

GÜNÜMÜZ DİJİTAL EKONOMİSİ'NDE YENİ BİR SOLUK : “TEKNOFEODALİZM”

Petek SANCAKLI ¹

“Aşırılığın yolu bilgeliğin sarayına varır. Neyin gereğinden fazla olduğunu bilmeden, ne kadarının yeterli olacağını asla bilemezsin.”

William Blake

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz çağdan geriye doğru baktığımızda insanın bilgiyi edinme, aktarma ve kullanma biçimi mağara duvarlarından, dokunmatik ekranlara gelinene kadar kendini çoğu kez birçok değişimin içinde buldu. 1940’lı yıllarda ilk denemeleri yapılan ve temelde büyük matematiksel hesaplamaları gerçekleştirmek üzere tasarlanan devasa boyuttaki bilgisayarlardan yaklaşık on yıl sonra yani 1950’li yıllarda ortaya çıkan bilgi devrimi, insanların bilgiyi edinme ve aktarma biçimini muhtemelen sonsuza dek değiştirdi ve bu da akabinde insanın bu makinelerle neler yapabileceğine dair soruları da beraberinde getirdi. Turing² aynı yıl “akıllı makine”yi icat ettiğinde bu akıllı makinenin günün birinde insanlar kadar zeki olabileceğini, hatta insanların yaşamını köktencil bir biçimde değiştirecek yeni ekonomi politik modeller sağlayabileceğini öngörmüştü. Ama belki bu kadarını değil. Tarihin erken dönemlerinde Sümerlilerin kil tabletlerinde ya da matbaanın icadıyla beraber selüloz tandanslı kağıtlarda insan elinde şekillenen bilgi, bilgisayarların ortaya çıkışıyla beraber insanın onun karşısında edilgen hale gelmeye başladığı bir noktaya evrildi. Toplumun, tarihin, kültürel olayların seyrini değiştirebilecek içeriklere sahip olması, onu geleceği parlak bir takım oyuncusuna dönüştürdü. Bu parlak oyuncu, dijital medya platformlarıyla insanların yaşamına yavaş yavaş dahil olurken, insan bu yeni adaptasyon sürecinde kendine yeni bir yer edinmiş oldu : “kullanıcı olmak” . Ama bu konum kısa süre içerisinde yerini yalnızca bir kullanıcı olarak var olanı tüketmeye değil, “tüketim nesnesinin kendisi olmanın, ötekini seyretmenin” yönüne doğru değişti.

Günümüzde bir Instagram algoritmasındaki herhangi bir içerik, sıradan insanın benlik algısını, günlük alışveriş alışkanlıklarını, modaya bakış açısını, toplumsal, siyasi veya gündelik bir olaya dahil oluş yönünü kolaylıkla değiştirebilir. Çünkü içerik, insanı izler. İnsanın ilgi alanlarını, yönelimlerini ve tercihlerini izler. Aslında bu izleme davranışı insan medeniyetinin ilk dönemlerinden beri olan bir denetim mekanizmasının

¹ 0000-0003-0063-4962 İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü
Doktora Öğrencisi. peteksancakli@gmail.com

² Alan Turing, İngiliz matematikçi, kriptolog.

1936 yılında şu an bilgisayar biliminin temeli olarak otoriterlerce kabul gören bir makale yayınladı. Bu makalede bir insanın sabit bir görevi yerine getirmek için belirli bir yöntem veya prosedürü izlemesinin ne anlama geldiğini analiz etti. Buna yönelik olarak, herhangi bir talimat kümesini çözüp uygulayabilen bir "Evrensel Makine" fikrini ortaya attı. Fikrin doğuşundan on yıl kadar sonra bu fikir, herhangi bir programı çalıştırabilen elektronik bir bilgisayar için çıkış noktası olmuştur. <https://www.bbc.co.uk/teach/articles/zhwp7nb>

günümüze uyarlanmış versiyonudur. Bu konuyla ilgili Harari³ “Nexus: A Brief History of Information Networks from the Stone Age to AI” kitabında şundan bahseder ;

“ Merkezileşen bürokratik ağlar ortaya çıkıp geliştiğinde, bürokratların en önemli görevlerinden biri herkesi izlemek oldu. Çin Hanedanlığı’nın yetkilileri, vatandaşlarının vergilerini ödeyip ödemediklerini ya da herhangi bir isyan planlayıp planladıklarını öğrenmek istiyordu. Şimdiyse, Coca Cola bizi ürünlerini almaya nasıl ikna edeceğini bilmek istiyor. Yöneticiler, rahipler ve tüccarlar.. bizi kontrol etmek ve yönlendirmek için tüm sırlarımızı öğrenmek isterler.” (Harari, 2024: 239)

İnsanları izlemenin ve yönlendirmenin geçmişten gelen bu özelliği, baskıcı ya da orta yolcu bürokratik sistemlerin başvurduğu yöntemlerden biridir denilebilir. Ve bu görece iki aşamalıdır; “İnsanlar hakkında mümkün olduğu kadar çok enformasyon toplamak. Elde edilen bu bilgilerin analizini yaparak yeni davranış kalıpları oluşturacak yönlendirici bir yol belirlemek.” (Harari, 2024 : 240)

Harari’nin belirttiği gibi Çin’de, Osmanlı İmparatorluğu’nda, 9.yy’dan 15.yy’a Ortaçağ Avrupa’sında uygarlık tarihinin birçok bölümünde insanın bir amaç çerçevesinde izlenip denetlenmesi yeni bir olgu değildi ama bilgisayarların ve sosyal medya araçlarının insan yaşamına girmesiyle sınırlarını yeniden belirledi.

Günümüz modern teknolojik toplumunda “izlenmek”, dijital teknolojilerin sezdirmeden hayata nüfus edişyle birlikte insanların davranışlarının bu yolla takip edilmesi ve bu davranışların verilere dönüştürülerek üzerinden ekonomik kazanç sağlanması üzerine bir sisteme evrildi.

Bu tür bir dönüşümün altyapısında medyanın ekonomi politik yapısının gitgide değişmiş olmasının payını da teslim etmek gerekir. Teknolojinin gelişmesi, tarihin hemen her döneminde kapitalist düzen anlayışını da doğrudan etkilemiştir. Günümüze doğru yaklaştıkça klasik kapitalist düzendeki fabrikaların seri üretiminin ve çalışan “işçi”lerin yerini , dijitalleşen toplumunun etkileşim ve içerik üreten “maddi olmayan emeği” aldı. ⁴ Boş zaman aktivitesi olarak zamanını dijital medya platformlarında geçiren insanların, burada yaptığı etkinlikler bir tür emek ve değer katma süreci gibi görülmeye başlandığında emek biçimi yavaş yavaş birer metaya dönüştü (Terranova, 2015 : 347).

Bugün geline noktaı anlamak ve dışarıdan bakabilmek için klasik kapitalizmi temele alarak tarihsel sürece bakmak, emek, sömürü ve sınır kavramlarını yeniden değerlendirmek ve “izlenen” olmanın ötesine geçmenin sonuçları üzerine eleştirel bir bakış açısı getirmeye çalışmak doğru olacaktır.

