

POSSEIBLE: FELSEFE DERGİSİ

Cilt 11/ Sayı 2 / Aralık 2022

ISSN: 2147-1622

Dijital Platform Çağında Toplum, Ekonomi ve Siyaset Melih Yeşilbağ

Ankara Üniversitesi
melihyesilbag@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5867-433X

Öz

Dijital platformların yükselişi çağdaş kapitalizmin en göze çarpan özelliklerinden birisi konumundadır. Toplumsal ve ekonomik hayatın hemen her veçhesinin platformların çok boyutlu etkilerine maruz kalması, platform çalışmaları adı altında yeni ve verimli bir araştırma gündeminin doğmasına vesile olmuştur. Bu çalışma, platformlaşma sürecinin belirleyenleri, kapsam ve düzeyi ile çeşitli alanlardaki etkilerine dair süregiden tartışmalara dair bir değerlendirme sunmayı amaçlamaktadır. Bu değerlendirme, neoklasik iktisat belirlemimli anaakım yaklaşım ile eleştirel ekonomi politik belirlemimli eleştirel yaklaşımın oluşturduğu iki ana izlek üzerinden ilerlemektedir. Bu minvalde, siyaset alanı, endüstriyel örgütlenme ve emek süreçleri, kültürel üretim alanı ve kentsel süreçler olmak üzere platformlaşma sürecinin etkilediği dört alanda söz konusu yaklaşımların temel argümanları irdelenmektedir. Çalışma, platformların yükseliş dinamiklerine dair analitik ve tarihsel bir çerçeve sunma, ortaya çıkan sonuçları gerçekçi bir gözle değerlendirme ve olası gelecek tahayyülleri oluşturma konusunda eleştirel yaklaşımın üstünlüğünü tespit etmektedir. Tartışılan başlıkların dünyadaki ve Türkiye'deki yansımalarına yönelik eleştirel yaklaşımın rehberliğinde yapılacak çalışmalar yazına önemli katkılar sunacaktır.

Anahtar sözcükler: Platform Toplumu, Platform Kapitalizmi, Dijital Dönüşüm, Platform Çalışmaları, Büyük Veri

Posseible: Felsefe Dergisi, 2022, 11(2), 186-209.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7493720>

Kategori: Araştırma Makalesi / Gönderildiği Tarih: 03.08.2022

Kabul Edildiği Tarih: 08.10.2022 / Yayınlandığı Tarih: 20.10.2022

POSSEIBLE: JOURNAL OF PHILOSOPHY

Volume 11 / Issue 2 / December 2022

ISSN: 2147-1622

Society, Economy, and Politics

In the Era of Digital Platforms

Melih Yeşilbağ

Ankara University

melihyesilbag@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5867-433X

Abstract

One of the most salient characteristics of contemporary capitalism is the rise of digital platforms. Virtually all aspects of social and economic life are subject to the multi-dimensional impacts of platforms. These developments have led to a new and fruitful research agenda under the rubric of platform studies. This article aims to present an overall assessment on the ongoing debates concerning the determinants, scope and contours of platformization. This assessment proceeds on the axis of the mainstream approach informed by neoclassical economics versus the critical approach informed by critical political economy. In this vein, main arguments of the two approaches are evaluated concerning the impact of platformization on four major areas: the political realm, industrial organization and labor process, cultural production, and the urban realm. The article argues for the primacy of the critical approach in terms of offering an analytical and historical framework on the dynamics of the rise of platforms, realistically evaluating the challenges and engendering probable future projections. Further research on the repercussions of the concerned issues in Turkey and the world may provide significant contributions to the extant literature.

