

Post-truth'un Şifası Algoritmik Bilgi mi?

Abdurrahman Cihad KAYADUMAN – cihadkayaduman@gmail.com

Anadolu Üniversitesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi Doktora Öğrencisi

ÖZET

Bu yazıda öncelikle üzerinde ihtilaflar bulunan Büyük Veri tanımına değinilmiştir. Çeşitli tartışmaların, yanlış anlaşılmalara altı çizilmektedir. Post-truth çağında öznel hakikatlerin yükselişinin Büyük Veri'den elde edilmesi umulan nesnel bilgiyle giderilmesi ümidinin varlığı tartışılmaktadır. Büyük Veri ile neler yapıldığının anlaşılması için çeşitli çalışmalardan örnekler verilmektedir. Ticari kurumların, devlet kurumlarının veya sivil toplum kurumlarının Büyük Veri'yi kullanım şekilleri incelenmektedir. Büyük Veri'nin getirdiği birtakım sorunlarla beraber çeşitli avantajları ortaya konmaktadır. Çalışmanın diğer kısmında bazı düşünürlerin bilgi ve bilgi türü üzerine yaptıkları tartışmalar sıralanmaktadır. Bu tartışmalar genellikle teknolojik gelişmelerle paralel ilerlediği için günümüzle yakından alakalıdır. Dolayısıyla Büyük Veri'den elde edilen Algoritmik Bilgi de süre gelen tartışmaların konusudur. Bugün özellikle bulunduğumuz çağa Post-Truth adının verilmesi ile ekonomik sistemin etkileri arasında bir ilişki olup olmadığı yani bu durumun bir iktidar meselesi mi yoksa daha karmaşık mı olduğu konusu incelenmektedir. Ayrıca varılmak istenen asıl nokta olan Büyük Veri'nin hakikate değer verenler için güvenilir bir kaynak olup olmayacağı tartışılmaktadır.

Anahtar kelimeler: büyük veri, algoritmik bilgi, post-truth, hakikat sonrası, bilgi

Büyük Veri'nin İhtilaflı Tanımı, Yapısı ve Kullanımı

Büyük Veri günlük yaşamda kullanıldığı sıklık derecesiyle aynı oranda anlaşılabilir bir kavram değil. 'Herkesin konuştuğu ama kimsenin tam olarak ne olduğunu anlamadığı' şeklinde ifade edilen bu terimi anlamak için teknolojik gelişmelere bakmak yardımcı olabilir. İnsanlık tarihini bilginin tarihi olarak görürsek Antik Yunan'da felsefe bilgisi, Roma'da hukuk bilgisi ön plana çıkmışken Ortaçağ Avrupa'sında din bilgisi konuşulmaktadır (Güçdemir, 2002, s. 524). Günümüzde ise teknolojiye dayanan bir şekilde bilginin niteliği değişmektedir. Matbaanın ortaya çıkmasıyla değişen bilgi tanımı telgrafla tekrar değişmiş bugün bilgisayarların gelişimi ile yine değişmekte ve çeşitlenmektedir. Bilginin işlenmişlik, özümsemişlik seviyelerini de dikkate alan veri temelli enformasyon ve bilgi tanımı itibarlı hale gelmiştir. Ve bu da yeterli gelmediğinden işlenmemiş bilgi parçacığı olarak tanımlanan verinin isimlendirilmesinde de değişiklikler görülmektedir. Büyük Veri terimi geldiğimiz noktada kullanılmaktadır. Şimdilerde Devasa Veri gibi farklı örneklerine rastlanmaya başlanması bu terimin de kalıcı olamayacağını göstermektedir.

Eskiden insanlar büyük parçalardan oluşan ama nihai boyutu küçük sayılabilecek verilerle uğraşıyorlardı. Bir elmanın yere düşmesi bir veriyken bunun genellenebilir bir kurala işaret ettiği yorumunun ortaya konması çok önemli sayılabilecek bir bilgiye dönüşmesini sağlamıştır. Ama bu süreç hep insan aklının ve duyularının kendi başına gözlemleyebileceği ve analiz edebileceği kadar büyüklük, çeşitlilik ve hızla sınırlanarak ilerlemiştir. Daha sonra verilerin bugün geleneksel olarak tanımlanmakta olan yöntemlerle analiz edilmesi başlamıştır. Bilgisayarların kullanılması ile verilerin daha küçük parçalarının toplanması ve bir araya getirildiğinde boyutu büyüyen bir veri yığını oluşturması sağlanmıştır. Bu veri yığınları bilgisayarlar ve geleneksel küçük çaplı veri işleme programları ile analiz edilebilmekteydi. Ancak veri toplama, depolama, analiz edebilme hızı gibi performansların iyice gelişmesi ile çok daha karmaşık, daha hızlı, daha büyük verilerin varlığı mümkün kılınmıştır. Bu aşamada kullanılmaya başlanan veri artık Büyük Veri olarak adlandırılmaktadır. Her ne kadar

büyüklüğü yani hacmi ön plana çıkarılmış olsa da onun yapılandırılmamış bir halde olması, çeşitlilik arzemesi (video, ses, metin vb. olabilir) ve hızlı olması yani sürekli hareket halinde olup, sürekli analiz edilebilme ihtiyacını karşılamak için daha gelişmiş yöntemlerin kullanılması zorunluluğu onun asıl karakterini oluşturmaktadır (Davenport, 2018).

Yine de tanım ve sınırlılıkları konusunda ihtilaflar bulunmaktadır. Büyük Veri karakterini ortaya koyan V'lere (volume: hacim, variety: çeşitlilik, velocity: hız) eklemeler gittikçe artmaktadır. Ayrıca bir Büyük Veri analizinde V'lerden birisinin eksikliği onun Büyük Veri olmadığını da göstermez.