Kapitalistleşmiş medyayı Fuchs, metalaşma sürecini üç koldan ilerleten bir yapı olarak niteler. Ona göre bu sürecin ilk seçeneği, insanları reklamları “tüketenler” olarak belirlemektir. ikinci yolu, yaygın kültürü bir metaya bağlayarak kullanıcıların kendisini bir metaya dönüştürmek ve üçüncü yol ise varolan kapitalizmi meşru kılacak ideolojik bir araç işlevi yüklemektir. Buradaki ilk iki yol, insanı araçsallaştırmaya yönelik ekonomi tandanslı bir süreci işaret ederken, üçüncü yol da çarkın devamlılığını sağlamak için insanların davranışlarını yönlendirmeye yönelik ideolojik bir amaca yönelir. Fuchs’a göre bu yollar tam anlamıyla başarıya ulaşmasa da, dijital medya kapitalist sistem içinde hem bir reklam panosu hem de ideolojik bir araçtır (Fuchs, 2015: 168). Burada dijital bir yardımlaşmanın doğmuş olduğunu dile getiren Fuchs, dijital emeğin farklı versiyonlarından bahseder. Apple’ın beyin takımı merkezi Silikon Vadisi’dir, ama üretim merkezi için aynı şeyi söylemek doğru olmaz. Çin’deki üretim fabrikalarında otomatikleşen çalışma

³ İsraili Tarihçi, akademisyen. Kudüs İbrani Üniversitesi Tarih Bölümü’nde profesör olarak çalışmaktadır.
<https://www.ynharari.com/book/nexus/>

⁴Centre National De La Recherche Scientifique’de emek ontolojisi, gayri- maddi emek gibi konular üzerine çalışan İtalyan sosyolog Maurizio Lazzarato tarafından ortaya atılan bir kavram.

standlarında bir sürü işçi çalışmaktadır. Burada Fuchs “prekerya hizmet emeği”⁵ kavramına da dokunur (Fuchs, 2015 : 170). Buna, Avrupa’nın çeşitli bölgelerine teknoloji şirketlerinde çalışmak üzere “ithal edilmiş” Hintli vatandaşları örnek gösterir. Yazılım sanayinde çalıştırılarak sömürülen, “sanal göç” adı altında gelişmiş kapitalist ülkelere pazarlanan kalifiyesi yüksek bu insanlar birer bilgi işçisidir (Örnek olarak Google Ceo’su Sundar Pichai’nin verilemeyeceği türden.) (Standing, 2022 : 336).

Öte yandan daha önce belirtildiği gibi, Silikon Vadisi ise hala var olan dijital teknolojilerin merkezi konumundadır. Medyanın ekonomi politiği kapitalizmin yeni bir formuna evrildiyse tarihsel süreçte bu vadideki büyük şirketlerin neyi ne şekilde dönüştürdüğüne bakmak süreci anlamak açısından önemlidir.

TEKNOFEODALİZM’DEN GERİYE : TEKNOFEODALİZM KAVRAMININ ÖNCÜLLERİ

Shoshana Zuboff’un⁶ “gözetleme kapitalizmi” olarak ortaya attığı yeni kapitalizm biçimi, internetin iyimser bir yaklaşımla benimsendiği modern teknolojik toplumda insanların sosyal medya platformları aracılığıyla nasıl yönlendirildikleri, bireysel mahremiyet alanlarından nasıl uzaklaştırıldıkları konusuna eğilir (Zuboff, 2015 : 75).

Zuboff’u bu kitaba yazmaya yönlendiren temel gözlemi; geçmişte insanlara hizmet eden uygulamalara, şimdi insanların hizmet ediyor oluşudur. (“Once upon a time you were searching on Google, but now Google is searching on you.”) Zuboff, bu değişimin sebebini teknolojinin insan yaşamını ileri derecede kolaylaştırması ve bunu insanlara haşlanmış kurbağa sendromu yaşar gibi adapte etmesi olarak açıklar. Gözetim kapitalizmi fikrinin Amerikan tandanslı olduğunu ve çıkış noktasının Silikon Vadisi ya da en küçük ölçekte Google olduğunu aktaran Zuboff, gözetim kapitalizminin klasik kapitalizmden ayrıştığını, klasik endüstriyel kapitalizmin “doğa” yı hedef aldığını öne sürer. Gözetleme kapitalizminin ana hedef tahtasında ise bizzat insan doğası vardır. Ve onu besleyen ana damar “neoliberal ideoloji” tandanslıdır. Ona göre ; endüstriyel kapitalizm dönemlerinde Ford şirketi o dönem için ne ifade ediyorsa, şimdinin Google’ı da odur. Zuboff, aslında tüm bunların hikayenin başlangıcında insanların bilgi edinmesini kolaylaştırmak üzerine arama motoru olarak çıkılan sağduyulu bir yol olduğunu, fakat zamanla bu yolculuğun gözetim sermayesi halini aldığını ve davranışı yönlendiren değerler yaratarak bir çeşit yatırıma döndüğünü ifade eder. Google, uygulama içi iyileştirme yapmak amacıyla kullandığı kullanıcı etkinliklerini zaman içerisinde para kazanacak bir döngüye dönüştürmüştür ve bu çerçevede para akışı sağlayan her kullanıcı birer “ucuz işçi” gibi görünür (Zuboff, 2015 : 105).

İnsanların kendi ikna edilmişlikleriyle paylaştıkları bedenleri, sesleri, Google Arama geçmişi, App Store’da indirilen uygulamaların gizlilik ve onam şartları, saniye hesabıyla nabızı ölçen akıllı saatler. Hepsi birer veridir. Bu verilerin işlenmesi ve üzerinden kar elde edilme döngüsünün bitmemesi bu sistem için hayati görülür. Bu sebeple, bu sistemi besleyen yapılar ardı ardına inşa edilir. Kontrol mekanizmasının gevşetilmesi sistemi sekteye uğratacağından , kullanıcılara verilen hammadeler sürekli olarak yenilenir. Zuboff tam da bu noktada şu soruyu sorar ; “Yapılan bu veri hırsızlığı ortaya çıktıkça yeni yöntemlerle şekil mi değiştirecek ya da bu veri hırsızlığı karşısında kullanıcılar karşı duruş sergilediğinde insanları ne bekliyor olacak? Soruyu Zuboff “Mülksüzleştirme Döngüsü” kavramıyla kendi içinde açıklar. Zuboff’un

⁵ Guy Standing’in “Prekerya & Yeni Tehlikeli Sınıf” kitabında bahsedilen bu kavram, ekonomik anlamda düşük ücretli işlerde ve güvence olmadan çalışan, sabit sosyal haklara erişimi olmayan ve yaşadığı toplum içerisinde aidiyet krizi yaşayan toplum kesimine verilen genel addır. Bunun bir sonucu olarak ertesi günü olmayan çalışma düzeninden ve bu düzene karşı üretilen mücadeleden doğan bir kavram olarak özetlenebilmektedir.
<https://www.scribd.com/document/395566155/Guy-Standing-Prekerya-Yeni-Tehlikeli-S%C4%B1n%C4%B1f>

⁶ Harvard Business School emekli Profesörü, bilim insanı, yazar ve aktivist.
<https://shoshanazuboff.com/book/shoshana/>

cevap olarak sunduğu bu döngünün ilk adımı, kullanıcıların aktif olarak yer aldığı internet alanının kademeli olarak denetimli bir yapıya dönüştürülmesi ve akabinde üretilen değere el koyulması şeklinde ilerler. Öyle ki Meta, gizlilik ile ilgili halihazırda birçok davaya zaten birinci elden konu olmuştu fakat davalardan para cezası ile aklanmıştı. Davaların gündemlerinde veri gizliliği, reklamcılık ilkeleri, sansür uygulamaları , ayrımcılık gibi konu başlıkları vardı. Çok ileri bir tarihe gitmeden 2023 yılında Avrupa Birliği Konseyi'nin Facebook'a bugünkü adıyla Meta'ya uyguladığı yaptırım bu duruma örnek verilebilir (Kang, 2022). Avrupa Birliği Veri Koruma Kurulu 2020 yılından beri standart sözleşme gereğince kullanıcıların kişisel verilerini Amerika'ya aktaran Meta'nın, veri aktarımında Avrupa'nın gizlilik ilkelerini ihlal ettiği ve haksız bir biçimde verileri Amerika'ya aktardığını belirlemişti. Şirketi bu yönde uyarıyan kurul, faaliyetlerini durdurmeyen Meta'ya 1,2 milyar euro ceza yaptırımını uyguladı (Edpb , 2023) .

Bu ceza, şimdiye dek bir teknoloji şirketine verilen en yüksek ölçekli para cezasıydı fakat Meta, para cezasının dışında herhangi bir yaptırımla birebirde karşı karşıya kalmadı. Tam da burada Zuboff'un “mülksüzleştirme döngüsü”nün ikinci aşamasından bahsetmek doğru olur. Bu aşama yaptırımların yetersiz kaldığı noktada kullanıcıların bu sistemi içselleştirmeye başladığı aşamadır. İnsanlar, içinde bulundukları internet ortamının rüzgarına kapılmışlardır, hissizleşip dışardan bakmak zorlaştıkça rahatsız olunanı bulmak ve ona karşı durmak da bir o kadar zorlaşır. Teknoloji şirketleri bu gerçeği bildikleri için, olası bir yaptırımda kriz masası çözümleriyle sorunu çözmenin ve daha sonra o soruna yol açan yöntemi değiştirmenin yolunu buldular : “Yasal taleplere uygun yeni söylem veya tasarım geliştirmek ve onu kullanıcılara yeniden pazarlamak”.