Keywords: Platform Society, Platform Capitalism, Digital Transformation, Platform Studies, Big Data

Posseible: Journal of Philosophy, 2022, 11(2), 186-209.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7493720>

Category: Research Article / Date Submitted: 03.08.2022

Date Accepted: 08.10.2022 / Date Published: 20.10.2022

Dijital Platform Çağında Toplum, Ekonomi ve Siyaset

Melih Yeşilbağ

1. Giriş

Dijital platformların ortaya çıkışı ve olağanüstü bir hızla yükselişi günümüzün en dikkat çeken olguları arasında yer almaktadır. Yüzyılın başında maceracı girişimcilerin, akıbeti belirsiz startup firmaları konumunda olan dijital platformlar bugün küresel ekonominin en güçlü aktörleri arasında yer almaktadırlar. Toplumsal ve ekonomik hayatın hemen her veçhesi platformların çok boyutlu etkilerine maruz kalmaktadır. Platformlaşmanın (*platformization*) çeşitli alanlarda yarattığı dönüşümlere dair kısa bir ufuk taraması, meselenin kapsamını ve çarpıcılığını gözler önüne sermeye yeter. 2019 yılı itibariyle, Standard&Poor's Index'in dünyanın en büyük şirketleri listesindeki ilk beş sıra dijital platformlar tarafından işgal edilmiştir (Birch vd. 2021).¹ Bu platformlar basitçe teknoloji sektöründe faaliyet yürüten şirketler olmayıp çok sayıda iktisadi sektörü bir araya getirme becerileriyle küresel değer zincirlerinin en tepesine yerleşerek dünya ekonomisinde kilit bir konum elde etmişlerdir (Van Dijck vd. 2018). Platformlar üretim süreçleri, ticaret ağları ve çalışma ilişkilerinin yanı sıra siyaset alanı, yönetim, medya ve kentsel süreçler gibi alanlarda da dramatik dönüşümlere yol açmışlardır. Söz konusu dönüşümler, platform çalışmaları adı altında yeni ve yaratıcı bir araştırma gündemi ortaya çıkarmaktadır.² Sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinden ve teorik güzergahlarından beslenen bu araştırma gündemi kapsamında platformlaşma sürecinin yarattığı niteliksel dönüşümlere işaret etmek üzere “platform toplumu” (Van Dijck vd. 2018),

¹ Bu şirketler Apple, Microsoft, Amazon, Alphabet (Google) ve Facebook'tur. İlk beş şirket için sıklıkla büyük beşli ya da GAFAM kısaltması kullanılmaktadır.

² Bu araştırma gündemine dair kapsamlı bir değerlendirme için bkz. Plantin vd. (2016).

“platform kapitalizmi” (Srnicsek 2017) gibi yeni adlandırmalar önerilmiştir. Bu girişimler, platformlaşma sürecinin belirleyenleri, kapsam ve düzeyi ile çeşitli alanlardaki etkilerine dair önemli tartışma başlıkları açmıştır. Bu açıdan, platform çalışmaları dijitalleşmenin günümüz toplumları açısından çok boyutlu sonuçlarını ele alan oldukça verimli bir güzergahı temsil etmektedir.

Bu noktadan hareketle, bu makalede Türkçe yazında henüz yeterince karşılık bulmamış platform çalışmaları yazının temel tartışmalarına dair bir değerlendirme sunmayı amaçlıyorum.³ Bu kapsamda, platformların hızlı yükselişinin ardındaki nedenler, günümüz kapitalizmde platformların konumu, platform şirketlerinin spesifik iş modelleri ile platformlaşmanın yarattığı sosyo-politik sonuçları tartışacağım.