Örneğin Pendleton & Son isimli mahalle kasabının mahalleye açılan süper market ile rekabet etmek için kullandığı veri analizi, veriyi toplama teknolojisi göz önüne alındığında Büyük Veri'yi çağrıştırmaktadır. İşletme bir büyük veri danışmanlık şirketi ile anlaşarak promosyon etkilerini ölçmek için dükkân penceresine sensörler yerleştirmiştir. İnsanların promosyonlara bakıp ne kadarının içeriye girdiği gibi istatistiksel veriler elde etmeyi amaçlamışlar ve bu verileri analiz ederek müşterilerinin en çok ilgisini çeken teklifleri bulmak istemişlerdir. Bu veriler işletmeye bazı önemli bilgiler vermiştir. Örneğin insanlar gece saat 9 ile 12 arasında yoğun bir şekilde dükkânın önünden geçmektedir, bu insanların genellikle bardan eve dönen aç insanlar olduğu düşünülürse o saatlerde dükkânı açık tutmanın satışları artırabileceği öngörülmüştür. Bu ve bunun gibi sınırlı teknikler kullanarak yapılan analizlerle satışlarını artıran kasap dükkânının Büyük Veri'yi kullanmadığını söyleyemeyiz (Marr, 2016, s. 61).

Büyük Veri kullanımına verilecek bir başka örnek de İngiltere'nin Milton Keynes kasabasının yönetimidir. Kasaba yüksek nüfusu ile bilinen kasabalardan birisidir. Yakın zamanda ciddi oranda bir göç alacağı bilindiğinden yerel yöneticiler tarafından akıllı kente dönüştürülmek istenmiş ve bunun için Büyük Veri'den yardım alınmıştır. Büyük Veri sayesinde şehir uydudan incelenerek çarpık kentleşmenin önüne geçilmiş, atık boşaltım alanları atıkların en uygun şekilde araç seferlerinin azaltılması hedeflenen yerlere kurulmuş, sensörler şehir trafiğini takip ederek ve bu veriler trafik sıkışıklıkları durumunda halka iletilerek alternatif güzergahlar önerilmiştir. Akıllı sokak uygulaması ile de insanların sık kullandığı saatlerde ek aydınlatmalarla veya hiç kullanılmayan saatlerde kapatılarak enerji tasarrufu yapılmıştır. Sosyal medya kullanımından ise şehirdeki uygulamalardan memnuniyetler ve şikayetler incelenerek gerekli önlemler alınmıştır (Marr, 2016, s. 155).

Facebook'un 100 milyon civarında kullanıcının hesap bilgilerini Cambridge Analytica şirketiyle paylaşması etrafında şekillenen veri güvenliği ve etiği üzerine yapılan çalışmalarda Büyük Veri ve onun önemli kaynağı sosyal medya ilişkisinden doğmakta olan etik sorunların neler olacağı, kullanıcıların temel haklarını ve ihlalleri tartışılmaktadır. Bu etik sorunlar arasında; özel yaşamın gizliliği, içeriğin asıl kaynağının bilinmemesi, telif hakları, teyit edilme ihtiyacı, kişisel verilerin bireysel güvenliğini sağlama sorunu, yanıltıcı başlıklandırma, yoğun reklam içeriği, trollerin varlığı gibi konular bulunmaktadır (Ergen, 2018). Büyük Veri olgusunun getirdiği ve getireceği sıkıntılara odaklanmış birçok araştırma bulunmaktadır. Bir çalışmada örnek olarak verilen Walmart mağazalarının saat başında bir milyon müşteriye ilişkin toplanmakta olan hesap kayıt bilgilerinin görünürde müşteri sadakat programları çerçevesinde değerlendirileceği belirtilmektedir. Ancak Büyük Veri'nin toplanmasında katılımcıların onayının alınmaması bu onayın sadece varsayılmakta oluşu önemli bir ayrıntıdır (Altunışık, 2015, s. 31).

Ortaya çıkan mahremiyet problemlerine çözüm üretmek arayışında olan bazı çalışmalar da bulunmaktadır. Mahremiyet artırıcı önlemler olarak; ortak bir veri güvenliği politikası geliştirilmesi, bilgi ile işi olan herkesin bilgi güvenliği ilkelerinden de sorumlu olacağı bilincinin yaygınlaştırılması, veriyi işleyen çalışanlara kendi sorumluluklarının gerektirdiği kadar yetkilendirme yapılması, kritik veri

depolama ortamlarının şifrelenmesi, kurumların iç kontrollerinin ve bağımsız denetimlerinin yapılması gibi öneriler bulunmaktadır (Derinözlü, 2017).

Veri madenciliğinin kullanıcıların verilerinden profil çıkarabilme kabiliyeti bulunmaktadır. Şirketler daha iyi pazarlama yapabilmek için kullanıcıların kişisel bilgilerini toplamakta ve onları sınıflandırmaktadır. Şirketlerin kullanıcı bilgilerini sadece kendileri için değil başka şirketlere satmak için de kullanabileceği belirtilmektedir. Ayrıca haber ve ticari enformasyon sınırlarının belirsizliği, sosyal medya ile beraber bu kavramların birbirinden ayrılmasının zorlaştığı düşünülmektedir. (Öztürk Ş. , 2015)'ün yaptığı çalışmada kullanıcı sözleşmesinin yanında etik sözleşmelerin de bağlayıcılığının olması, düzenleyici kurulların varlığının hayata geçirilmesi, uluslararası içerik sağlayıcılarla etik konusunda mücadelede iş birliği yapılması gibi öneriler yer almaktadır.