Bu aşamaların bir noktasında insanların kendi görselleri, verileri, gizlilikleri hakkında soru işaretlerinin olması olasılık dahilinde olan durumlardan biri olsa da, toplumun neredeyse tamamının içerisinde olduğu bir havuzdan çıkmak görünenden daha zor gözüktür. Çünkü devreye “bağımlılık” girer. Bu piyasa formunun bu denli başarılı olması artık insanlar için kaçınılmaz bir noktada oluşuyla ilgilidir. Teknoloji şirketlerinin insanlara sunduğu platformlar artık günlük rutinin bir parçasıdır, sorgulanabilir değil neredeyse dogmatiktir. Kullanıcıların uyandığı ilk andan uyumadan önceki son saatlerine kadar süren bir çeşit bağımlılık halini almıştır. Zuboff bu durumu “bir kez tadına bakıldıktan sonra elmaya karşı koyamazsınız” şeklinde açıklar. Adem elmanın tadını almıştır, dolayısıyla o hazzı tekrar isteyecektir.

Tam da bu noktada, günümüz teknoloji şirketleri insanların yani kullanıcıların davranışlarını izler ve bu davranışların istatistiki verilerini tahmin ve manipülasyon araçları kullanarak net kâra dönüştürür. İnsan, tüketilen ürünün kendisidir. Kendi davranışlarından elde edilen “davranışsal artıklar” ona sunularak yeni verilerin kaynağını oluşturur. “Reklamlar, yeni algoritmalar, tüketilebilir yeni içerikler”..

Burada en önemli ayırıcı nokta, klasik kapitalist anlayışın bir adım ötesinde insanın kendisinin ve davranışının bir meta haline getirilmesidir. İnsanların üzerindeki veri birikimi çoktur. Bilgi ve gözetleme gücünün yoğunluğu fazladır. Toplum bu anlamda dönüşüm sergiler. Teknoloji şirketleri insanların gönüllü olarak verdikleri bilgileri çevrimiçi olarak toplar, akabinde bu bilgileri ister devlet eli ister perakendeci yaklaşıma sahip bir başka şirkete en yüksek teklifle satar. Bu karlı alışverişin devam etmesi için, insanların davranışlarını tahmin etmek yeterli değildir. O davranışları istenilen ölçüde değiştirmek de gereklidir. Burada gözetimi benzersiz biçimde kapitalist yapan nokta, daha önce bahsedildiği gibi günümüz teknoloji şirketlerinin sistematik olarak insanların şahsi verilerini ellerinden almaları ve bunlar üzerinde mülkiyet iddia etmeleridir. Yüz tanıma sistemiyle açılan uygulamalardan, kullanıcı olarak verilen etkileşimlere, arama motorunda yapılan gezintilere kadar her türlü veri işlenmektedir. Bu veri toplama işlemi rastgelelik içermez, kapsamlıdır. Makine öğrenimi ve algoritmalar, insan davranışlarının tahmin edilebilmesi için gerekli koşulları yaratır. Kullanıcıların hangi tarz ürünleri satın alabileceğine, bu yılki yaz tatilini nerede geçirebileceğine ve kime oy atacağına kadar.

Bu tahminler sadece onları üreten günümüz teknoloji şirketleri Amazon, Meta ya da Google Inc. için geçerli değildir. Onlar, bunları kullanarak insanlara kendi kişiselleştirilmiş pazarını sunarlar. Kişiselleştirilmiş bu pazarın gerçek değeri, kullanıcılar ürün olarak üçüncül taraflara sunulduğunda ortaya çıkar. Buradaki üçüncül taraf , insanları reklamlar, siyasi mesajlar, finansal ürünler vb. alınıp satılabilen her şeyi kapsayacak

şekilde hedefe oturtan, “veri açık arttırmaları”nda boy gösteren şirketlerdir. Kullanıcıların gerçek davranışları veri odaklı tahminlere ne kadar uygunsa piyasa mantığına göre değeri o kadar yükselir. Bu sistem kendi içinde kullanıcıyı daha görünür hale getirirken, onlardan aldığı geri bildirimlerle büyük bir ekonomik güç dengesi yaratır. Bunun altında “geri bildirim döngüsü” vardır. Zuboff’a göre, bu geri bildirim döngüsü insanların kişisel seçim ve özgür iradelerine görünmez bir el gibi müdahale eder, kullanıcıların özerklikleri azalır ve yönlendirilen davranışlarla elde edilen çıktılar geri bildirim yöntemiyle veriye dönüştürülür. Bu akış bununla da sınırlı kalmaz insanların hayatı algoritmik olarak yönetilebilir hale geldikçe, kullanıcıların kendi hayatları üzerindeki olası yaratıcılık ve yenilik fikirleri azalır. Her şey veri odaklı bir sistemi sürdürmeye yönelik tasarlandıkça gerçek inovasyon fikirlerini ortaya çıkarabilecek atılımlar için alan daralmış olur. Yaratıcılık, yönlendirilen bir el tarafından köreltilmiştir. (Zuboff , 2019 : 203 - 212)

Zuboff’un ortaya attığı “gözetim kapitalizmi” kavramı günümüz açısından geçerli kabul edilse de, aslında ortaya attığı kavramın yepyeni bir kavram olduğunu söylemek doğru olmaz. Zuboff, teknoloji şirketlerini temele oturttuğu düşüncesinde aslında Kanadalı araştırmacı Dallas Smythe’in, 1981’de ortaya attığı “izleyici emtiası” kuramından ilhamlanır. Smythe, dönemin kitle iletişim araçlarının tekeli bir zihniyetle izleyiciyi ele aldığını, onları kitle halinde ürettiğini ve reklamcılara sattığını bu kuram çerçevesinde anlatmıştır. Ona göre izleyiciler, kitlesel olarak onlar için üretilen mal veya hizmetlerin pazarlamasında bizzat çalışırlar ve pazarlama aşamasının finalinde bizzat kendileri tüketilirler. Smythe’e göre, reklamlardaki ileti iletişimin gerçek kaynağı değildir. Bunlar birer “bedava öğle yemeği”dir. Bu benzetmeyi şöyle açıklar; *“Biri size herhangi bir sebep göstermeden bir öğle yemeği ısmarlamakta ısrar ederse bunun bambaşka bir teklif için sadece bir adım olduğunu aklınızda bulundurarak gidin”* (Smythe,1977 : 1-3) .

Smythe izleyici emptiasını, yalnızca bir iletişim şekli olarak görmez, medyanın ekonomi politikası yönünden özellikle “eşitsizlik” ve “bağımlılık” kavramları üzerinden ele alır. O, dönemin kitle iletişim araçlarının ideoloji üretme amacı güttüklerini ve kapitalist sistemdeki ekonomik işlevlerinin düşünülenden fazla olduğunu vurgulamıştır. Ona göre, kitle iletişim alanındaki bu durum o alana tam anlamıyla materyalist bir bakış açısı getirilmediği için bakir kalmıştır. Bu yönüyle Marksist teoriyi eleştiren Smythe, bu durumun kültürel bir aksaklık yarattığını dile getirir. Ona göre Marksist teorisyenler, iletişimi genelde “enformasyon” ya da “eğlence” vb. gibi salt kavramlarla açıklamışlardır.” Burada odaklanması gereken noktanın pastanın üzerindeki süsler değil, pastanın neyden yapıldığıdır yani iletişimin ekonomik altyapısının ne olduğu ve nasıl dönüştürüldüğüdür. .” (Smythe,1981 : 230 -232).

