). Böylelikle, Bauman'ın da ifade ettiği gibi; katı kapitalizmdeki toprağa bağlılık, ağır ekonomi yerine daha hafif, akışkan bir modernizm ile karşı karşıya kalınmıştır. İşte bu da enformatikleşme ile sağlanmaktadır. Katı kapitalizm ve disiplinci iktidar döneminin panoptik kurumlarının pratiklerini en iyi uygulayan, Ford fabrikalarındaki değişim, bunu mikro ölçekte görmek için de iyi bir örnektir. Hardt ve Negri'ye göre (2003, s. 299-303); 1930 yılında Detroit'te kurulan otomobil fabrikası ile 1990'larda Sao Paulo'da kurulan otomobil fabrikası arasındaki farkı, her yerde görmek mümkündür. Ford, tüketiciye 'sağır' bir şekilde üretim yapmakta ve tek tip kitlesel üretim ile otomobillerin maliyetini azaltmaktaydı. Ancak bugün, neredeyse aracın prototipini müşteri ile birlikte çıkararak, esnek bir üretim biçimi söz konusu olmuştur. Bu ters yüz etme; toyotizm ile ortaya çıkmıştır. Post-fordizm adı verilen

esnek üretimi sağlayan şey ise; sürekli olarak birimleri ve müşterileri birbirine bağlayan iletişim ağları, yani enformatikleşmedir.

Enformatikleşmenin yanında, imparatorluk; emperyal komuta süreçlerinin üç aracı ile gerçekleştirilmektedir. Bunlar; ‘bomba’, ‘para’ ve ‘gökyüzü’dür. Bombadan kasıt; aslında Weber’den bu yana gelen şiddet araçlarını tekelinde bulunduran devlet olmakla birlikte, gelişen teknoloji ile şiddet araçları bakımından diğer yapılara göre çok güçlü bir konuma yükselmiştir. Russell (2004, s. 37), savaş uçaklarının ortaya çıkması ile devlete karşı ayaklanmanın imkânsız hale geldiğini belirtmektedir. ‘Para’ da emperyal bir hakem olarak, bombanın benzeri bir güce sahiptir ama onun gücü küresel piyasalar üzerindedir. Ancak emperyal gücü tarihsel olarak diğerlerinden ayıran ‘gökyüzü’ ile kastedilen; iletişimin yönetilmesi, eğitim sistemi ve kültürün düzenlenmesidir. Bu süreçlerin hepsi; uydular aracılığıyla gökyüzünden çözülmektedir (Hardt & Negri, 2003, s. 351-352). Hardt ve Negri’nin çalışması esnasında uydu teknolojileri hâkim güçteyken, gökyüzü metaforu oldukça uygun bulunmaktaydı, ancak bugün okyanusları dolanan fiber kablolar ile de tüm dünya birbirine bağlanmıştır. Buradaki asıl mesele; iletişim devrimleri ile birlikte iletişimin, egemenlerin boyunduruğu altında kalmaması, adeta egemen bir güç olarak, egemenleri kendi stratejisi etrafında toplamasıdır. İkilinin tezine göre Habermas’ın yanıldığı nokta burasıdır.

İletişimin, egemenliği hâkimiyeti altına almasından, insanların iktidarlar karşısında daha güçlü veya eşit bir konuma gelmiş olması anlaşılmalıdır. Çünkü tüm bu sistemlerin kuruluşu, neoliberal bir düzen, yani ulus ötesi şirketlerin düzenidir. İletişimsel eylemin sömürgeleştirici gücü; yeni medya araçları başta olmak üzere, post modern dünyanın yeni araçları ile sömürgeleşmekte ve proleterleşmektedir. Bu anlamda yeni medya ve dijital iletişim teknolojilerinin sürekli olarak yenilenmesi ve inovasyona son derece açık olmaları, çokluğun geliştireceği her türlü savunmanın yeni bir gelişme ile boşa çıkartılabileceğini düşündürmektedir. Her yeni çıkan sosyal medya platformu; yaşam dünyasının farklı bir alanını kolonize etmektedir. *Twitter* ile düşünceler; *Instagram* ile günlük yaşam, video, fotoğraf; *TikTok* ile hayal gücü; *Airbnb* ve *Sahibinden* ile konaklama pratikleri; *Uber* ve *Blablacar* ile ulaşım pratikleri; *Bionluk*, *kariyer.net*, *freelancer.com* ve *LinkedIn* ile çalışma pratikleri; *Tinder* ile aşk ve ilişki pratikleri

kolonileşmektedir. Geleneksel medya veya panoptik kurumlar yerlerinde sabitken; post-modern platformları bizatihi insanlar, gittikleri yerlere kendileri götürmektedir.

5. ARAŞTIRMA

5.1. Yöntem

Dijital platformların içerikleri, arayüzü ve kullanım pratikleri, Giddens ve Bourdieu'nun kavramları çerçevesinde yorumlanacağı için; nitel araştırma yöntemlerinden olan 'betimsel analiz', diğer adıyla yorumlayıcı içerik analizi uygulanmıştır. Betimsel analiz materyallere ait temaları, konuları ve olguları belirlemek ve tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır (Baş & Akturan, 2013, s. 121). Elde edilen veriler sistematik ve açık bir şekilde betimlenmeli, neden-sonuç ilişkileri irdelenmelidir (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 224).

5.2. Araştırma Soruları ve Varsayım

- Dijital platformların arayüzleri, altyapıları, kullanım imkânları ve şartları, kısacası tüm özellikleri gündelik hayatı kolonileştirmekte midir?
- Dijital platformlar aracılığıyla iletişimsel eylem, gündelik hayatı nasıl kolonileştirmektedir?
- Dijital platformlar aracılığıyla gündelik hayat, iletişimsel eylem tarafından enformatikleşerek kolonileştirilmektedir.

5.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini tüm dijital platformlar oluşturmaktadır. Bu dijital platformlar; kullanım amaçları ve pratiklerine göre temalara ayrılmıştır. Aynı temaya ait birçok platform mevcuttur. Ancak aşağıda belirlenmiş olan temalara ait örnek platformlar üzerinden uygulanan betimsel bir analiz araştırma için yeterli görülmüştür. Bu anlamda, araştırmanın örnekleme, amaçlı örneklem yöntemlerinden olan, ölçüt örnekleme ile oluşturulmuştur. Aşağıdaki ölçütlere ait birer dijital platform yer almaktadır.