Büyük verinin var oluş amacının ötesine geçmesine işaret edilen (Boyd & Crawford, 2015)'un çalışmasında tüm sosyo-teknolojik gelişmeler gibi Büyük Veri'nin de hem ütöpik hem distöpik yönü olduğu belirtilmektedir. Kanser araştırmaları, terör karşıtı çalışmalar, iklim değişikliği gibi konularda insanlığa yardımcı olan ama mahremiyetin istilasası, vatandaşların özgürlüğünün devletin ve şirketlerin kurumsal kontrol gücünün artışıyla kısıtlanması ile insanlığa sorun çıkaran büyük veri için yeni ve derin bir bakış ihtiyacının varlığı ortaya konmaktadır. Büyük Veri'nin bağlamının önemine değinilen çalışmada bağlamından kopmasının anlam kaybına yol açacağı iddia edilmektedir. Örneğin insan ilişkilerinin sosyal medya ağlarındaki ilişki çizelgelerinde gösterilebiliyor olması bu ilişkilerin mahiyeti hakkında bize yanlış varsayımlarda bulunma imkanı verebilir. Büyük Veri'ye erişimin farklı kişilere sınırlandırılmasının yaratacağı eşitsizlik üzerine de sorgulamaların yer aldığı çalışma Facebook için çalışan bir antropolog ile Google için çalışan bir sosyolog'un ulaşabileceği verilerin diğer araştırmacılara kıyasla çok daha büyük ve değerli olacağı örneği verilmektedir. Bu noktada Büyük Veri zengini – Büyük Veri fakiri gibi kavramlar ortaya atılmaktadır (Boyd & Crawford, 2015, s. 211).

Büyük Veri'nin kurumlara sağladığı faydaların listelendiği bir çalışmada (Karaca, 2015), Google'ın hastalıkların belirtilerinin aranmasını analiz etmesiyle sağlığı koruma yönüne, uçuş masraflarını düşürmek için uçak bileti fiyatlarının yükselmesi veya düşmesi yönünde tahminde bulunan bir veri analiz uygulaması girişiminin %75'lik bir oranla doğru karar verebilmesinin uçak biletlerini ucuza getirebilmesine, İsveç'teki bir taksi işletmesinin en çok uğradığı mekanları kullanıcılarına göstererek şehrin popüler mekanlarını gezmek isteyen turistlere yardımcı olması ile turizme yaptığı katkıya, 2012 ABD Başkanlık seçimlerinde Obama'nın büyük veriyi kullanarak rakibinden gerideyken öne geçmesi örneğiyle siyasete yaptığı etkiye işaret etmektedir. (Daha sonra Trump'ın seçim kampanyasında yapılan Büyük Veri çalışmasının skandal boyutları olduğu görülmüştür.) Çalışmada büyük veriyi en çok kullanan sektörler olarak yatırım bankacılığı, sigorta, telekomünikasyon, üretim, ulaşım sayılmaktadır. Ayrıca çalışmaya göre oluşturulacak şu büyük veri mekanizmaları sektörlerdeki verimlilik ve karlılık oranını artıracaktır: müşteri analizi, tedarik zinciri yönetimi, kalite kontrol yönetimi, risk yönetimi vb. (Karaca, 2015, s. 62).

Büyük Veri'nin uygulama alanları üzerine yapılan bir çalışmada ise (Aktan, 2018) avantajlar ile beraber güvenlik sorunlarını da ele almıştır. Çalışmaya göre ilk bakışta kişisel gizliliği ihlal etme anlamında bir tehlike oluşturmayacağı düşünülen verinin başka verilerle bir araya geldiğinde gizlilik değeri yüksek olan bir bilgiyi ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca veriyi oluşturan insanlarken tüm bu verinin büyük çoğunluğunun birkaç arama motoru ve sosyal medya şirketinin elinde olması önemli bir eşitsizliktir. Çalışmanın önerdiği şey ise Büyük Veri'ye karşı toplumun bilgilendirilmesi, farkındalık oluşturulmasıdır.

Kurumların iletişim stratejilerini belirlemede iletişim kurmak istedikleri hedef kitle hakkında edinecekleri bilgi önem taşımaktadır. Kurum faaliyet gösterdiği alanla ilgili kendi yeterliliğinin sunumunu yapmak için, iddialarını duyurmak için, hizmet ve ürünleri hakkında müşterilerini bilgilendirmek için hedef kitlesinin uygun zaman aralığını bilmek, beklentilerini anlamak, ihtiyaçlarını belirlemek gibi bazı gerekliliklerle karşı karşıya kalmaktadır. Bunların yanı sıra kurumun kendi içerisinde organizasyonel yapısı, stok durumu, faaliyet kabiliyeti gibi konularda da bilgi sahibi olması gerekmektedir. İşte tüm bu alanlarda şimdiye kadar olduğundan çok daha fazla bilgi edinme gücünü elde edebilmek Büyük Veri'ye bağlıdır.

Büyük Veri'deki hızın, kazanılan ve anlamsallaştırılan verinin gerçek zamanlı harekete geçirebilmesi oranında bir etkisi olabilmektedir. Verinin ulaşması ile aynı anda işlenmesi mümkün değildir ancak bu sürenin oldukça kısaltılması gerekmektedir. Bu veriden beklenen verimin artması ile sonuçlanacaktır. Örnek olarak bir kurumun müşterisinin lokasyonunun veri olarak kuruma ulaşması ile kurumun o müşteriye bir indirim teklifi sunması arasında kısa bir süre geçmesi gerekmektedir. Bu kısa süre zarfında müşteriye teklif iletilmezse operasyon başarısız demektir (Korcan Doğan, 2016, s. 24).

Algoritmik Bilgi nedir?