Fuchs, Smythe’in bu düşüncesini alıp günümüz toplumuna göre yeniden modellemiş ve “üretketici” kavramını geliştirmiştir. Bu kavrama göre, büyük teknoloji şirketlerinin sahip olduğu platformlar reklamcılığı kullanarak , kullanıcıların kendi oluşturdukları içerikleri izlemekte ve metaya çevirerek burdan artı değer elde etmektedir. Bir kullanıcı olarak instagramın kendisine sahip olamazsınız, pek tabii onu tüm yönleriyle denetleyemezsiniz. Sadece orada var olabilir, kurulu düzenin içerisinde kendinize bir yer edinebilirsiniz. Fuchs’a göre bu yapıldığında kendinize birer “dijital işçi” kartı edinmeniz gerekir. Kısacası Fuchs, bu platformlardaki kullanıcıları artı değer üretmeleri yönüyle “işçi”lere benzetmektedir. Klasik kapitalist dönemin işçi sınıfı kostüm değiştirmekle kalmamış, değirmene suyu kendi elleriyle taşımaya başlamıştır (Fuchs, 2015 : 155).

Zuboff, Smythe ve Fuchs’un dışında Nick Srnicek’in “Platform Kapitalizmi” kavramı da bu düşüncüyü destekleyen bir başka kavram olarak artalana eklenebilir. Srnicek, dijital platformların insanların yaşamına girmesiyle beraber yaşamlarının merkezine yerleştiğini dile getirir. Zuboff’un aktardığı gibi o da yeni kapitalist düzenin temel bileşenlerinin teknoloji şirketleri olduğunu ileri sürer. Bu şirketlerin kullanıcılara sunduğu platformların ortaya çıkışını etkileyen süreçleri, günümüz tekeli eğilimleri ve ekonomik koşulları merkeze alır (Srnicek, 2017 : 27 - 28).

İnsanları “izleme”nin bu yöndeki bir başka görüşüne Chul Han’ın “Şeffaflık Toplumu” kitabında da rastlamak mümkündür. Chul Han kitabında bugünün dünyasını mahremiyetlerin satılığı bir pazar yeri olarak nitelendirir. Her insan kendi reklamının yaratıcısıdır. Her şey ama her şey sergilenebildiği ölçüde

değerlendirilir. Şimdinin toplumda her şey pornografiktir. Dışa dönük, çıplak forma sokulmuş, ifşacı ve tüketilmeye hazır bir üründür. Chul Han’a göre, her şey o kadar tüm açıklığıyla öylelikle ortadadır ki karanlığın içinde değil ışıkların ortasında “göremez”siniz. Ona göre bu şeffaf toplum, insanı cam gibi yansıtan bir objeye çevirir. Sınırsız özgürlüğün ya da iletişimin tamamının gözetim altında olduğu düşünüldüğünde bu şeffaflığın aslında toplumsallığı disiplinize ettiği ve bir tür dijital panaptikon⁷’a dönüştürdüğünü söylemek pek de yanlış olmaz. Chul Han, bu şeffaflığı karanlık görür. Çünkü bunun altındaki ideoloji idealize edilmiştir, mistiktir. Dışarıdan olumlu bir havası vardır ama totalize edildiğinde tehlikenin sizi bulması uzun sürmez. Çünkü şiddeti doğurur. Chul Han bu duruma örnek olarak Nazi Almanyası’nı gösterir. Nasyonal sosyalist düşünceye göre şekillenip örgütlenen toplum yavaş yavaş hizaya getirilmiştir. Şeffaflık toplumunu bugün, bunun biraz daha modern hale gelmiş şekli olarak yorumlar. Özellikle medya penceresinden bakıldığında sermayenin insan sevmediğini, artık insanlara değil sermayenin kendisine hizmet edildiğini söylemenin doğru olacağını dile getirmek mümkündür. Burada bir ”kendi kendini sömürme” ve dahası buna bir noktadan sonra duyarsızlaşma durumu vardır. İnsan neoliberal bir aygıt olan “şeffaflığın” içine ne kadar girerse, o kadar enformasyona ya da üretkenliğe kavuşur fakat karşılığında mahremiyetini takas eder

Tıpkı Harari’nin tüm medeniyetler boyunca şu veya bu sebeplerle insanları “izlenme”nin işlevselliğini aktarması gibi, Chul Han da iktidarların insanların bilinç ve bilinçdışı süreçlerini anlayarak izlediğini ve bunu onların kendi kendilerini yola getirmek için kullanmalarını sağladıklarını dile getirmiştir. Böyle bir durumda zorlama olmaz çünkü düzen zaten kendiğilinden gerçekleşir (Chul Han, 2019: 11- 13).

Günümüz dijital toplumu içerisinde insanın sıradan davranışlarının izlenmesi ve yönlendirilebilir olması fikrine yönelik bu kavramsallaştırmaların tamamına bakıldığında birbiri üzerinden beslenen ve var olan gerçeği farklı perspektiflerde okuyan düşünürlerin fikirleri temel bir çatı altında birleşir : “İnsanların kullanıcı olarak kendiliğinden verdikleri bu bilgilerin insanın iradesinin sonunu getirdiği ve onları birer “dijital metaya veya işçi”ye dönüştürdüğü. Geleceğin bu kadar hesaplanabilir ve manipüle edilebilir olduğu bu çağda dijital teknolojilerin psikopolitik birer araç olarak kullanılması yöntem yönüyle zaman içerisinde dönüşüm gösterirken, bu konu özelinde üretilen kavramların da ele aldığı yönler kendi kendini yenilemiştir (Chul Han, 2017: 31). Bentham’ın “Panaptikon”undan, Zuboff’un “Gözetim Kapitalizmi” kavramına ve şimdi günümüzde Yunanistan eski ekonomi bakanı Yanis Varoufakis’in ortaya attığı “Teknofeodalizm” e.

TEKNOFEODALİZM NEDİR?

Yanis Varoufakis’in “Technofeudalism: What Killed Capitalism” kitabında bahsettiği bir kavram olarak teknofeodalizm , Meta, Apple, Amazon gibi Silikon Vadisi tandanslı şirketlerin ürettikleri platformların kullanıcılarını birer “dijital köle” gibi gördüğü yönünde bir durum olarak özetlenebilir (Varoufakis, 2023 : 116).

Kitabının genel seyrinde kapitalizmin geçirdiği evrimi anlatan Varoufakis, 1960’ların reklam anlayışından, 2019 yılının pandemi sürecini kapsayan bir zaman skalasında bahsi geçen büyük teknoloji şirketlerinin nasıl devleştiğini ve ekonomiyi nasıl değiştirdiğine odaklanır. Ona göre bu şirketler, Ortaçağ Avrupa’sının feodal sistemine benzeyen bir yapıyı sessizce örmüşlerdir. Teknoloji devleri birer “lord”tur, lordların dışındaki herkes, karşılığında takas usulüyle bile bir şey kazanmayan, toprak işleyen köylülerdir. Köylülerin sağladığı kâr, kapitalizmin devamı için gerekir (Varoufakis, 2023 : 25-26).

Buna göre, bu şirketler gidişat üzerinde tam kontrole sahiptir. Aynı şekilde kullanıcıların platformlar içindeki davranışları süregelen şekilde izlenir. Ve bu veriler, bu şirketlerin kendi ekonomilerini büyütmeleri için açık kaynak oluşturur. Bu aslında bu yazının başından beri kavramsallaştırılmış birçok düşüncenin

⁷ Panoptikon, 1785 yılında İngiliz toplum kuramcısı Jeremy Bentham’ın oluşturduğu hapisane inşaat modelinin adıdır.
<https://iupress.istanbul.edu.tr/journal/jecs/article/digital-panopticon-dilemmas-a-study-on-contact-tracing-apps-carried-out-by-the-ministry-of-health?id=1253269>

benzeri bir altyapıyı anlatır. Tıpkı öncülleri gibi Varoufakis de “bağımlılık”tan bahseder. Bu büyük sermaye sahibi şirketlerin ellerinde bulundurduğu güç asimetrisi kullanıcıları platforma bağımlı bir hale getirir.