Platform çalışmaları yazınında bu tartışmalara dair anaakım ve eleştirel olmak üzere iki temel kuramsal yaklaşımın öne çıktığını tespit ederek başlıyorum. Neoklasik iktisat temelli anaakım yaklaşım platformların yükselişini teknolojik yeniliklerin otonom dinamiklerine vurgu yaparak açıklama eğiliminde olup genel olarak dijitalleşmenin özel olarak da platformların yaygınlaşmasının mesafeleri kısalttığını, bireyleri birbirine bağladığını, hiyerarşiden ve bürokrasiden uzak yeni kamusalıklar yarattığını vurgulama eğilimindedir. Tekno-iyimserlik olarak tanımlanabilecek bir bakış açısıyla, teknolojik yeniliklerin yirminci yüzyılın acı bakiyesini silip atacak yepyeni bir toplumu inşa etmekte olduğu konusundaki sarsılmaz inanç sıklıkla dile getirilir. 1990’ların küreselleşme rüzgârı etrafından oluşturulan ideolojik anlatıya paralel biçimde, büyük veri ve yapay zekâ teknolojilerinin günümüz dünyasının açık, yoksulluk, tahakküm gibi temel problemlerini kolaylıkla çözebilecek yegâne anahtar olduğu iddia edilir. Refah ve özgürlükle tanımlanmış bir geleceğin kuruluşu yalnızca zaman meselesidir. Bilim teknoloji ve toplum çalışmaları, eleştirel ekonomi politik ve eleştirel medya çalışmaları gibi farklı disiplinlerden beslenen eleştirel yaklaşımla anaakımın iyimserliğini paylaşmaz. Platformların yaygınlaşmasını teknolojinin kendi tarihiyle değil günümüz kapitalizminin ekonomi politik çerçevesi, kurumsal mimarisi ve krizli doğası bağlamında ele almayı tercih ettiği ölçüde mevcut düzenden radikal kopuş iddialarına da şüpheyile yaklaşır. Anaakımın ütopyik vizyonunun aksine, platformlaşmanın güçlü tekelleşme dinamikleri, veri gizliliği ihlalleri, gözetim pratikleri ve emeğin prekerleşmesi gibi karanlık tarafları vurgulanırken, platformların kısa sürede kazandıkları olağanüstü iktisadi ve siyasi gücün beraberinde getirdiği tehlikelere işaret edilir.

Tematik olarak, platform çalışmalarını dört temel alan üzerinden değerlendiriyorum. Birinci alan, platformlaşmanın siyasal süreçler üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Bu kapsamda, büyük veri teknolojilerinin siyasal tercihlere etkisi, büyük veri temelli gözetim teknolojileri, devletler ve platformlar arasındaki ilişkinin mahiyeti gibi tartışmalar öne çıkmaktadır. Platformların kültürel üretime etkisine odaklanan ikinci alanda, platformların medya endüstrisi gibi alanlarda yarattıkları dönüşümler ile genel olarak platformlaşma sürecinin ideolojik etkileri ele alınmaktadır. Platformlaşmanın üretim, endüstriyel örgütlenme ve emek süreçlerine etkilerine odaklanan üçüncü alanda nesnelere interneti, endüstriyel internet, bulut-temelli

³ Türkçe yazındaki bazı öncü çalışmalar için bkz. Akçoraoğlu (2019), Kuş (2021), *Praxis* (2022).

üretim gibi yeni teknolojilerin küresel ekonominin organizasyonunda yarattığı dönüşümler ile platformlaşmayla birlikte yaygınlaşan gig ekonomisi, dijital Taylorizm gibi yeni istihdam biçimleri tartışılmaktadır. Son olarak, platform kentleşmesi kavramının rehberliğinde, platformlaşmanın kentsel dinamikler üzerindeki etkileri incelenmektedir.

Makalenin geri kalanında öncelikle platformların hızlı yükselişinin arkaplanı, günümüz kapitalizminde platformların konumu ve platform şirketlerinin spesifik iş modelleri üzerine bir tartışma yürüteceğim. Ardından, yukarıda saydığım tematik alanlarda anaakım ve eleştirel yaklaşımları kuramsal ön kabulleri, temel argümanları ve siyasi içerimleri açısından irdeleyeceğim. Sonuç bölümünde, öne çıkan noktaları özetleyip yazına katkı sağlayabilecek araştırma güzergahları önereceğim.