5.4. Veri Toplama

Veri toplama aracı olarak; doküman inceleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu amaçla dijital arşiv verileri incelenmiştir. “Arşiv verisi bir topluluğa, organizasyona ya da kültüre ilişkin olarak rutin kayıtları içermektedir” (Baş & Akturan, 2013, s. 119). Betimsel analizi yapılacak platformların temaları; aşağıdaki pratikler üzerinden belirlenmiştir.

- Konaklama (*Airbnb*)
- Ulaşım (*Uber*)
- Kariyer (*Bionluk*)
- Aşk/ilişki (*Tinder*)
- Fotoğraf/Video/Sosyalleşme (*Instagram*)
- Düşünce/Düşünsel (*Twitter*)

5.5. Analiz ve Bulgular

Konaklama – *Airbnb* Örneği

Airbnb kullanıcıları; ev sahibi ve kiracılar olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir evin veya konaklama yerinin tamamının, bir bölümünün ya da bir odasının kiralanması için ev sahipleri ve kiracıları bir araya getiren dijital platformdur. O halde platformu Giddens ve Bourdieu’nun kavramlarına göre yorumlamak faydalı olacaktır.

Alan ve Yapı Olarak Airbnb: Airbnb’ye web site üzerinden veya mobil cihaz uygulaması üzerinden ulaşım sağlanmaktadır. İlk açılışta bir tanıtım videosu ile karşılaşılmaktadır. Bu noktadan sonra; kiracıların konaklayabilecekleri kiralık ev ilanları yer almaktadır. Ancak rezervasyon için kayıt olmak gerekmektedir. *Google, Facebook,* telefon numarası gibi seçenekler ile hızlıca kayıt olunabilmektedir. Kullanıcıları bu alanı veya yapıyı istedikleri yere taşıyabilmektedir.

Airbnb’nin Sermayesi: Bu alanda var olabilmek; genel olarak ekonomik sermayeye bağlıdır. Konaklama yapabilmek için; gerekli olan ücretin ödenmesi gerekmektedir. Ancak belli bir dijital okuryazarlık gerektirmesinden dolayı, kültürel sermaye de gereklidir. Ev sahibi olarak kiralama yapabilmek için; yine ekonomik

sermaye gerekmektedir. Puanlama, yorum sistemi ve dijital özellikleri ile sosyal sermayenin de önemli olduğu, sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüştüğü bir platformdur.

Kurallar ve Kaynaklar Açısından Airbnb: Bir ev sahibi, öncelikle evinin fotoğraflarını çekerek ilanı paylaşmaktadır. Kiracı ise bu ilanlar üzerinden istediği evi bulduğunda, belirlediği tarih aralığında rezervasyonunu oluşturmaktadır. Ev sahibi rezervasyonu kabul etmekte, para kiracıdan çekildikten sonra bir süre *Airbnb*'de kalmakta, konaklama başladıktan sonra ise ev sahibine aktarılmaktadır. Konaklamadan sonra ev sahibi ve kiracı birbirlerini puanlamakta ve konaklama deneyimi hakkında yorum yapmaktadır. 'Aircover' ile de kiracıların, evlere verdikleri zararlar karşılanmaktadır.

Ev sahibi ve kiracıyı bir araya getiren bir yapı olarak Airbnb; kendinden önceki konaklama/kiralama faaliyetlerinden farklı pratiklere sahiptir. 2008'de ABD'de yaşanan büyük resesyon döneminde kurulmuştur. Kirasını ödemekte zorluk çeken ve evinin odalarını kiralamak isteyen 3 kişi tarafından kurulan bu şirket; dünya çapında konaklama imkânı sunan bir dijital platforma dönüşmüştür. 'Gig ekonomisinin'¹ bir dalı olan, 'paylaşım ekonomisi' adı verilen, dijital platformlar ile mülkün bir kısmını, ücreti karşılığında, başka kişiler ile paylaşmaya yarayan bir platform olarak ortaya çıkmıştır.

Alan olarak; website ve uygulamaya göz atıldığında, en yukarıda bir arama çubuğu yer almaktadır. Buradan zamana, mekâna göre arama yapılabilir. Kaç kişi ve kimlerin konaklayacağı belirtilerek uygun evler listelenmektedir. Evcil hayvanın olup olmaması bile önemli bir etmendir. Örneğin; İstanbul'da 2 yetişkinin konaklayacağı bir yeri, tarih aralıklarını belirterek aradıktan sonra hem liste şeklinde hem de İstanbul haritası üzerinde evlerin kesin konumları görülerek arama yapılmaktadır. Evin detaylı fotoğrafları ile konaklama yapılacak ev görülmektedir. Kiralama özellikleri ile ilgili her şey ilan sayfasında yer almaktadır. Daha önceki konuklar tarafından ev sahibi için yapılan puanlamalar görülebilmektedir. 'Temizlik', 'doğruluk', 'iletişim', 'konum', 'giriş', 'kalite/fiyat oranı' gibi kategorilerde ilan puanlanmaktadır. Ayrıca ev sahibi ve ev hakkında daha önceki konukların yorumları da mevcuttur. Bunun yanında, bir önceki kiracı ile birebir iletişim kurma ve bilgi alma imkânı da bulunmaktadır. Ayrıca ev

¹ Gig ekonomisi: Dijital platformlar aracılığıyla insanların emeklerini pazarladıkları bir alandır.

sahipleri de kiracılar hakkında yorum yapabilmekte, böylece mülkünü kiralayan kişiler; olası kiracı profilleri hakkında birinci elden bilgi edinmiş olmaktadır. Ev kurallarına uymayan kiracılar, ev sahipleri tarafından diğer ev sahiplerinin göreceği şekilde yorumlanabilmektedir. Ayrıca, kiracıların kimlik doğrulaması yapması; daha güvenilir kiralama imkânı sağlamaktadır.