Varoufakis bu tanıma birde yeni bir sermaye biçimi eklemiştir “bulut sermayesi”. Ona göre, bu sermaye biçiminde ana akış kâr üzerinden değil, kira üzerinden sağlanan bir sisteme bağlıdır. Bir emlakçı vasıtasıyla ev kiralamak isterseniz, istediğiniz evi tuttuğunuz takdirde emlakçıya bir bedel ödersiniz. Bu şirketler de birer emlak ofisi mantığıyla çalışır. Şirketlere ait platformlarda varlık gösterebilmeniz için belirli ücretlendirmeleri kabul etmeniz gerekir ve sizden buna yönelik bir onam alınır. (Varoufakis, 2023 : 59)

Uyku düzenleyici bir uygulama geliştirdiğinizi düşünelim, App Store üzerinden bu uygulamayı kullanıcılarla buluşturmak istediğinizde Apple sizin kârınızın yüzde yirmisinden fazlasını kendi hesabına geçirir. Bu bulut feodalizminin temel çalışma mantığıdır: “Derebeyler, köylülerden kira toplar”

Varoufakis'e göre bu işleyiş klasik feodalizm anlayışına çok yakındır ama klasik kapitalizmin de bir adım ötesidir. Bu tespiti bir örnek üzerinden ortaya koyar : “Facebook” (Buna günümüzde Instagram’ı da eklemek mümkün)

Ona göre Facebook bir bulut ya da sermaye derebeyliği için biçilmiş kaftandır. Birbirlerine ulaşmak isteyen insanları kendine çekecek şekilde çekici, çikolataya bulanmış bir sistem sunar. İnsanların bu haftasonunu nerede geçirdiklerine dair fotoğraflarını yayımlayabilecekleri bir platform. İlkokul arkadaşını bulabilecekleri büyük bir alan. Böylece insanlar bu derebeyliğe doğru çekilir. Bir sonraki adım insanları uzun vadede derebeyliğin içinde tutmaktır. Burada işin içine “dikkat ekonomisi” girer. 1971 yılında Nobelli ekonomist Herbert A. Simon’un ileri sürdüğü dikkat ekonomisi, insan dikkatini merkezine alan, insanların parasal gücüne değil zamanlarına odaklanan ve zamanlarını isteyen bir ekonomidir.

Parayı öyle ya da böyle kazanırsınız geri dönüştürülebilir bir kaynaktır fakat zamanı yerine koyamazsınız ve o bedava olarak tüketilebilen limitli bir kaynaktır. Hovardaca kullanımının yatırım tavsiyesi olarak verilemeyeceği bu sınırlı kaynak üzerinden kâr elde etmek ise bahsedilen teknoloji şirketlerinin kullanıcılar üzerinde yaptığı şeydir. Çünl  bilgi fazlalığı , dikkat eksikliği yaratır. Çok fazla sayıda içeriğe maruz kalındığında tamamını tüketecek dikkati toplamak zordur. Bu da bu derebeylerin köylüleri içeride tutmak için kendi aralarında sürdürdükleri rekabeti tetikler.

Derebeyler, köylülerin algoritmalarını onların be enileri üzerinden yeniden şekillendirirken, olabilecek minimum sürede kullanıcıya o ürünü pazarlamayı amaçlar. Bu yüzden görünürlüğü ve maruz kalma seviyesini arttırır. Instagramda takip ettiğiniz fenomenin tanıttığı o termosu en ba ından beri ihtiyacınız yoktu . O fenomenin yaşam tarzını sevip ona  yk nd   n z için ve o derebeylik içerisinde o ürün tüm köyün en nihayetinde sahip olduğu bir şey olacağı için bunu  ng rd n z onu istediniz ve siz de o derebeylikteyseniz o ürünü almanız gerekliydi. Ait olmak için. Burada ürünün yüzyılın icadı olması değil, sizin ona maruz kalmanız ve kitle bilinciyle ait olma ihtiyacınız size o termosu aldır dı. Maison Margela’⁸nın “tabii pump sandals”ları insanların ayak anatomisinin tersine çalıştığı için rahat değildi ve başında belki ilginizi çekmiyordu ama sevdiğiniz fenomenin ayağında devamlı olarak g rd   n zde artık o edinilmesi gereken acil bir ihtiyaç haline geldi. Çünkü maruz kalmanın etkisi dikkat ekonomisi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Burada devreye maruz kalmanın yanına öykünme düşüncesi de girer. O fenomen kendi çıkardığı ürünü tanıttıyor olsaydı belki o ürüne sahip olanlara karşı bir aidiyet hissetmezdiniz ama bu işbirlikleri sayesinde  irketi direkt takip etmedi iniz halde ürüne yükselen bir grafikte maruz kaldınız ve en nihayetinde onu edindiniz.  r n  pazarlayan açısından bakıldığında da, harika bir buluş olduğuna emin olduğunuz o şeyi, doğru yapıda ve sayıdaki o kitlenin önüne çıkarmak için “reklam” a ihtiyaç duyarsınız. Reklama  dedi iniz miktar arttıkça g r n rl l   n z artar. Bu sizin bulut kiranızdır. Reklamını yaptığınız şeyin kendisi bizzat siz olsanız bile.

Amazon’da satmak istediğiniz herhangi bir ürünü düşünelim. Siz bir  irketsiniz, bir ürününüz var ve ürünü Amazon üzerinden tüketicilere ulaştırmak istediğinizi varsayalım. Aynı App Store örneğindeki gibi. Sitem

⁸ Belçikalı tasarımcı Martin Margiela tarafından normd   lık ve aykırılık temalarıyla kurulan Paris merkezli bir Fransız Haute Couture moda evi. <https://www.otb.net/en/maison-margiela>

aynıdır her iki durumda da siz birer vasal ⁹ kapitalist gömleği giyersiniz. Çünkü bu başka bir oluşumun himayesi altına girmektir. Varoufakis bunu şöyle özetler ; Amazon’da satış yapmak üzere yer alan şirketin kar marjına bulut kirası uygulanır. Gelirin belli bir kısmı buraya akar. Algoritmalar tarafından izlenen ve hizmeti ulaştıran depodaki işçiler bulut proterleri olarak işlev görür. Bulut köleleriye, herhangi bir bedel ödenmeden tümüyle gönüllü katılımla hizmet veren kullanıcılarıdır. Instagram’a yüklediğiniz her gönderi, bu şirketlerin cüzdanlarını şişiren sermayeye bir artı hanedir. Bulut köleler, varlıkları , etkileşimleri ve gönüllü emekleriyle sermaye stoguna katkıda bulunur (Varoufakis).

Burada Varoufakis, bahsettiği bulut kapitalizminin klasik kapitalist sistemden ayırıcı yanının bu sistemin bulut sermayesi üzerinden yeniden üretmesi olduğunu dile getirir. Bu bulut sermayesi kullanıcının dikkatini ve emeğini sürekli yeniden üretmeyi hedefler. Bunun ne yolla yapılacağı önemli değildir. Fikir ayrılıkları, nefret söylemleri, ayırıcı düşünceler.. Farketmez. Algoritmalar, nefretin ve kötü yönde akan tepkinin bu platformları kullanmak için insanları güdüleyen birer araç olduğunu bilir. Tepki ister. İster ki döngüsel gelir akışı öyle ya da böyle devam etsin. Varoufakis’in buna getirdiği çözüm bu şirketlerin uygulamalarının “kendilerine” birer bulut vergisi getirmektir. Ona göre, Amazon’a ya da Apple’a bu platformlardan üzerinden yürütülen her işlem için bir miktar vergi konulduğunda bu sürecin önüne geçilebilir. Ya da her kullanıcının devlet tarafından sağlanan dijital bir kimliğe sahip olması gibi yöntemlerle, Google’ın sizi tanımlarken kullandığı bu veriler üzerinde bir mülkiyet hakkı kazanmanız sağlanabilir. Çünkü Varoufakis’e göre şu anda bu veriler sizin değil (Varoufakis, 2023 : 92-94).

Bu önerilerin yanı sıra Varoufakis, “platformlar arası bağımsızlık sistemi” getirilmesini önerir. Bu sistem şöyledir ; Instagramda bir milyon takipçisi olan bir fenomen olduğunuzu düşünelim. Instagram benzeri başka bir uygulamaya geçmek istediğinizde, bu uygulamada inşa ettiğiniz o profili yeni mecraya taşıyamazsınız. Yeni platformda sıfırdan oluşturacağınız o sayfa gözünüzü korkutacağı için belki de Instagramda kalmaya devam edersiniz. Ama platformlar arası bağımsız bir geçiş imkanı sağlandığında, sizi artık beslemeyen, bulunmak istemediğiniz veya direkt olarak banlandığınız bir platformdan diğerine geçiş sağlayabilirsiniz. Daha önce aktarıldığı gibi, Varoufakis’e göre Instagramda geçirdiğiniz aktif her saat, X’te attığınız her tivitte, Musk’ın ya da Zuckerberg’in feodal düzenine bir ortaçağ vassalı gibi ortak oluyorsunuz.