2. Platform Kapitalizminin Dinamiklerine Dair Kuramsal Arkaplan

Dijital platformların hızlı yükselişi günümüz kapitalizminin en dikkat çekici olguları arasındadır. Çoğu 90'lı yılların sonunda kurulmuş olan bir avuç dijital platform, kısa süre içerisinde köklü devleri geride bırakarak dünya ekonomisine hükmeder konuma gelmişlerdir. Bu bölümde, söz konusu yükselişin boyutlarını ve dinamiklerini tartışacağım. Birkaç temel veriyle başlayalım. 2019 itibariyle piyasa değerine göre dünyadaki en büyük beş şirket platform şirketleridir. Bu şirketlerin toplam piyasa değeri, bütün listenin kabaca dörtte birine tekabül etmektedir (Birch vd. 2021). Bazı yorumcular, popüler yazında büyük teknoloji (*big-tech*) şirketleri adı verilen bu şirketlerin dramatik yükselişini 19. yüzyılın son çeyreğine damga vuran “yaldızlı çağ”a (*the gilded age*) benzetmektedirler (Hendrikse vd. 2021, 4). Bu dönemde, ABD’de bir avuç büyük sermayedar, özellikle demiryolları yatırımları ve hisse senetleri piyasası sayesinde olağanüstü bir büyüme ivmesi yakalayarak tek el konumu kazanmışlardı. Bu tekelci birikimin bölüşüm dengelerinin bozulması, siyasal istikrarsızlık, emperyalist rekabetin kızışması gibi önemli sosyo-politik sonuçları oldu. Öyle ki, bu dönemin muazzam büyüklükte servet biriktiren Rockefeller, Carnegie gibi sembol sermayedarları popüler dilde “hırsız baronlar” olarak adlandırıldılar. Özellikle Covid-19 pandemisinin ortaya çıkmasından bu yana servetlerini olağanüstü bir ivmeyle büyüten Jeff Bezos, Mark Zuckerberg gibi platform sermayedarları da bugün benzer şekilde “büyük teknoloji baronları” olarak nitelendirilmektedir. Büyük teknoloji şirketlerinin ana coğrafyası ABD olmakla birlikte Badiou, Alibaba ve Tencent gibi dev platform şirketleriyle Çin de ikinci yoğunlaşma noktası olarak öne çıkmaktadır. Bu şirketler, ABD’deki muadillerine benzer bir hızlı yükseliş ve genişleme çizgisi izlemektedirler.

Öte yandan, dijital platformların bugünkü konumu, yalnızca yakın tarih değil kapitalizmin bütün tarihi dikkate alındığında da ayrıksı gözükmektedir (Kenney ve Zysman 2020). Daha önceki dönemlerde de belirli bir sektörde çok büyük ölçekli firmaların ortaya çıkması ve dünya ölçeğinde hâkim hale gelmesi gibi olgular elbette gözlemlenmiştir. Söz gelimi, yaldızlı çağın büyük demiryolu şirketleri, 20. yy’ın ilk yarısında büyük petrol şirketleri, İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde büyük otomobil şirketleri küresel ölçekte kapitalist birikim sürecinin itici ve belirleyici güçleri olmuşlardır. Ne var ki, bunların hiçbirinde, tek bir sektör en büyük şirketler

listesinde ilk beş sırayı işgal edebilecek düzeyde ezici bir ağırlık kazanamamıştır. Dolayısıyla, platformların yükseliş dinamikleri açıklanmaya muhtaçtır.

Dijital platformların dünya ekonomisine hükmedici konumlarını nasıl ve hangi mekanizmalar sayesinde kazandıklarına açıklık getirme amacındaki yazında anaakım ve eleştirel yaklaşımlar birbiriyle zıt iki farklı kuramsal güzergahı temsil etmektedir. Kabaca ifade etmek gerekirse, neoklasik iktisat kuramının etkisindeki anaakım hat, platformların yükselişini teknolojik devrimlerin otonom dinamikleriyle açıklama eğilimindedir (Cole vd. 2021). Buna göre, internet teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğindeki yenilikler yeni ürünlerin ve bu ürünlerin satıldığı yeni piyasaların doğmasını sağlamıştır. Platformlar “kullanıcıları birbirine bağlayarak” “bilgi asimetrisini gidererek” ve “işlem maliyetlerini azaltarak” (Evans ve Schmalensee 2016) “dünyayı daha iyi bir yer haline getirmektedirler” (Fernandez vd. 2020). Platformların mümkün kıldığı paylaşım ekonomisi, âtıl kaynakları ekonomiye kazandırdığı ve emek katılımını teşvik ettiği ölçüde demokrasinin de güçlenmesi için uygun bir zemin sağlar (Heeks 2017; Davis 2016).