Dijital platformlar öncesi ev kiralama ve konaklama seçenekleri genel olarak yüz yüze gerçekleşmektedir. Hele ki dünyanın bir ucunda kısa süreli ev kiralamak oldukça zor bir durumdur. Evini, hatta yaşadığı evinin bir odasını paylaşmak güven gerektiren bir durumdur. Türkiye’de, öncelikle, *Sahibinden* ve *Hürriyet Emlak* gibi dijital platformlar ile ev kiralama faaliyetleri dijitalleşmeye başlamıştır. Kişiler, Türkiye içinde uzun süreli kiralama yapacakları, yani yaşayacakları konutları bu dijital platformlar aracılığıyla bulmuşlardır. Fotoğraflar, konut bilgileri, açıklamalar ile ev sahiplerine ulaşılarak, sonrasında yüz yüze iletişim ile konaklama faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Ancak *Airbnb* ile bu konaklama faaliyeti; günü birlik, oda paylaşımını, dünyanın bir ucundan diğer ucuna kadar uzanan bir biçime dönüşmüştür. Platformların sunduğu kaynaklar ve kurallar; eski kiralama alışkanlıklarını büyük ölçüde dönüştürmüştür. Bunda; bilgi iletişim teknolojilerinin de etkisi vardır.

Ulaşım – Uber Örneği

Şehir içi ulaşım, dolmuş veya taksi ile gerçekleşebilmektedir. Bir durak veya yol kenarında beklenmekte, gelen bir ticari taksi görüldüğünde el kaldırılmakta ve taksিয়ে gidilecek yer söylenmektedir. Varış noktasında ödenecek olan ücret de taksimetrede belirtilmektedir. *Uber*, *Blablacar* gibi dijital platformlar ile ulaşım pratikleri, iletişimsel eylemin hâkimiyetinden etkilenmiştir. *Uber*; kişisel araca sahip olan ve bununla yolcu taşıyarak para kazanmak isteyen kişiler ile yolcuları bir araya getiren dijital platformdur.

Alan ve Yapı olarak Uber: *Uber* web sitesi ve mobil uygulamaları ile hizmet vermektedir. Web sitesi üzerinden hem sürücü profili kontrol edilmekte hem yemek siparişi verilmekte hem de bir araç talebinde bulunulabilmektedir. Ancak mobil uygulamada, yolculuk yapmak isteyen müşteri için, *Uber* adlı uygulama varken; sürücüler için *Uber Driver* adlı uygulama yer almaktadır. Uygulamada işlem yapabilmek için profil oluşturulması gerekmektedir. Mobil uygulama, *Uber* için daha kullanılabiliridir.

Uber'in Sermayesi: *Uber* alanında sürücü olmak için; platformda yer alan kişinin bir aracının olması gerekmektedir ve sürücülerin bu alanda bulunmasının sebebi ekonomik sermayelerini arttırmaktır. Yolcular da aynı şekilde, ekonomik sermayeleri sayesinde, yolcu olarak uygulamayı kullanabilmektedir. *Uber*'de sermaye, önemli ölçüde ekonomik sermayeye dayalıken; yine belirli bir dijital okuryazarlık gerektiriyor olması, platformun kurallarını yerine getirmek için kültürel sermayeye de ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Puanlama, yorum sistemi ve dijital özellikleri ile sosyal sermayenin de önemli olduğu ve ekonomik sermayeye dönüştüğü bir platformdur.

Kurallar ve Kaynaklar Açısından Uber: Sürücü profili açmak için; sürücü belgesi, sabıka kaydı, araç ruhsatı gibi belgeler gerekmektedir. Türkiye'de *Uber*; sadece ticari taksiler tarafından yapılabilmektedir. Ancak dünya çapında, *Uber* yapılacak araç için; 7 yıl veya daha yeni, siyah, büyük hasarsız, 4 yolcu koltuklu, klimalı vb. olması gibi gereklilikler mevcuttur. Bu şartlara uygun aracı temin eden ve yukarıdaki belgelerde eksikliği veya sorunu olmayan herkes; *Uber* sürücüsü olabilmekte, böylece yolcu taşıyarak para kazanabilmektedir. Yolcular ise; sadece profil oluşturduktan sonra, buldukları herhangi bir konumdan, sanal olarak taksi çağırabilmektedir. Sanal harita üzerinden gideceği konumu işaretlemekte, ödeyeceği ücreti peşinen görmekte ve kendisine yakın olan *Uber* araçları haritada üzerinden tespit etmektedir. Yolculuğu kabul eden bir sürücü; belirtilen konuma gelerek yolcuyu almakta, yolculuk sonunda ücret nakit ya da uygulama üzerinden otomatik olarak ödenebilmektedir. Yolculuk sonunda yolcular; sürücüyü puanlayıp yorum yapabilmekte, böylece sürücüler daha çok gelir elde edebilmektedir. Yolculuğu kabul eden sürücünün, iletişim bilgileri yolcuya iletilerek birebir iletişim kurulması sağlanmaktadır. *Uber* platformu, trafik yoğunluğuna göre yolculuk ücretlerini belirlemektedir. Böylece sürücüler yoğunluğun olduğu yerlerdeki müşteri taleplerinin karşılamasını sağlamaktadır. Ayrıca farklı gelir elde ettirecek yöntemler deneyerek, sürücülerinin memnuniyetini de sağlamaya çalışmaktadır. Yine de *Uber* sürücülerinin ve yolcularının birçok şikâyeti bulunmaktadır. Ancak bunlar, bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Platformdaki tüm bu ilişkisellik; *Uber*'i yapısal olarak inşa etmektedir.

Uber dışında, uzun yolculuklarda yol masraflarını paylaşmak isteyen kişiler, araçlarındaki boş yerler için; *Blablacar* aracılığıyla müşteri bulmaktadır. Ayrıca *Martı* gibi uygulamalar da elektrikli scooter ile çok kısa mesafeler için trafiksiz bir ulaşım

imkânı sunmaktadır. Özellikle İstanbul gibi büyük şehirlerin merkezlerinde kolayca bulunabilecek *Martı*'nın, elektrikli küçük araçları ile trafiksiz kısa mesafe yolculukları yapılmaktadır. Herhangi bir noktadan bir araç alıp, istenilen yere bırakma imkânı da yine bir dijital platform aracılığıyla mümkün olmaktadır. Aksi halde araç belli bir yerden alınıp, yine belirli bir yere bırakılmak zorunda olacaktır. Ulaşım pratiklerinde *Uber*, *BlablaCar*, *Martı*, *Tiktak* gibi uygulamalar sayesinde; köklü değişiklikler ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda bu platformlar; devasa veriler sayesinde büyüyerek, daha kapsamlı hizmet sunabilmektedir. Bu anlamda iletişimsel eylemin; ulaşım pratiklerinde de etkisi görülmektedir.