Büyük Veri'den çıkartılan ve bilgiye yaklaşım kültürüne işaret eden bu ifade (algorithmic knowledge) bilginin niceliği ile ilgilenen, istatistik ve algoritmalarla ibaret sayan, sayıların sayılmasının saygınlığının hâkim olduğu uzun bir sürece ve sürecin günümüze ulaşan safhasındaki tek anlamlılığın gönderme yapmaktadır. Veri yığınlarında bulunan örüntülerin fayda verecek bir bilgiye dönüştürülmesi çabası olarak görülen Büyük Veri analizi için Büyük Veri'nin kendisinden eski bir eleştiri halen geçerliliğini sürdürmektedir. Bu eleştirel yaklaşım, bilgiyi algoritmalar aracılığı ile Büyük Veri'den çıkartılan bir sözcükle bir tutma ve bu devasa veri işleme kabiliyetinin olmadığı yerde bilgi görmeme eğilimini hedef almaktadır (Mattelart, 2004, s. 53)(Han, 2019, s. 65).

Daha önceleri bilimsel bilginin bilginin bütünlüğünü temsil ettiği, bilim dallarının ürettiği haricindekilerin bilgi olmadığı düşüncesi hakimdi. Aydınlanma'da nesnel, sayılara dayanan bu bilgi tanımı bugün aynı düzlemde ilerlemektedir. Ancak Algoritmik Bilgi'nin şimdiye kadar gelmekte olan bilim disiplinlerini tamamen ortadan kaldıracığı iddiası bilimsel bilginin ötesinde bir şey olarak tanımlanabileceğini düşündürmektedir. Bilime getirilen, anlamdan vazgeçme, kavramları formüllerle, nedeni kurallar ve olasılıklarla değiştirme eleştirisi ise Algoritmik Bilgi için oldukça iyimser kalabilir durumdadır. Bu yüzden Byung Chul Han algoritmik bilgi çağını -şeffaflık karakterini de ön plana çıkartarak- İkinci Aydınlanma olarak tanımlamaktadır (Lyotard, 1990) (Çelik, 2004) (Han, 2019) (Horkheimer & Adorno, 1996) (Anderson, 2008).

Çağımızda bilgi üretiminin yeni ve en mükemmel yolu olarak görülen büyük verinin çıktısı Algoritmik Bilgi'dir. Büyük Veri'nin bilgi edinme şeklimizi değiştirmesi sonucu günlük pratiklerimiz de dahil olmak üzere hayatımızı güçlü bir şekilde etkilemesi Algoritmik Bilgi'yi güçlü bir aktör haline getirmektedir. Büyük Veri analizinde ön plana çıkan algoritmalar, korelasyonlar bularak bilginin yeni formlarını geliştirmeye çalışmaktadır. Bulunan dokular ve ilişkiler kompleks yapıları açıklamakta kullanılmaktadır.

İnsan aklının tek başına ulaşamayacağı bu anlama kabiliyeti kimilerine göre umut vermektedir. Yeni toplumsal formların, hissetmek ve bilmeye yarayacak alternatif yolların, katılımcı bir kültürün ve dijital aktivizmin ortaya çıkmasının herkesin yararına olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda tüm

bunların kontrolün yeni bir formu olduğu, iktidar gücünün daha derin ve geniş hale geldiği görüşünde olanlar da vardır. Dijital aktivizmin, şebekeleşmiş otoriteriyalizm ve dehümanizm karşısında bir anlamı olamayacağı görüşler arasında bulunmaktadır (Chandler & Fuchs, 2019).

Algoritmik Bilgi Nesnel ve Güvenilir mi?

Lyotard bilimin tartışma yöntemlerinin çeşitlenişine ve kanıtlama sürecinin karmaşıklığındaki artışa dikkat çekmektedir. Bilimsel yöntemin iştilerle bir kanıt ortaya koyması gerekmektedir ve bu kanıt diğer bilim insanları tarafından aynı yöntemle süreç yinlendiğinde aynı şekilde ortaya çıkabilmelidir. Burada bir sorun olarak görülen insan duyularının sınırlılığı olguları kaydetmede ve işlemede güvenilir midir? Lyotard bu noktadan sonra konuyu tekniğe getirmektedir. Tekniğe göre doğru, adil, güzel bulunmamaktadır onun için işlersellik, yeterlilik önemlidir. Daha az enerji harcamak veya bir işi daha iyi yapmaktır önemli olan. Tekniğin bilimsel bilgideki yerinin yükseliş ile ortaya çıkan başka bir sorun da sermayedir. Bilimsel bilgi üretimi için bazı harcamalar gerekmektedir ve yazara göre bu durum “para yoksa kanıt da yoktur” şeklinde sonuçlanır. Zengin olan haklı olur. Yine bilimsel bilgiye getirilen eleştirinin Algoritmik Bilgi için çok iyimser olduğu görülebilmektedir. Çünkü Algoritmik Bilgi’yi üretmek için güç gerekmektedir. Teknik yeterlilik seviyelerinin, pek çok alandan uzmanlık desteğinin sonucunda üretilecek olan da yine algoritmaya bağlı bir bilgi olacaktır. Lyotard’ın “bilimsel iletilerin alıcılarından onay kazanmaya tasarlanmış tartışma süreci” şeklinde bahsettiği şey Algoritmik Bilgi’nin algoritması değilse nedir? (Lyotard, 1990).

Algoritmik Bilgi’de daha öte problemler bulunmaktadır. Burada amaç kanıt üretmek değil manipölasyon yapmaktır. Kimseye bir kanıt sunma zorunluluğu yoktur, örüntüler keşfedilir ve istenilen hedefe ulaşmak için gereken eylemler belirlenir. Müşterinin lokasyonunu belirlemek ve onu satın almaya yönlendirici teşvik üretip kendisine iletmek tam olarak budur.