Varoufakis, teknofeodalizmi teknoloji şirketleri özelinde irdelerken bu nitelendirmeleri küresel ölçekte de sürdürür. Ona göre bu aynı zamanda yepyeni jeopolitik bir düzendir. Amerika ve Çin üzerinden yeni bir soğuk savaşa işaret eden Varoufakis, eskiden SSCB’nin planlı ekonomiyi ve devlet kapitalizmini temsil ettiğini dile getirirken , Amerika’nın kapitalizmin kendisi olduğunu fakat bugünkü düzlemde bu denklemde Çin’in SSCB’nin yerini aldığını ve Amerika’nın büyük teknoloji şirketlerinin (Apple,Amazon, Google vb.) Çin’in teknoloji şirketlerine karşı (Alibaba, Huawei, Tiktok vb.) bir rekabet içinde olduklarını aktarır. Eskiden ülkeler arası ekonomik savaşların petrol, doğalgaz gibi kaynaklar için yapıldığını anlatırken, şimdinin ekonomisinin veriye ve ülkelerin dijital altyapılarına dayandığını ifade eder (Varoufakis, 2023 : 145- 146).

Burada Amerika ve Çin merkezli rekabete dikkat çeken Varoufakis, Çin’in “dijital devlet kapitalizmi”ni benimsediğini ve kendi büyük teknoloji şirketlerini çeşitli desteklerle Amerika’ya karşı güçlendirmeye çalıştığından bahseder. İki ülkeyi bu konu özelinde birbirinden ayırıcı farkın, Amerika’nın büyük teknoloji şirketlerinin özel olmasıyla, Çin’deki şirketlerin ise hükümetle kol kola ilerlemesiyle açıklar.

Varoufakis’e göre, bu yeni ekonomik düzen içerisinde sıfatlandırmalar, savaşlar değiştiği gibi sömürgecilik faaliyetleri de farklılaşmıştır. Burada yeni bir biçim ortaya çıkar ; “veriye ya da dijitalle dayalı sömürgecilik”. Pastanın büyük dilimlerinin yine Amerika ve Çin’de olduğunu söyleyen Varoufakis, daha küçük dilimlere sahip düşük refahlı ülkelerin dijital olarak bağımlı hale getirildiğini anlatır. (Latin Amerika, Afrika gibi.)

⁹ Vasal, Ortaçağ Avrupa’sının feodal sisteminde derebeylere hizmet vermesi karşılığında kendisine arazi tahsis edilen kişi. <https://www.britannica.com/topic/vassal>

Gelecekte dijital sömürgeciliğin yanında para tandanslı savaşların da çıkabileceğinin altını çizen Varoufakis, Amerika'nın dolarıyla Çin'in dijital yuan'ının karşı karşıya kalacağını dile getirir. Dünyanın en büyük çip firmasının Tayvan tekelinde olması, hem Çin'in hem de Amerika'nın bu alanda kendilerine ait bir seri üretime geçmeleri konusunda güdülediğini ama henüz öyle bir girişim olmadığı için aralarındaki rekabetin büyüdüğünü anlatır. Sadece para, ekonomik düzen, soğuk savaş özelinde de değil insanların içinde bulunduğu “yapay zeka” teknolojileri için de öngörülerde bulunan Varoufakis, yapay zeka ve sibernetik sistemlere dayalı rekabetin birbirinin üzerine basarak ilerleyeceğinden bahseder. En yakın örnek olarak Chatgpt'nin ortaya çıkışının hemen ardından, Çin tandanslı Deepseek'in piyasaya sürülmesi gibi. Varoufakis'e göre bu gidişat, dijital piyasalar yasalarına eğilmekle ve birlikte çalışabilirlikle ilgili reformatif şartlar ve denetimler getirmekle yavaşlatılabilir fakat bunun için önce hükümetlerin bu büyük feodal derebeylerin sözünden çıkmayı göze almaları gereklidir.

Buna ilave olarak Varoufakis, bu büyük ekonominin aynı şirketler arasında dağılmasını önlemek amacıyla büyük teknoloji şirketlerini kamulaştırmayı (google'ın yerine olası bir alternatif, devlet destekli açık bir arama motoru yapılması gibi.), teknoloji şirketlerine bedava hizmet eden “işçiler” olarak kullanıcıların bundan bir gelir edebilecekleri yapıyı geliştirmeyi, yine kullanıcıların büyük teknolojik şirketlerine karşı kollektif bilinçle hareket etmesi için alternatif yollar aramasını önermiştir.

Yeni ekonomik düzende dönen çarkların gücünün büyük teknoloji şirketlerinin elinden alınmasına alternatif olarak da “merkeziyetsiz bir finans” sistemi geliştirmeyi öneren Varoufakis, insanların bankacılık hizmetleri olmadan ekonomiye direkt katılımı için kripto paraların sisteme daha çok sokulması gerektiğini aktarır. Kripto paraların tekelleşmesini önlemek için ise, blok zincir teknolojisinin geliştirilmesini önerir.

Böylelikle belli başlı büyük yatırımcıların elinde tutulan bu kriptoların tekelleşmesinin önüne geçilebilir (Varoufakis, 2023 : 176-178). Bu çözüm önerilerinin yanında kavramı daha iyi anlamak için Varoufakis bu kavramın ortaya çıkışını hangi küresel süreçlere bağladığına bakmak öncesi ve sonras arasında bağ kurmayı kolaylaştıracığından gerekli olabilir. Eski bakan, bu kavramı iki parametreden yola ortaya atmıştır : İlk parametre daha önce değinilen Nick Srnicek'in “Platform Kapitalizmi” kavramıdır.. Bu platform kapitalizminin klasik kapitalist anlayışı çökerttiğini dile getirirken, 2008 krizinin tekno kapitalist düzene geçiş sürecini başlatan olay olduğuna dikkat çeker. Ona göre, sınırları belirlenmemiş nakdin piyasaya sokulması rantı arttırmış ve toplumsal yapıda yeni bir sınıfın oluşmasını tetiklemiştir. Özellikle bu yeni kapitalist sistemi getiren unsurun klasik kapitalizmin kendisi olduğunu da vurgulayan Varoufakis, sermayenin bir rant üretme aracı haline geldiğini aktarır. Burada Zuboff'un gözetleme kapitalizmine de değinen Varoufakis, platform kapitalizminin “gig ekonomisi”ni¹⁰ beslediğini ve insanların ücretli iş yapma pratiklerini başkalaştırdığını dile getirir. Varoufakis'e göre ikinci parametre de fikrin temelini oluşturan halihazırda yaşanan teknolojik gelişmelerdir (Varoufakis, 2023 : 218-219).

İklim krizine sunulan yapay çözümlerden, önlenemez genetik hastalıkların tedavisine, var olan mekansal sınırlılıkların yapay zeka düzeyinde kaldırılmasına kadar birçok teknolojik ilerleme dışarıdan bakıldığında insanların yaşamına kolaylık sağlasa da, insanı sistemin içinde köleleştiren bir yana da sahiptir. Belki ileride bir uzvunuzu kaybettiğinizde siborg manifestosu¹¹ sayesinde yarı makine yarı insan olarak yaşamınızın geri kalanını tamamlayabilirsiniz. Ya da bugün sizin yerinize eşinizle burç uyumunuzun haritasını çıkaran yapay

¹⁰ Paylaşım veya erişim ekonomisi. Geçici, serbest ve yarı zamanlı iş pozisyonları kapsayan bu model genellikle bağımsız şirketler tarafından yürütülür. Çalışanlara esneklik ve bağımsızlık sunarken, iş güvenliği, sağlık sigortası, ücretli izin gibi hakları ortadan kaldırır. Şirketler, bu haklara sahip olmayan serbest çalışanları işe alarak maliyetlerden tasarruf etmeyi hedefler.