Kariyer – Bionluk Örneği

Bionluk; 'freelancer olmak isteyen' ve 'hizmet satın almak' isteyen kişileri bir araya getiren bir dijital platformdur. Normal şartlar altında; grafik tasarımı, reklamcılık, yazarlık, çeviri, video, fotoğraf vb. birçok alanda hizmet vermek için belirli bir yerde maaşlı çalışan olmak ya da bu hizmetleri veren bir şirketinin olması gerekmektedir. Ancak freelance olarak hizmet vermek post-fordizm ile büyük ilgi görmüştür. Dijitalleşme ile birlikte bazı dijital platformlar iki tarafı bir araya getirmiştir. *Bionluk* da bu platformlardan birisidir.

Alan ve Yapı olarak Bionluk: Her kullanıcı için benzer bir alan sunan *Bionluk*; hem website hem de mobil uygulama olarak hizmet vermektedir. Freelancerlar; yapabildikleri iş için ilan açabilmektedir. Müşteriler ise; o ilana uygun işi yapan kişiyi bularak, aralarındaki işleyişi *Bionluk* uygulaması üzerinden kurmaktadır. Müşteriler kendi işlerine özgü ilanlar açarak da fiyat teklifi alabilmektedir.

Bionluk'un Sermayesi: *Bionluk*'da freelancerlar için; kültürel sermaye oldukça önemli bir yer kaplamaktadır. Daha önce kendilerini ne kadar geliştirdiklerini portfolyo aracılığıyla ortaya koymaktadırlar. Aldıkları eğitim de önemlidir. Müşteriler ise; ekonomik sermayeleri ile *Bionluk* üzerinde yer almaktadırlar. Diğer uygulamalarda olduğu gibi; puanlama ve yorumlama sistemi *Bionluk*'ta da yer almaktadır. Böylece sosyal sermaye, yine ekonomik sermayeye dönüşebilmektedir.

Kurallar ve Kaynaklar Açısından Bionluk: Verilecek ilanlar, belirli kurallar çerçevesinde verilmektedir. Kurallara uygun olmayan içerikler ya geri planda kalmakta ya da hiç listelenmemektedir. İlanlar; görsel, başlık ve açıklamadan oluşmaktadır. Bunun

yanında 3 adet paket içeriği bulunmaktadır. ‘Temel’, ‘Standart’ ve ‘Pro’ adlı paketler; hizmetin kalitesi ve detayı ile ilgilidir. Paketlere göre fiyat farklılıkları bulunmaktadır. Bunun yanında; müşteri ve çalışan, platform aracılığıyla mesajlaşabilmektedir. Müşteriden alınan ücret; *Bionluk* havuzunda bekletilmektedir. İş teslim edildikten sonra, müşteri onaylarsa, *Bionluk* %20 komisyon keserek ücreti çalışana göndermektedir. Ancak çalışan, teslim sürelerine ve şartlarına uymak zorundadır. Müşteri gerekli revizeleri verebilmektedir. Eğer çalışan, şartlara uymaz ve işi teslim etmezse; müşteriye ücreti geri ödenmektedir. Satıcı hakkında olumsuz yorum yapılabilir. Olumsuz yorumlar, müşterilerin yorumlarına ve tekliflerine cevap vermemek; ilanların öne çıkmasını ve geliri ciddi oranda olumsuz etkilemektedir.

Bionluk dışında, birçok platform, sadece gig ekonomisi açısından değil; *kariyer.net*, *LinkedIn* gibi düzenli çalışma için de önemli katkılar sunmaktadır. Bu tür platformlar sayesinde; kültürel, sosyal, pratik becerilerini sunma imkânı yakalayan kişiler iş bulma, iş geliştirme ve gelir elde etme imkanı yakalamaktadır. Bu platformlar aracılığıyla; iletişimsel eylemin kariyer pratiklerinde de kolonileştirici yanı gözlemlenmektedir.

Aşk/İlişki – *Tinder* Örneği

Tinder; birbirleriyle arkadaşlık veya aşk ilişkisi ile eşleşebilecek kişileri karşılaştıran, lokasyon tabanlı bir flört ve arkadaşlık uygulamasıdır. İletişim teknolojileri öncesi, arkadaşlık ve aşk ilişkisi için bir arada olmak gerekliyken; iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte biriyle tanışmak için aynı yerde olma gerekliliği azalmıştır. Web 2.0 ve *Facebook*'un getirdiği devrim ile arkadaş olma imkânı; dijital platformlar, yani sosyal medya platformları sayesinde hızla gelişmiştir.

Alan ve Yapı Olarak Tinder: Website ve mobil uygulama olarak iki şekilde yer almaktadır. Ama asıl olarak; mobil cihazlar üzerinden kullanılmaktadır. Ayrıca bulunulan lokasyon; *Tinder* için oldukça önemlidir. Çünkü kullanıcılarına, eşleşebilecekleri diğer kullanıcıları gösterirken; birbirlerine ne kadar uzaklıkta oldukları da belirtilmektedir.

Tinder'in Sermayesi: *Tinder*'da genel olarak; sosyal sermaye ve kültürel sermaye ön planda yer almaktadır. Ortak zevkler; birbirine benzer insanların ‘eşleşmesi’ üzerine kuruludur. Eşleşmek temelde; eş ve eşit olanları bir araya getirmektedir. Ancak popülerlik ise; sosyal sermaye sayesinde oluşmaktadır. Sosyal sermayeyi elde etmek için; ekonomik

sermayenin sunduğu avantajlar bulunmaktadır. Premium, gold paketler ile ücret karşılığında ekstra eşleşme imkânları sağlanmaktadır.