Öznelliğin karşısında yer alacağı umulan Büyük Veri bize nesnelliği ya da hakikati verebilecek mi? Bu sorunun cevabını ararken Algoritmik Bilgi’nin kendi gerçekliğini üreten bir bilgi olduğunu görüyoruz. Algoritmik Bilgi için sadece işlersellik önemlidir ve buna ulaşmak için tasarlanmaktadır. Bir soru sorulur ve algoritmalar o soruya cevap arar. Soru genellikle ‘kim haklıdır?’ türünden adaleti, iyiyi arayan sorular olmadığı için cevaplar da o yönde gelmemektedir. Makine öğrenmesi genellikle “Bu satışı nasıl daha hızlı yapabiliriz?” “Nasıl daha az masraflı olur?”, “Nasıl ikna ederiz?”, “Nasıl hükmederiz?” gibi soruların cevaplarını öğrenmektedir. Yani Algoritmik Bilgi ihtiyaca binaen üretilmiş bir ‘hakikattir’.

Teknolojinin üstünlüğüne dayalı anlayışın alternatiflerini etkisiz hale getirmesi Neil Postman için bir zihniyet meselesiydi. Onlara saldırmak, yasaklamak, yasadışı ilan etmek yerine onları görünmez ve yersiz kılmıştır. Din, sanat, aile, gerçeklik gibi kavramlar değişikliğe uğratarak zamana uyumlu hale getirilmiştir. Ortaçağ insanı için geçerli olan dinsel bilgi aslında dogmatikliğe ve dolayısıyla tamamen inanca dayanıyordu daha sonra bilimsel bilgi geçerli hale geldi ancak bu da tek geçerli bilgi olduğu inancına, pragmatizme dayanan bir bilgiydi. “Yapılan araştırmaya göre” diyerek başlanılan bir cümlede verilecek bilgi, kaynağı bilim insanları olduktan sonra şüphe götürmez olarak görülmekteydi. Zaman geçtikçe enformasyonun anlamındaki değişiklikler öncelikle onu alınan satılan bir mal haline getirmiş daha sonra ise Postman’ın ifadesiyle insanla arasındaki bağı koparmıştır (Postman, 2016).

Post-truth çağı ile işaret edilen değişim inanılacak hakikati ifade eden cümlelerin artık “yapılan araştırmaya göre” diye başlama zorunluluğunun ortadan kalkmasıdır. Bilimsel bilgidde var olan kanıt üretme zorunluluğu post-truth çağında sadece inanca indirgenmiştir. Artık bir öznel hakikat söz

konusudur ancak bu duruma karşı neye sarılmamız gerekmektedir? Bilimsel bilgiyi oluşturan temel mekanizma insan duyularına olan güvensizlik ve bunun getireceği öznellik tehlikesinin önlenmesi için tekniğin ön plana çıkarılmasıdır. Bu yüzden teknolojik gelişmeler bilimsel bilginin üretilmesine hâkim olmuştur. Aynı şekilde bugün teknolojik gelişmelerin geldiği noktada yeni bir dayanak noktamız bulunmakta veya sunulmaktadır.

Bilimsel Metodun Sonu mu?

İlk defa 2007 yılında henüz Büyük Veri kavramı tam olarak kullanılmaya başlamadan ‘bilimsel yöntemin krizi’ (Savage & Burrows, 2007), şeklinde dile getirilen bu durum günümüzde daha net ve kesin ifadelerle dillendirilmektedir.

Wired dergisi editörü Chris Anderson “The end of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete” başlıklı makalesinde verinin bilimsel metodu demode kılacağından bahsetmektedir. Bu görüşe göre Google gibi şirketler artık modellerle yetinmek zorunda değildir. Artık var olan seviye tarih boyunca en çok ölçümün yapıldığı ve depolandığı veri gövdesinin olduğu seviyedir ve bu gövde insanlığın yeni laboratuvarıdır. Yine bu görüşe göre artık yeni teoriler kurup sonra onları test etmeye ihtiyacımız yok çünkü tüm veri elimizin altında ve istediğimiz sonucu hemen oraya bakıp görebiliriz. Byung Chul Han yeni bir inancın (dataizm) doğduğunu belirtirken makaledeki ‘peygambervari’ sözlerin bu inanca ait olduğunu ifade etmektedir (Han, 2019). Anderson “taksonomiye, ontolojiye ve psikolojiye unutulmuş” diyerek insanların neyi neden yaptıklarıyla ilgilenmeye gerek olmadığını, önemli olanın onların yaptıkları şeyleri ölçebileceğimiz gerçeği olduğunu iddia etmektedir. Bu görüşe göre bilimin hipotezlere ihtiyacı kalmamıştır ve artık sadece korelasyonlarla ilerleyeceği günler gelmiştir.

İnternete bağlı dijital araçlar, drone kameraları, şeylerin interneti sensörleri, Twitter, Google, Facebook, akıllı telefonlar, akıllı şehir teknolojileri, haber beslemeleri, hava durumu istasyonları, demografik ve nüfus veri toplayıcıları, ekonomi veri araçları çeşitli şirketlerin veri yönetim yöntemleri süreklilik arz eden bir şekilde veri aktarmakta olan her türlü veri toplayıcı yeni bilgi türünün araçları konumuna gelmektedir. Ayrıca internetin yayılmasında yaptığı gibi BM Algoritmik Bilgi’nin hakimiyetine zemin hazırlayacak alt yapıyı kurmak için çalışmalar yapmaktadır. BM’ye göre yeni koşullar bize daha çeşitli, entegre, zamanında, güvenilir enformasyon ile daha iyi karar alma sağlanacaktır.