<https://www.weforum.org/stories/2024/11/what-gig-economy-workers/>

¹¹ Siborg Manifestosu, posthümanist teoriyle temellenen bu manifesto, insan, hayvan ve makine arasındaki katı sınırları reddeder. Evrimle bulanıklaşan insan ve hayvan arasındaki ayrım dijital teknolojilerle daha da açılmıştır. Siborg teorisi bu anlamda özcülüğü reddeder ve hayvanla makine arasında kaynaşmayı yani hibrit bir modeli önerir. Fikri ortaya Smythe, siborgları, sibernetik bir yapı gibi makine ve organizmanın bir melezi olarak tanımlar.

<https://www.morgan-klaus.com/readings/cyborg-manifesto.html>

zeka chatbotunun yarın size talimat vermeyeceğinin ya da sizi işsiz bırakmayacağını garantisini kim verebilir?

Fakat yine de tehlikeleri gözardı edilen bu gerçekliğin keyfini sürmeye devam eden bir çağın insanlarıyız. 1927 yılından beri her yıl “Yılın Kişi”sini seçen Time dergisi bu yıl bu ünvanı Yapay zeka’yı insanların yaşamına gündelik olarak sokan “Yapay Zeka”nın mimarlarına verdi. 2025 yılı kapanışına özel olarak hazırlanan derginin kapaklarından birinde 1930’lardaki “Lunch Atop a Skyscraper” fotoğrafının bir uyarlaması yer aldı. Uyarlamada Silikon Vadisi’nin eskimeyen yüzleri Elon Musk, Mark Zuckerberg, Sam Altman, Dario Amodei gibi büyük teknoloji şirketlerinin en önemli insanları yer aldı. Derginin ikinci kapağında ise , büyük bir iskele yapı inşa edilen “AI” harflerinin arasında yine bu isimlerin görsellerini görmek mümkün. (Time, 2025)

Varoufakis’in bu büyük şirketlerinin rüzgarına kapıldığını söylediği kurumlar sadece hükümetler değil, başka aygıtlardır hatta toplumun ta kendisidir belki de. Teknofeodalizmi anlamak, yaşadığımız çağı Varoufakis’in “lordlar” olarak nitelediği isimlerin perspektifte değerlendirmek olası görülürken, kapitalizmin hala kapitalizm olduğunu savunan görüşler de en az teknofeodalizmi benimseyenler kadar fazladır.

TEKNOFEODALİZM’E YÖNELTİLEN OKLAR : YOKSA KAPİTALİZM HALA KAPİTALİZM Mİ?

Varoufakis “Technofeudalism: What Killed Capitalism” kitabını yayınladıktan sonra onun ortaya attığı teoriler tabiatıyla birçok akademisyen ve toplum bilimci tarafından değerlendirilmeye açık hale gelmişti. Ve tekrar Ortaçağ’ın feodal sistemine benzer bir yapıya bürünüldüğünü dile getiren Yunanistan eski ekonomi bakanına karşıt argümanlar gitgide çoğaldı.

Eleştirilerin odağındaki sorular, şunlardı:

- Klasik ekonomideki gibi dijital ekonomide de “pazar” mantığı hala geçerli mi?
- Kapitalizmdeki rekabet anlayışı gerçekten değişti mi?
- Teknofeodalizm kapitalizmde yeni bir evre mi yoksa kapitalizmin bir kolu mu?

Bu sorular ekseninde eleştirilerin büyük çoğunluğu Kapitalizmin halen olduğu gibi devam ettiği yönündedir. Bunlardan en fazla öne çıkanı ise “No, It’s Not Techno-Feudalism. It’s Still Capitalism.” Makalesini Varoufakis’e karşıt görüş olarak sunan Evgeny Morozov’dur.

Morozov, ‘feodalizm’ kavramının bu yepyeni yorumunun özüne inmeye çalışmıştır. Günümüz dijital ekonomisinin , kira ve veri gaspına dayalı olan doğasını sorgular. Varoufakis’in bu iddasında “feodalizm”in temelde çok da gerekli bir tanım olmadığını altını çizer. Ona göre kapitalizm her zaman doğrusaldır. Elindeki düşük maliyetli her kaynağı kullanır.

Morozov; Varoufakis, Robert Kuttner, David Arditi gibi sol tandanslı insanların günümüz dijital toplumundaki mal ve güç eşitsizliklerini izah edebilmek için teknofeodalizm ve ona benzeyen eşgüdümlü ifadeler kullandıklarını dile getirir. Fakat bunun, var olan sorunlara bir çözüm getirmediği gibi kavramları popülist bir noktaya taşıyıp içini boşalttığını ifade eder. (Morozov, 2022 : 89 - 91)

Kavram ilk bakışta havalıdır. Temas ettiği noktalarda var olan büyük teknolojik şirketlerin derebey mantığında çalıştıklarını ve onlara karşı itaatkar kullanıcı “işçilerin veya kölelerin” ise bedava emekle sistemi beslediklerini anlattıklarını söylerken , bu söylemlerin kavramsal açıdan eksik olduklarını dile getirir.

Morozov’a göre yaşanan dönüşüm, feodalitenin geri gelmesi değil, yeni teknolojik düzende kapitalist birikim yöntemlerinin çeşitlenmesidir. Kapitalizm, dijital ekonomi içerisinde hala tekelleşmiş ve kabuklaşmış bir şekilde var olmaktadır. Ona göre buradaki güç, elbetteki toprak mülkiyetinden değildir, elde edilen verinin metalaştırılması, algoritma kontrolüyle yönlendirme ve dijital platformlar aracılığıyla sistemi ticarileştirme mantığından gelir. Burada Varoufakis’in aksine Morozov’a göre; kapitalizmden bir

kopuş yoktur, kapitalizmin devamı vardır. Burada feodal ve hiyerarşik bir sistemden değil tekelci bir anlayıştan söz edilebilir. Morozov’a göre büyük teknoloji şirketleri “derebeyler” ya da “lordlar” değil olsa olsa “titan”lardır.

Morozov ayrıca teknofeodalizm kavramının tanım olarak yanıltıcılığı üzerine de eğilir. Kavramın ilhamını aldığı “feodalizm” üzerinden bir karşılaştırmaya girer. Ona göre, Feodalizm Ortaçağ’da toprak mülkiyeti üzerinden elde edilen haksız emek ilişkisine dayalı bir sistemin karşılığıdır. Burada siyasi olarak elde edilen bir güç, ekonomik alana sirayet etmiştir. Siyasi ya da askeri olarak güçlü olan derebeyler, toprağa bağlı yaşayan “köleler”i hakimiyetleri altına alır. Ve bunu zor kullanarak da yapabilirler. (Wood, 2002). Kapitalizmde ise durum farklıdır. Burada emek ve kâr, ekonomik sistemlere dayanır. Buradaki sömürü hukuken özgür olan işçilerin para karşılığı emeklerini sattıkları bir ücretlendirme aracılığıyla yürür. Marx kapitalizmi feodalizmden bu yönüyle ayırmıştır. Rekabet, üretim araçları üzerinde baskı ve kontrol, verimlilik , kâr gibi kavramlar daha ön plandadır. Siyasal olarak zorlama yoktur fakat ekonomik olarak katılıma teşvik vardır. Buna örnek olarak daha önce bahsedilen “gig ekonomisi”ni örnek gösteren Morozov, insanların şirketlere hukuken bağlı olmasalar da dijital emek bağlamında bağımlı olduklarının altını çizer. Aynı şekilde sizi kimse Instagramda ya da X’te paylaşım yapmaya zorlamaz, ama bu platformlar altyapıları ve yaygınlıkları yönüyle o kadar tekelci bir konumdalar ki kullanıcılar bu platformları kullanmak isterler çünkü alternatif bir mecra azdır. Burada hukuki ya da siyasi bir zorlamadan ziyade yapısal anlamda bir bağımlı kılma vardır. Morozov bunu feodal sistemin değil kapitalizmin bir özelliği olarak tanımlar. Morozov’a göre, Varoufakis’in “Teknofeodalizm” kavramına bakış açısı değinildiği gibi çoğu yönden sorun teşkil etmektedir. (Morozov, 2022 : 93-126)