Kurallar ve Kaynaklar olarak Tinder: Tinder ilk açılışta kullanıcıların onaylaması için belirli şartlar sunmaktadır. ‘Kendin ol’: bilgilerinin ve görsellerinin gerçek olması konusunda, ‘dikkatli ol’: kişisel bilgilerin paylaşılması konusunda, ‘nazik ol’: saygı ve sevgi çerçevesinde iletişim kurma konusunda, ‘proaktif ol’: kötü davranışların bildirilmesi konusunda kullanıcılardan talepte bulunmaktadır. Kişilerin cinsiyeti, cinsel yönelimi, kimleri görmek istediği, okulu, yaşı, ilgi alanları gibi bilgileri alarak; deneyime başlamasını sağlamaktadır. Bulunulan lokasyona ve tercihlere göre; kullanıcıların karşısına eşleşebileceği kişileri çıkarmaktadır. Kişilerin dış görünüşleri ön plandadır. İsim, aktiflik, uzaklık ve okul bilgileri görünmektedir. Eğer kullanıcı, kişiyi beğenmezse görseli sola (NOPE), beğenirse sağa (LIKE) kaydırmaktadır. Kullanıcılar kendilerini kimlerin beğendiğini görememekte, ancak birbirlerinden habersiz bir şekilde birbirlerini beğenmeleri durumunda eşleşerek mesajlaşabilmektedir. Sadece gold üyeler kendilerini beğenenleri görebilmektedir. Bunun için de aylık bir ücret ödenmesi gerekmektedir. *Tinder* belirli bir algoritma üzerinden eşleşme yapmaktadır.

Tinder’in sunduğu kaynaklar ve kurallar çerçevesinde, aşk ve arkadaşlık ilişkileri kurulmaktadır. *Facebook* ve sonrasındaki birçok platform ile birlikte; dijitalleşme öncesi arkadaşlık ilişkilerinde değişiklikler olmuştur. Dünyanın bir ucundaki insan veya ilkokuldaki sınıf arkadaşı ile karşılaşma imkânı, bu platformlar ile sağlanmaktadır.

Fotoğraf/Video/Sosyalleşme – Instagram Örneği

Instagram; sadece fotoğraf ve video üzerinden değil, dünyanın en popüler sosyal medya platformlarından biri olmasından dolayı, birçok alanda iletişimsel eylemin kolonileştirici etkisi onda görülmektedir.

Alan ve Yapı Olarak Instagram: *Instagram;* bir sanal alan olarak, gündelik hayat içerisindeki her türlü faaliyetin, görsel bir şekilde paylaşımını ve sunumunu içermektedir. Bu paylaşımlar; post olarak fotoğraf ve video formatında kalıcı bir şekilde ya da story olarak; 24 saatliğine anlık paylaşımlar olarak yapılan bir alanda bulunmaktadır. ‘Keşfet’ adlı bir alanda, takip edilmeyen, algoritmanın belirlediği ve kullanıcının ilgisini çekebilecek içerikler sunulmaktadır. Burası, *Instagram*’ın kullanıcılarını aktif tutmak için kullandığı en önemli alanlardan biridir. Reels alanında ise; kısa videoların olduğu bir akış

bulunmaktadır. Burası da benzer bir algoritma ile çalışmaktadır. Son olarak; kullanıcının profilinin bulunduğu bir alan ile alışveriş yapılabilen bir alan da mevcuttur.

Instagram 'ın Sermayesi: *Instagram* 'ın ana sermayesi; sosyal sermayedir. Takipçi, beğeni, yorum ve izlenme miktarı şeklinde, genel itibari ile birçok etkileşim alma seçeneği bulunmaktadır. Bu seçenekler sayısallaştırılmıştır ve bu sayısal veriler ne kadar yüksek ise; bir alan olarak *Instagram* 'da kullanıcıların varlığı o kadar yüksektir. Bu sosyal varlığı arttırabilmek için; öncelikle ilgi çekici içerikler paylaşmak gerekmektedir. Bu içeriklerin kalitesini, kültürel sermaye belirlemektedir. Ama bunun yanında; ekonomik sermayesi yüksek olan biri, ücretli reklam vererek de *Instagram* 'daki varlığını arttırabilmektedir. *Instagram* 'daki sosyal sermayeyi, reklam alarak; ekonomik sermayeye ya da kamuoyu oluşturarak; siyasal sermayeye dönüştürmek mümkündür. Bu sebeple *Instagram*; (1) 'sosyalleşme' ve (2) içeriklerinin 'fotoğraf ve videodan' oluşmasından dolayı, bu iki alanı kolonileştirmektedir.

Kurallar ve Kaynaklar Olarak Instagram: *Instagram*, etki oranı dünya çapında en yüksek olan sosyal medya platformlarından biri olduğu için; insanlar üzerindeki etkisi yüksek olabilmektedir. Bu yüzden paylaşımlar, belirli kurallara göre yapılmakta ve denetlenmektedir. Spam, çıplaklık, sahtekarlık, şiddet, nefret, fikri mülkiyet, yanlış bilgi vb. birçok alanda kurallar bulunmaktadır. İhlal tespit eden diğer kullanıcılar, *Instagram* 'a bildirimde bulunabilmektedir. *Instagram*, gerekli incelemeyi yaparak; içerik hakkında önlem almaktadır. *Instagram*, kullanıcıların etkileşime geçeceği birçok kaynak sunmaktadır. Kişinin; işlerini, hobilerini veya gündelik hayatını paylaşabileceği bir platformdur.

Kişisel veya tüzel kullanıcılar, hayatlarını veya faaliyetlerini, bir teknik araç ile görselleştirmektedir. *Instagram* sayesinde ise; bu görseller kodlanarak, diğer kullanıcıların görebileceği şekilde paylaşılmaktadır. Ancak *Instagram* gibi platformlar, gündelik hayatın içine girdikçe; yenilen yemekler, başarılar, doğum günleri gibi gündelik hayat içerisindeki birçok özel an, buralarda paylaşılacak bir şekilde yaşanmaktadır. Birçok organizasyon kodlanabilecek öğeler ile bezenmektedir. Temaya uygun objeler kullanılarak oluşturulan video ve fotoğraflar; *Instagram* 'da paylaşılmaktadır. Birçok küçük işletmenin ya da üniversitelerin kendileri dışında, fakülte ve bölümlerin bile ayrı sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Tüm faaliyetler görselleştirilerek; *Instagram* 'da

sunulmaktadır. Bir anne adayı; doktorunu seçerken onun *Instagram* sayfasındaki paylaşımlarına veya hakkında internette yer alan yorumlara bakmaktadır.