Post-Truth’a Karşı Algoritmik Bilgi

Post-Truth nesnelliğin giderek yok olması, akılcılığın geri plana atılması hatta yok sayılması anlamına gelmektedir. İnsanlar inanmaktan başka bir meşruiyet dayanağı olmayan öznel gerçeklikler üretmektedirler.

Bunun sebebi neoliberal sistemin ürettiği yaşam tarzı olabilir. Han’a göre bu sistemde akılcılığa karşıt düşen -olumsuz anlamda- duygusallık vardır. Duygululuktan ayrılan bu duygusallık verimi ve performansı artırmayı hedeflediği için heyecanları yani güdüselliği hayata hâkim kılmayı amaçlamaktadır (Han, 2019, s. 53).

Duygululuktan ayrılmaktadır çünkü duygular doğal halleri ve tüm çeşitleriyle serbest dolaşımında değillerdir. Daha çok hızı teşvik eden güvenlilik hali hakimdir çünkü hız ancak bu şekilde

sağlanabilmektedir. Güvende olmak mutlu olmaktır, hayatın mükemmel bir şekilde devam etmesidir. Güvenli olmayan, mutluluğa gölge düşüren gerçekleri ve bu gerçeklerle paralel bazı olumsuz duyguları yok sayma alışkanlığını sistemin bizzat kendisi üretmektedir.

Aklın üç işlevi düşünme, hissetme ve isteme olarak isimlendirilmektedir (Paul & Elder, 2016). Bunların arasında ‘neoliberal sistem’ tarafından en yoğun olarak kullanılması isteneni bizi eyleme geçirecek olan hedefler, arzular, amaçlar, güdülerden ibaret olan isteme kısmıdır. Hissetme işlevi de kısmen teşvik edilmektedir. Mutlu olabilir ama üzgün olamayız, heyecanlı olabilir ama endişeli, gergin, depresif olamayız. Düşünme işlevi ise neredeyse tamamen devre dışı bırakılmak istenmektedir. Yargılayamayız çünkü hiçbir değer, entelektüel birikim, geleneksel bilgi bize sunulan hayat tarzlarını benimsemiş insanları yargılama gücünü bize vermez. İnsanları yargılamakla bazı inançlara, akımlara, tarzlara eleştirel yaklaşmak aynı tutulmaktadır. Sistem sorgulamaya izin vermez bir hal almıştır. Eleştirel yaklaşım sergilemeye kalkanlar olursa sistemin gönüllü sakinleri tarafından dışlanmaya, ötekileştirilmeye maruz kalabilir. Algılama, analiz etme, kıyaslama, sentezleme sadece teknik elemanlar tarafından yapılabilmektedir. Onun da ulaşmak istediği ne olduğunu anlamaya çalışmak, ne olması gerektiğini bulmak değil birlikte geliştiği ekonomik sistemin amaçlarına hizmet etmektir.

Post-Truth’un hâkim özelliklerinden birisi olan özneliliğin benmerkezcilikle yakın ilişki içerisinde olduğunu düşünebiliriz. Benmerkezcilik, alçak gönüllü, adil, güvenilir, dürüst, tarafsız olmakla zıt şeylerdir, tersine ikiyüzlülük, taraflılık, adaletsizlik gibi nitelikler barındırır. Benmerkezcilikten kaynaklanan kendi cehaletine kör olmak, çelişkileri görememek, gerçekçi olamamak, ironiyi, imaları anlamakta başarısız olmak, yanlış bilgi kullanmak, alakasız sorular sormak, cevaplayamayacağı sorulara cevap verme cüreti göstermek, alakasız bilgiye dayanan çıkarımlarda bulunmak, sadece haklı çıkarıcı bilgilere dayanmak, bilgiyi çarpıtmak, mantıksız ve haksız sonuçlara varmak, alakasız ve karışık fikirler oluşturmak, yüzeysel biçimde kavramlar oluşturarak derinlik algısı yaratmaya çalışmak, kelimeleri yanlış kullanmak, farklı bakış açılarını göz ardı etmek ve diğer düşünce hataları bu çağda aktif ve yaygın hale gelmiştir (Paul & Elder, 2016).

Aklın dışlanarak benmerkezcilik ve heyecansallığın toplumsal bilincin temel taşları haline getirilmesini, Han’ın (2019, s.55) ‘düşünce-öncesi düzeyde etkilemek amacıyla (...) kişiyi derinden yakalar’ şeklinde ifade ettiği durumu reklam sloganlarında somut olarak görebiliriz: “Tadını çıkar”, “daha fazlasını iste”, “kışkırtılmaya hazır ol”, “çiğne ve gülümse”, “kışkırtır !”, “hayallerine dokun”, “çünkü ben buna değerim”, “mutluluğa kapak aç”, “imkansız yoktur”, “bir dilim asla yetmez”, “önce hisset sonra yaşa”, “hayat senin kuralları sen koy”, “bu sensin“, “hissetmek her şeydir”, “farkı hisset”, “aklını başından alır”.

İçinde bulunduğumuz çağın bir özgürlükler çağı olduğu, yeni özgürlük imkanlarının ve mekanlarının arttığı bir çağ olduğu dillendirilmektedir. Han’a göre ise bu durum aslında özgürlük krizini yaşamamıza sebep olmaktadır. Ona göre her şeyi yapabilme özgürlüğü emir ve yasaklardan daha büyük bir zorlama haline gelmiştir. Bu anlamda yapabilmeyen kaynaklanan zorlamanın sınırı bulunmamaktadır. Yazarın görüşleri bu haliyle Postman’ın enformasyon hakkındaki görüşleriyle benzeşmektedir (Han, 2019). Ona göre enformasyonun çoğalması onu yüksek amaçlar bakımından işlevsiz hale getirmiştir. Burada öne çıkan bir bağlamsızlaşma problemidir de. İnsanlığın ilerlemesi yerine teknolojinin ilerlediğinden bahsedilmektedir. Postman enformasyonun daha fazla özgürlük, yaratıcılık getirdiği görüşüne katılmayanlardandır (Postman, 2016).