Bu düşüncesini David Harvey’in “A Brief History of Neoliberalism (Neoliberalizmin Kısa Tarihi) kitabıyla destekler. Harvey’e göre kapitalizm akışkandır, sermaye birikimi düşüncesini sabit tutarak yeni artı değerlerin nasıl kazanılacağına odaklanır(Harvey, 2015 : 10). Buradan bakıldığında günümüz kapitalizmini feodal bir düzene benzetmek yerine kapitalizmin yeni şartlara uyumlandığını dile getirmek daha doğru olacaktır. Teknofeodalizm’in atladığı bir başka nokta, büyük teknoloji şirketlerini “derebeyler” ya da “lordlar” olarak tanımlamasıdır. Halbuki burada daha önce değinildiği gibi titanvari tekelci bir zihniyet mevcuttur. Baran ve Sweezy’nin tekelci kapitalizm eleştirisi örneği burada devreye girer. Buna göre, kapitalist sistemde gelişen tekelci zihniyet bir sonuçtur. Buradaki ayırıcı şey, dijital ekonomi içinde bu durumun daha çok yüzeye çıkar hale gelmesidir. Tekel olmuş teknolojik şirketler ekonominin yönlendirilmesinde baskın bir rol izlerler. Ama bunun altyapısı feodal sisteme değil, kapitalizme dayanır.(Baran ve Sweezy, 1966 : 250)

Günümüz dijital ekonomisi, yepyeni feodal bir sistemin habercisi değil tekelci, sömürme mantığına dayalı olan ve devlet desteği gören yoğun bir kapitalizmdir. Burada çözümü, Ortaçağ feodalitesinde değil kapitalizmin bileşenlerini yeniden inşa etmek üzerine aramak ve buna göre stratejiler geliştirmenin somut adımlar getireceği görüşleri yer alır. Burada Fuchs’a göre illaki yeni bir kavramsallaşmaya gidilecekse bu teknofeodalizmden çok “platform kapitalizmi”dir. Amazon, Apple, Meta gibi şirketler servetlerini veriye dayanan rantlar, bedavaya sağladıkları dijital emek ve veri analizleri sayesinde yaparlar. Burada klasik kapitalist bakış açısını yeni bir pencere kazanmıştır, Yeni bir tanım değil. (Morozov , 2022 : 92)

Morozov’un teknofeodalizm eleştirisine ek olarak, Belki Kojin Karatani¹² nin "The Structure Of World History: From Modes Of Production To Modes Of Exchange" kitabından da bir örnek aktarmak yerinde olur. Karatani kitabında, toplumun oluşum aşamalarını değişim tarzları üzerinden açıklamıştır. Bu yönüyle Marksist eleştirinin üretim tarzı yaklaşımından ayrılan Karatani, toplumları dört çeşide ayırır :

¹² Japon felsefeci ve edebiyat eleştirmeni. Felsefe ve Kültür alanında bilinen ödüllerden biri olan Berggruen Ödülü’nü kazanan ilk Asyalı düşünür olarak öne çıkan Karatani, felsefe, edebiyat teorisi, ekonomi ve siyaset alanlarında Doğu ve Batı’yı birlikte ele alan çalışmalarıyla bilinmektedir.
<https://platypus1917.org/category/platypus-review-authors/kojin-karatani/>

1. Değiş tokuş usulüyle ilerleyen
2. Koruma ya da hükmetme mantığıyla ilerleyen
3. Ürün veya meta değişimiyle ilerleyen
4. Tüm bu unsurların ötesine geçen, aşkın bir yaşam tarzıyla ilerleyen (Karatani, 2014 : 10 zu)

Denilebilir ki, günümüzde belki henüz Karatani'nin belirlediği dördüncü evreye gelmemiş olmak, ürün ve meta değişimiyle ilerleyen bir toplum içinde yaşıyor olduğumuz gerçeğini değiştirmez. Üçüncü evredeyiz.

Buradan bakıldığında, Varoufakis'in "Teknofeodalizm" nin beslendiği noktalardan eleştiri aldığı isimlere kadar birçok düşüncenin ayrıştığı noktalar kadar birleştiği yerler de vardır o da; dijital toplumun ekonomik dinamiklerinin her geçen gün kendini yeniden optimize ettiğidir. Ne şekilde olduğu ya da kavramsallaştırılmasının hangi oluşumlara değdiğini irdelemek insanları bekleyen yeni düzenleri anlamak ve adapte olmak açısından her zaman önemlidir. Çünkü sizi ne tür bir şeyin beklediğini bilir, gelecek olanı aşağı yukarı hesaplayabilirsiniz şimdini ona göre dizayn etme imkanı bulursunuz. En azından denersiniz. John Moore'un "A Primitivist Primer" kitabında bahsettiği "anarko primitivizm"¹³ tarzı bir kavrama inanmıyorsak eğer, tüm bu tarihsel süreç içerisinde neoliberal düşüncelerin gelişimini farkedip, rolünün ne olduğunu anlamaya çalışmak, hem şimdinin hem de sonranın süreçlerini anlamayı kolaylaştıracaktır.

¹³ Anarko primitivizm diğer adıyla anarko ilkelcilik, uygarlığın ortaya çıkışı ve gelişimine yönelik anarşi temelli bir eleştiridir. Bu düşünceye mensup insanlar, avcı toplayıcılıktan tarım toplumuna geçildiğinde sosyal sınıfların oluşmasına bağlı olarak baskının arttığını öne sürer. Primitivistlerin bu baskıdan kurtulmak için temel düşüncesi uygarlık öncesi düzene geri dönerek, endüstrinin ve teknolojinin kesin olarak reddedilmesidir.

KAYNAKÇA

KAYNAKÇA

Baran, P. A., Sweezy, P. M. (1966). *Monopoly Capital: An Essay On The American Economic And Social Order*. United States : Monthly Review Press.

European Data Protection Board. "1.2 billion euro fine for Facebook as a result of EDPB binding decision(2023). https://www.edpb.europa.eu/news/news/2023/12-billion-euro-fine-facebook-result-edpb-binding-decision_en (E.T. : 06.12.2025)

Han, B.C. (2017). *Şeffaflık Toplumu*. (Çev. H. Barışcan). İstanbul : Metis Yayınları

Han, B.C. (2019). *Psikopolitika*. (Çev. H. Barışcan). İstanbul : Metis Yayınları

Fuchs, C. (2015). *Dijital emek ve Karl Marx*. (çev. T. E. Kalaycı , S. Oğuz). İstanbul : Nota Bene Yayınları (155-170)

Fuchs, C. (2015) . "Culture And Economy In The Age Of Social Media" New York : Routledge.

Harari, Y. N. (2024) , *Nexus, Taş Devrinden Yapay Zekaya Bilgi Ağlarının Kısa Tarihi*. (çev. Ç.Şentuğ). İstanbul. Kollektif Kitap

Harvey, D. (2015). *Neoliberalizmin Kısa Tarihi*. (Çev. A.Onacak). İstanbul. Sel Yayıncılık

Kang, C. (2022), Four Attorneys General Claim Google Secretly Tracked People, <https://www.nytimes.com/2022/01/24/technology/google-location-services-lawsuit.html> (E.T. : 30.11.2025)

Karatani, K. (2014), *The Structure of World History From Modes of Production to Modes of Exchange*, California : Duke University Press

Morozov, E. (2022). Critique Of Techno-Feudal Reason. *New Left Review*, (133), Jan - Apr 2022

Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of western Marxism. *CTheory*, 1(3), 1-3

Smythe, D. W. (1981). On the audience commodity and its work. In M. G. Durham & D. Kellner (Eds.), *Media And Cultural Studies: Keywords* (ss. 230 - 232). Routledge.

Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Cambridge, Polity Press. 1-20

Standing, G. (2022) . *Prekarya Yeni Tehlikeli Sınıf* (çev. E. Bulut), İstanbul. İletişim Yayınları.

Terranova, T. (2015). *Bedava Emek: Dijital Ekonomide Kültür Üretimi*. *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), 347.

Time Magazine (2025) (<https://time.com/7339621/person-of-the-year-2025-ai-architects-choice/>)

Varoufakis, Y. (2023). "Techno-feudalism: What killed capitalism?". London, Bodley Head

Zuboff, Shoshana. (2015) Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology* 30, 75 - 89.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1057/jit.2015.5>

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* . New York : PublicAffairs