Düşünce/Düşünsel –Twitter Örneği

Twitter da tıpkı *Instagram* gibi, dünya çapındaki en büyük sosyal medya platformlarından biridir. Mikro blog özelliklerini içinde barındıran *Twitter*; daha çok düşünce ve fikirlerin yazılı olarak paylaşımı üzerine kuruludur. Video, fotoğraf, gif paylaşımının yanında, sesli sohbet odaları da kullanılmaktadır. Diğer platformlara göre kullanımı ve altyapısı daha basittir.

Alan ve Yapı Olarak Twitter: Twitter; düşüncelerin, özellikle kamusal düşüncelerin, paylaşıldığı sanal bir alandır. Kamusal alan olduğuna dair görüşler de mevcuttur. Siyasal, mizahi, kültürel, ekonomik, sosyal birçok alanda paylaşım ve bilgilendirme yapılan sanal bir alandır. Uygulamanın içinde trend konuların olduğu bir alanın yanında, profil ve akışın görüldüğü ayrı alanlar bulunmaktadır. Bunun dışında, kişisel mesajlaşma alanı bulunmaktadır. Son dönemde, sesli canlı sohbetlerin veya yayınların yapıldığı; ‘space’ adlı bir alan da mevcuttur.

Twitter’in Sermayesi: Twitter daha çok kültürel sermaye ve sosyal sermayenin hâkim olduğu bir platformdur. Buradan elde edilen en önemli sermaye; siyasal sermayedir. Bunun yanında, ekonomik sermaye de elde edilebilmektedir. Siyasal sermaye konusunda, *Twitter*’da en dikkat çekici olaylardan ikisi; 6 Ocak 2021’de ABD Kongre Binasına yapılan baskın sonucunda, Donald Trump’ın *Twitter* hesabının kapatılması ve Ukrayna-Rusya savaşı sırasında, Rusya bağlantılı birçok profilin etiketlenmesidir.

Kurallar ve Kaynaklar Olarak Twitter: Platformdaki kurallar; *Instagram* ile benzerlik göstermektedir. Yine diğer kullanıcılar, bu kurallara uymayan içerikleri bildirebilmekte ve engelleyebilmektedir. Dünyanın dört bir yanından kullanıcının görüşlerine ulaşılabilir. *Twitter*; paylaşımlardaki metinler yabancı bir dilde ise kullanıcının kendi diline çevirmektedir. Ayrıca hesaplar onaylanmaktadır. Siyasal ve kurumsal profillerin bağlı bulunduğu ülke ve birimler belirtilmektedir. Trend olaylar ile yakın bölgede ve ülkedeki sıcak gündem; geleneksel medyada yer almasa da *Twitter* aracılığıyla görünür olmaktadır.

Twitter, Instagram vb. sosyal medya platformları kullanıcıların dikkatleri, takip ettiği, beğendiği vb. birçok veriyi kullanarak; kişiye beğeneceğini düşündüğü içerikleri göstermektedir. Bu sayede kullanıcılar; kendi görüşlerine yakın kişilerin paylaşımlarını görmektedirler. Sosyal medya kullanıcıları; ‘yankı odaları’ içinde, sadece kendi seslerinin yankılarını duydukları görüşler ile karşılaşmaktadırlar. İnsanların düşünceleri, bu platformlar aracılığıyla sömürgeleşmektedir.

SONUÇ

Sistem bütünleşmesinin yaşam dünyasını baskılaması durumu, rasyonelleşme ile birlikte, amaca yönelik eylemin kolonileştirici etkisine dönüşmüştür. Çözüm olarak ise; eşitlikçi, müzakereci ve samimiyete dayalı olan iletişimsel eylem öngörülmektedir. Ancak bilgi-iletişim alanındaki gelişmeler; bu durumu tersine döndürmüştür. İletişimsel eylem; dijitalleşme ve enformatikleşme ile yaşam dünyasını kolonileştirmektedir. Çalışmada hem kuramsal hem de temalar sayesinde belirlenen ölçütler ile sanal ve gündelik pratikler incelenmiştir. Konaklama, ulaşım, kariyer, aşk/ilişki, fotoğraf/video/sosyalleşme, düşünce/düşünsel alandaki pratik ve faaliyetler; dijital platformlar vasıtası ile iletişimsel eylemin sömürgesi altına girmiştir.

Örneğin; *Airbnb, Uber, Bionluk* gibi platformlarda yer alan puanlama, yorumlama, takipçi sayıları vb. birçok sosyal sermayenin göstergesi olan pratiklerin, dijital platformlar ile ekonomik sermayeye dönüşüyor olması; gündelik hayattaki ulaşım, konaklama, kariyer gibi alanların bu platformlar aracılığıyla iletişimsel eylem tarafından kolonileştirilmesine neden olmaktadır. Burada çalışanlar için; bazen yaptıkları işin kalitesi kadar, yukarıda sayılan dijital platformlardaki iletişimsel eylemin enstrümanları da maddi gelirlerini etkilemektedir. Bu gibi platformlarda yer alan çalışanların koşulları; rasyonel, modern ve fordist refah döneminin kurallarından, iş sözleşmelerinden ve rutinlerinden, diğer bir deyişle amaca yönelik rasyonel eylemden uzak olduğu için; esnek, kırılğan ve güvencesiz bir şekilde birkaç müşterinin sözüne, yorumuna ve puanına bağlıdır. Bu anlamda, gig ekonomisi olarak adlandırılacak dijital platform tabanlı bu işler; iletişimsel eylemle ilgili temalarda ve çalışma koşullarında sömürgeci bir durum oluşmasına neden olmaktadır.