Dijital ağın bir iktidar tekniği olarak görülmesi pek çok düşünür tarafından ifade edilmektedir. Üstelik bu sefer geçmiş iktidar tekniklerine göre farklı bir durum söz konusudur, insanlardan onları

yönetme, onlara hükmetme bilgisi zorla alınmamakta bunun için gönüllü hale getirildikleri düşünülmektedir. Örnek olarak insanların internet üzerinden gönüllü bir şekilde paylaştığı verilerin yine insanların iç dünyalarını ortaya çıkaran ve onlardan istenilen davranışları gerçekleştirmeleri için gerekli olan operasyonel stratejileri belirlemeye fırsat verdiği görülmektedir. Han burada önemli bir noktaya değinmektedir. Büyük Veri'nin insanların bilinçaltı bilgisine erişebildiğini ve daha kendilerini tanıyamamış insanların o bilgiye sahip olanlar tarafından daha iyi tanındığını iddia etmektedir. Yazara göre bu 'psikopolitik' bir araçtır. Daha önceki iktidar biçimleri insanların bedenlerine hükmetmeyi amaçlamış ve uygulamışken 'psikopolitik iktidar' insanların ruhlarına ulaşabilmektedir. Büyük Veri ile beraber pasif gözetleme son bulmuş aktif yönlendirme başlamıştır. Bu yönlendirme Büyük Veri'nin geleceği öngörebilme, hesaplayabilme özellikleri ile mümkün olmakta ve insan davranışları da bu sayede önceden hesaplanıp değiştirilmeye çalışılmaktadır (Han, 2019).

Gözetim ve kontrol halinin derinleştiği ve genişlediği yorumlarının yapıldığı bu çağ için 'dijital kapitalizm', "büyük veri kapitalizmi", "bilgi kapitalizmi", "bilişsel kapitalizm", "neoliberal kapitalizm", "hiper endüstriyel kapitalizm", "iletişimsel kapitalizm", "mobilize kapitalizm", "otoriteryan kapitalizm" gibi isimlendirmeler kullanılmaktadır. Ayrıca kapitalizmin bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiğini ama içerisinde sürekli değişmekte ve yenilenmekte olan birçok kapitalizm türünü barındırabileceğini söyleyen görüşler de bulunmaktadır (Chandler & Fuchs, 2019).

David Harvey'e göre bir şehri büyük çaptaki veriye anlam vererek insani bir şekilde yönetebileceğinizi iddia edemezsiniz. Şehrin tüm sorunlarına bu şekilde cevap vermeniz mümkün değildir. Fakirlikler, eşitsizlikler, sınıfsal ve ırksal farklılıklar, gelir adaletsizlikleri gibi sorunlar bu şekilde ortadan kalkmamaktadır (Chandler & Fuchs, 2019). Han'a göreyse insanlar Büyük Veri aracılığı ile sınıflara ayrılmış durumdadır ve bir kısmı 'atık' kategorisindedir. Acxiom isimli veri şirketi tüm ABD vatandaşlarının verisine sahiptir ve insanları 70 kategoriye ayırmıştır. Bu insanların verileri başka şirketlere kataloglar aracılığı ile satılmaktadır ve düşük ekonomik seviyede olan bir grubun pazar değeri de oldukça düşük olduğu için 'waste' olarak isimlendirilmektedir. Aslında yeni bir 'dijital sınıflı toplum' oluşturulmuştur (Han, 2019, s. 73).

Büyük Veri sisteminin Post-Truth'la yakınlaştığı başka bir nokta ise içeriğe bakıştır. Hakikatin önemini kaybetmesinin karşısında ilgi çekmek, eğlendirmek, şaşırtmak, heyecan yaratmak gibi unsurlar önem kazanmıştır. İnsanlar yalanlarla, uydurma hikayelerle temelde daha çok insanı çekmeyi hedeflemektedirler. Eğer insanları çekebiliyorsa yalan söylemenin, gerçeği örtmenin, değiştirmenin bir mahsuru yoktur. Yani hedeflenen niceliktir. Bu yüzden daha çok yalan söyleyen ödüllendirilir ve ünlü olur. Google da sayfaların hangisinin daha iyi olduğuna bakmaz, bunu bilemez de zaten. Sadece istatistiğe bakar ve niceliksel üstünlük o sayfayı iyi yapar. Yani içerik önemsizleşmiştir. Aynı şekilde insanların 'neyi neden yaptıkları' ile ilgilenmeyen Büyük Veri'yi kullananlar için insanlara ne yaptırabilecekleri daha önemlidir. Nedenselliğin olmadığı bir veri ne kadar hakikat olabilir sorusu sorulmalıdır. Mutlak bilgi gibi gösterilmeye çalışılan Büyük Veri'nin pek çokları için fırsat olduğu yadsınamaz bir gerçektir ancak hakikat olmadığı da açıktır. Korelasyonlar ancak çok basit düzeyde bilgilerdir. Han'a göre "Büyük Veri'nin vaad ettiği mutlak bilgi mutlak cehaletle çakışır" (Han, 2019, s. 76).