Dijital platformların hemen hepsi, kişisel verileri işleyerek, bir pazarlama ekonomisi inşa etmektedir. Bu anlamda; eğlence, kültür, din, politik görüş vb. birçok

konu algoritmaların metası haline gelmektedir. Böylece araçsal, değersel, geleneksel veya duygusal eylem gibi; tüm eylem tiplerinin değişim değerinin olduğu bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu eylemlerin her birinin algoritmalar tarafından anlaşılması için; uygun bir koda çevrilmesi gerekmektedir. Örneğin; gündelik hayat içerisindeki insanlar iş hayatları, gezileri, özel günleri, vb. anlarda çektikleri videoları, fotoğrafları platformlarda paylaşmaktadır. Siyasi görüşü hakkında; kısa bir yazılı, sesli ve görsel olarak paylaşım yapabilmektedir. Bir konu hakkında merak ettiği veya ihtiyacı olan bir şeyi bir arama motorunda aratabilmektedir. Bu şekilde, gündelik hayatını platformlar aracılığıyla kodlamakta, kendisini algoritmaların nesnesi haline getirmekte, algoritmik özneye dönüşmektedir. Kişisel mesajlaşmalar, görüntülü konuşmalar vb. birçok ikili ilişki; yine bir tür pazarlama amacıyla kullanılabilir.

Tinder, Twitter ve Instagram gibi dijital platformlar ile insanların hem ilişkileri hem de yaşamları, yani yaşam dünyası kodlanarak; bir kullanım ve değişim değerine dönüşmektedir. Ancak bu tek taraflı olarak işlememekte, yaşam dünyası ve içindeki ilişkiler de kodlar üzerine inşa edilir hale gelmektedir. Tatiller ve akşam yemekleri; sosyal medyada kodlanmak üzere yaşanmakta ve hazırlanmaktadır. Bugün restoranlar, sanat galerileri, kozmetik ürünleri, siyasi faaliyetler, yardım kampanyaları ya da sıradan gündelik hayat içerisindeki birçok şey; platformlar için kodlanmak üzere icra edilmektedir. Yani dijital platformların, gerçek dünyanın kodlanmasına ihtiyaç duyması; gerçek dünyanın, kodlanmaya hazır bir şekilde yaşanmasına neden olmaktadır. Yaşam dünyasının gerçekliği; imgeselleşmek üzere inşa edilmektedir. Böylece iletişimsel eylem; gündelik hayatı enformatik bir hale getirerek kolonileştirmektedir. Bu platformların birçoğunda sosyal sermaye; kişisel çıkar elde etmek, evrensellik iddialarında bulunmak, hegemonya kurmak gibi amaçlar ile farklı sermayelere dönüştürülmektedir.

Özetle; dijital platformlarda iletişimsel eylemin sermayesi sosyal, kültürel ve simgesel sermayelerdir. Bu üç sermaye, özellikle de sosyal sermaye, kişisel veya belirli bir tikel kimliğin çıkarları uğruna siyasal ve ekonomik sermayeye dönüştürülerek, gündelik hayat kolonileştirilmektedir. Buna; teknik olarak dijitalleşme ile ortaya çıkan platformlar neden olmaktadır. Sanayi devrimi sonrası pratik bilgisi proleterleşen birey, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ile yaşam bilgisini proleterleştirmiştir. Ancak dijitalleşme ile bilişsel bir proleterleşme yaşayan insanlar; devasa veriler karşısında

müzakereci güçlerini kaybetmektedir. Örneğin; birçok kullanıcı, sosyal medyada kendi ideolojilerine benzer seslerin olduğu yankı odaları inşa etmektedir. Bunu, dijital platformlar; algoritmaları aracılığıyla, kullanıcılarının beğeni, paylaşım ve yorumlama gibi iletişimsel eyleme ait pratiklerini kullanarak gerçekleştirmektedir. Böylece iletişimsel eylemin enstrümanları; düşünsel alanı sömürgeleştirmektedir. Sanayi devriminden bu yana gelişen teknoloji ile pratik becerilerini makinelere devreden insan, dijitalleşme ile prekaritenin yayılması sonucu; esnek, güvencesiz, kırılabilir ve istikrarsız koşullarda çalışmakta ve hayatını sürdürmektedir. Bu çalışmanın sonucunda ortaya koyulan yaklaşım; ilgili dijital platformlardaki örnek olaylar üzerinden incelenerek somut örneklerle test edilebilir. Bu yaklaşımın teknolojik determinist bir tavra kayma tehlikesi de bulunmaktadır. Araştırmacıların ideolojik ve söyleme dayalı inşaları da dikkate almaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Baert, P. (2017). Jürgen Habermas. A. Elliott, & B. S. Turner içinde, *Çağdaş Toplum Kuramından Portreler* (B. Özkul, Çev., s. 127-140). İstanbul: İletişim yayınları.
- Baş, T., & Akturan, U. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Nvivo ile Nitel Veri Analizi, Örneklem, Analiz, Yorum*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım*. (D. Fırat, & G. Berkkurt, Çev.) Ankara: Heretik.
- Bourdieu, P. (2016). Vive La Crise!: Sosyal Bilimde Heterodoksi İçin,. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan içinde, *Ocak ve Zanaat - Pierre Bourdieu Derlemesi* (Ü. Tatlıcan, Çev., s. 33-49). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar*. (N. Ökten, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Edgar, A. (2006). *Habermas: The Key Concepts*. Londra: Routledge.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society Outline of the Theory of Structuration*. Oakland: University of California.
- Giddens, A. (2005). *Yapısalcılık, Post-yapısalcılık ve Kültürün Üretimi, Sosyal Teorinin Temel Problemleri: Sosyal Analizde Eylem, Yapı ve Çelişki*. (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Giddens, A. (2005b). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri: Sosyal Analizde Eylem, Yapı ve Çelişki*. (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Paradigma.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı Cilt 1: Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme*. İstanbul: Kabcacı.
- Habermas, J. (2001b). *İletişimsel Eylem Kuramı Cilt 2: İşlevselci Aklın Eleştirisi Üzerine*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: Kabcacı Yayınları.
- Hardt, M., & Negri, A. (2003). *İmparatorluk*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Layder, D. (2014). *Sosyal Teoriye Giriş*. (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- Popper, K. (1978). *Three Worlds, The Tanner Lecture on Human Values*. Michigan: The University of Michigan.

- Russel, B. (2004). *Bilimin Toplum Üzerindeki Etkileri*. (D. D. Yüzer, Çev.) İzmir: İlya Yayınları.
- Stiegler, B. (2012). *Politik Ekonominin Yeni Bir Eleştirisi İçin*. (E. Koytak, Çev.) İstanbul: MonoKL.
- Şan, E. (2022). Bernard Stiegler'in Teknoloji Felsefesi Problemleri: Algoritmik Yönetimsellik ve Bilişsel Proleterleşme. *ViraVerita E-Dergi*(15), 105-135. doi:10.47124/viraverita.1103061
- Topal Demiroğlu, E. (2014, Mart). Yeni Toplumsal Hareketler: Bir Literatür Taraması. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, s. 133-144. doi:10.14782/SBD.201416304
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

EXTENDED ABSTRACT

This study was conducted based on the perspective of Hardt and Negri's entry of the informatic world into the colonization of communicative action. Based on Giddens and Habermas, the system's suppression of the life world after system integration can be explained as follow: In the period when social integration was dominant, communication used to take place in an unmediated way. But human societies are evolving into tribes, and tribes into larger systems such as states. In these structures, communication is mediated. Apart from sincerity and trust, the system has different strategies. Especially with modernism, the pressure of the system has emerged with the colonizing side of rational/instrumental reason. Many practices in the life world have been colonized by this system. Ford factories are a good example of this. The life world of the workers of the Ford factories is colonized by its system. As a solution to this, Habermas put forward the communicative action theory, which is based on sincerity, equality and deliberation.

On the other hand, Hardt and Negri made it possible to realize that there is a colonizing side in communicative action with the developing information and communication technologies. In order to better understand this, it is useful to pay attention to Stiegler's philosophy of technology. People have transferred their skill knowledge to machines with the industrial revolution. With the emergence of mass media technologies, life information has become proletarianized. In the third stage, they experience a cognitive proletarianization with the combination of the first two proletarianization processes and the development of digital technologies. With the convergence of media and digital technology, people can only follow the rapidly flowing information. The existence of a negotiating, critical environment has become very difficult. Especially digital platforms target daily practices in the life-world. Every day, countless platforms are emerging with alternatives for many practices.

For this reason, the problem of this study is the colonization of many activities such as finding a job, making friends, accommodation, rental, transportation, etc. in everyday life by the practices of digital platforms. Thus, everyday life becomes informatic through digital platforms. Many practices in everyday life are shaped in order to be coded on digital platforms and to stand out in algorithms. The aim of the study is to examine the interfaces and usage practices of digital platforms in certain categories, in other words,

the "rules and resources" of the "structure" in Giddens's words. How do the features of digital platforms, such as infrastructure and terms of use, colonize the practices in the relevant field? This study is important in terms of adapting the views of Hardt and Negri, who are the continuation of a tradition that Habermas tried to reveal with his theory of communicative action, and who went beyond it and reinterpreted his theory in terms of the post-modern world, to digital media. It covers the adaptation of two theoretical views on a more concrete basis. In this sense, it will contribute to both communication and sociology disciplines.

The usage practices of digital platforms will be examined with 'descriptive analysis', also known as interpretive content analysis, which is one of the qualitative research methods. The assumption of the research is that everyday life is colonized by informatization by communicative action through digital platforms. All digital platforms are included as the population of the research. The sample of the research was prepared with six criteria determined by criterion sampling, which is one of the purposive sampling methods. In order to collect the data, the document review method was preferred. Related usage practices and digital platforms that will be examined in six criteria are as follows: Accommodation (Airbnb), transportation (Uber), career (Bionluk), love / relationship (Tinder), photo / video / socialization (Instagram), Thought / Intellectual (Twitter).

According to the findings obtained from the research, the following conclusions were reached. Scoring, commenting, number of followers, etc. on platforms such as Airbnb, Uber, Bionluk. The fact that practices such as scoring, commenting, number of followers on platforms such as Airbnb, Uber, and Bionluk, which are indicators of many social capitals, are transformed into economic capital with digital platforms, causing areas such as transportation, accommodation and career in everyday life to be colonized by communicative action through these platforms. For the employees here, the instruments of communicative action on the above-mentioned digital platforms sometimes affect their financial income as well as the quality of the work they do. Since the conditions of the employees on such platforms are far from rational, modern and fordist welfare period rules, employment contracts and routines, in other words, rational action for the purpose, they depend on the words, comments and points of a few customers in a flexible, fragile and precarious way. In this sense, communicative action in these digital platform-based

works, which will be called gig economy, causes a colonial situation in the relevant themes and working conditions.

With digital platforms such as Tinder, Twitter and Instagram, people's relationships and lives, that is, the life world, are coded and transformed into a use and exchange value. However, this does not work unilaterally. The world of life and the relationships within it also become built on codes. Holidays, dinners are lived and prepared to be coded on social media. Today, restaurants, art galleries, cosmetics, political activities, charity campaigns or many things in ordinary everyday life are executed to be coded for platforms. In other words, the fact that digital platforms need the real world to be coded causes the real world to be experienced in a way that is ready to be coded. The reality of the life world is constructed to be imagined. Thus, communicative action colonizes everyday life by making it informatic. In many of these platforms, social capital is transformed into different capitals for purposes such as obtaining personal benefits, making claims of universality, and establishing hegemony.

The capital of communicative action on digital platforms is social, cultural and symbolic capitals. In digital platforms, everyday life is colonized by transforming these three capitals, especially social capital, into political and economic capital for the sake of personal or a particular identity. This is technically provided by the platforms that emerge with digitalization. After the industrial revolution, the practical knowledge of the individual became proletarian, and with the emergence of the mass media, life knowledge became proletarian. However, people who experience a cognitive proletarianization with digitalization lose their negotiating power in the face of huge data. For example, many users build echo chambers on social media with voices similar to their own ideology. Algorithms do this by using the practices of communicative action such as users' likes, shares, comments. Thus instruments of communicative action colonize the intellectual space. People, who have transferred their practical skills to machines with the technology that has developed since the industrial revolution, work and live in flexible, precarious, fragile and unstable conditions as a result of digitalization and the spread of precarity.