Sonuç

İnsanların söz söyleme iradeleri ve sözlerini duyurabilme imkanları sosyal ağlar aracılığı ile gün yüzüne çıkmış ve özgürlükler artmış gibi gözükmiştir. Ancak toplumsal değişimlerin tarihine

baktığımızda teknolojik gelişmelerin hakikatin niteliğinin artmasıyla sonuçlanacağı kesin varsayımının doğru olmadığı görülmektedir. Post-truth çağında nesnel bilginin öneminin azalması insanlarda Büyük Veri'nin çıktısı olan Algoritmik Bilgi'ye karşı bir beklenti oluşturmaktadır. Algoritmik Bilgi'nin bilgisayarlar aracılığı ile üretiliyor olması, istatistiğe, algoritmaya, niceliğe dayanıyor olması onun hakkında bir yanılsama oluşmasına sebep olmaktadır. Bu yanılsamanın en belirgin yönü onun tarafsız olacağı beklentisidir. Oysa toplanması, depolanması, düzenlenmesi yani analiz edilmesi oldukça karmaşık ve masraflı uğraşlar gerektiren bu bilgi türünün vereceği cevap ona sorulacak sorularla belirlenmektedir. Bu soruları onu işleyebilecek parası olabilenler soracaktır. Doğru sorular sormak da hakikatli bilgiye ulaşmamızı sağlayacak gibi görünmemektedir. Çünkü sadece korelasyon bularak kaliteli bilgiye ulaşmak mümkün değildir. Algoritmik Bilgi yapısı gereği en çok manipülasyon yapmaya elverişlidir. Bu bilgiyi kullanmaya başlayan şirketler, devletler, neoliberal iktidar, dijital kapitalizm veya ne isim verilirse verilsin bu güç hakikate değil kendisi lehine olan yarara odaklanmaktadır. Pek çok görüşün ittifak ettiği şey de zaten bu alt yapıyı oluşturanın işaret edilen iktidarın ta kendisi olmasıdır.

Ayrıca Büyük Veri'yi elinde tutanların birkaç büyük şirket olması da bir eşitsizlik problemini ortaya çıkarmaktadır. Büyük Veri'den elde edilecek sonuçlar eşitsizliğe hizmet edebilmekteyken, ona ulaşmak için gereken güç de bir eşitsizliğe işaret etmektedir. Ayrıca mutlak bilgi olarak sunulan, varsayılan bir bilginin diğer insanlar tarafından sorgulanmaya kapalı olması önemli bir sorundur. Büyük Veri'den elde edilen sonuçlar diğer insanlar tarafından sorgulanamaz haldedir. Hem o veriye sahip olunmadığı için hem de o sonuca ulaşmak için kullanılacak teknolojik imkanların büyük şirketler hariç diğer insanlarda bulunmaması söz konusudur. Burada adeta dogmatik bir bilgi hakimiyeti problemi doğmaktadır.

Ayrıca gelinen noktada Heidegger'in (1998) 'doğanın el altında tutulması' dediği 'tekinsizlik' artık insana ait tüm verilerin -insanın duyuşal sınırlarının ötesinde olması anlamında- bir insanüstü güç tarafından el altında tutulması şekliyle de geçerlidir. İnsanın el altında tutulması ve gereken fayda uğruna bu deponun kullanılması durumu söz konusu olmaktadır. Doğanın ruhunun yok sayılmasının insanlığı getirdiği yer insan ruhunun da tamamıyla teslim alınması noktasıdır.

Kaynakça

- Çelik, M. (2004). *Bilgi ve Hikmet*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim*, 287-311.
- Aktan, E. (2018). Büyük Veri: Uygulama Alanları, analitiği ve Güvenlik Boyutu. *Bilgi Yönetimi Dergisi*, 1-22.
- Altunışık, R. (2015). Büyük Veri: Fırsatlar Kaynağı mı Yoksa Yeni Sorunlar Yumağı mı? *Yıldız Social Science Review*, 45-76.
- Anderson. (2008, Haziran 23). *The end of theory: The data deluge makes the scientific method obsolete*. Wired: http://www.wired.com/science/discoveries/magazine/16-07/pb_theory adresinden alındı
- Boyd, D., & Crawford, K. (2015). Büyük Veri Üzerine Eleştirel Sorular: Kültürel, Teknolojik ve Bilimsel Bir Olgu Hakkında Eleştirel Sorgulamalar. *folklor/edebiyat*, 199-215.
- Chandler, D., & Fuchs, C. (2019). *Digital Objects Digital Subject*. London: University of Westminster Press.
- Davenport, T. (2018). *bigdata@work*. İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları.

- Derinözlü, C. (2017). Büyük Veri ve Mahremiyet. *Tubitak 1. Ulusal Bulut Bilişim ve Büyük Veri Sempozyumu Bildiri Kitabı*. Antalya: TÜBİTAK.
- Ergen, Y. (2018). Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme. *Yeni Düşünceler*, 53-64.
- Güçdemir, Y. (2002). Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 523-534.
- Han, B.-C. (2019). *Psikopolitika - Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*. İstanbul: Metis.
- Heidegger, M. (1998). *Tekniğe İlişkin Soruşturma*. İstanbul: Paradigma.
- Horkheimer, M., & Adorno, W. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. İstanbul: Kabalcı.
- Karaca, İ. (2015). Büyük Veri Anazlerinin Kurumsal Faaliyetlerde Kullanım Alanları. *Lisans Tezi*. Ankara.
- Korcan Doğan, S. A. (2016). Büyük Veri: Önemi, Yapısı ve Günümüzdeki Durum. *DTCF Dergisi*, 15-36.
- Lyotard, J.-F. (1990). *Postmodern Durum*. İstanbul: Ara Yayıncılık.
- Marr, B. (2016). *Büyük Veri İş Başında*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Mattelart, A. (2004). *Bilgi Toplumunun Tarihi*. İstanbul: İletişim.
- Paul, R., & Elder, L. (2016). *Kritik Düşünce*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Postman, N. (2016). *Teknopoli - Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. İstanbul: Sentez.
- Savage, M., & Burrows, R. (2007). The Coming Crisis of Empirical Sociology . *Journal Sociology* , 885–899.