Bu yaklaşım, bir bakıma, ABD’deki Silikon Vadisi’nde kümelenmiş teknoloji girişimcilerinin dünya görüşünü ifade eden “tekno-liberter” (siber-liberter) ideolojiyle uyum içerisindedir (Dahlberg 2010). En dolayimsız ifadesini Tesla CEO’su Elon Musk’ın kamuoyuyla paylaştığı fikirlerde bulan teknoliberter ideoloji, aslen kurlsız serbest piyasa sisteminin erdemlerine vurgu yapan ve günümüz dünyasının temel problemlerine yalnızca teknolojik ilerlemeyle çözüm getirilebileceğini savunan bir neoliberalizm varyantı olarak görülebilir. Teknoliberter yaklaşım, platformların yükselişini teknolojinin otonom dinamikleriyle açıklarken, söz konusu teknolojik yeniliklerin ne tür bir iktisadi, siyasal ve toplumsal arkaplanda ve hangi ihtiyaçlara cevaben ortaya çıktığını hesaba katmaz. Bu açıdan, söz konusu yaklaşım, eleştirel ekonomi politik geleneğinden ve bilim teknoloji ve toplum çalışmaları disiplininin kuramsal çerçevesinden habersiz görünür.⁴ Bir başka deyişle, teknolojik gelişmeleri verili bir tarihsel anda, belirli kurumsal sınırlamalar içerisinde hareket eden gerçek aktörlerin gerçek ihtiyaçlara yanıt üretmek için geliştirdikleri eylemlerin bir sonucu olarak görmek yerine, içerisinde yalnızca teknolojinin otonom dinamiklerinin bulunduğu bir analitik vakum içerisinde değerlendirir. Dahası, platformların sağladığı nimetleri fetişleştiren bu yaklaşım, platformların yükselişinin ve giderek daha güçlü aktörler haline gelmelerinin yarattığı sorunlu alanlarla ilgilenmez. Özetle, neoklasik iktisat temelli anaakım yaklaşımın gerek açıklayıcılık gerekse de eleştirelilik kıstasları açısından tatmin edici bir çerçeve sunduğunu söylemek mümkün gözükmemektedir.

Platform kapitalizmine dair eleştirel hat, anaakımın bıraktığı boşlukları bütünsel bir çerçeveye ele almayı amaç edinir. Bu minvalde, platform kapitalizminin ve onu mümkün kılan teknolojik gelişmelerin içine doğduğu tarihsel arkaplana dair bir analitik zemin sunarak bir dizi önemli değişken tarif eder. Bu kapsamda öne çıkan birkaç temel noktadan bahsedilebilir. Birincisi, fikri mülkiyet hakları meselesidir. Bu mesele etrafında gelişen yazın, günümüz fikri mülkiyet hakları rejiminin dijital

⁴ Konuyla ilgili bu kuramsal literatür izinde yapılmış bazı çalışmalar bkz. Boyer (2021), Birch ve Cochrane (2021), Rahman ve Thelen (2019).

rantiyelerin oluşumunda ve konsolide olmasında çok kritik bir rol oynadığını saptar. Bu minvalde, Durand ve Milberg (2020, 404), dijital şirketlerin fikri mülkiyet üzerinde gelişen patent, telif hakkı gibi “maddi olmayan varlıklar” (*intangible assets*) sayesinde bir tür “fikri tekelleşme” eğilimi geliştirdiklerini ifade ederler. Buna göre, dijital devlerin ortaya çıkışı ve yükselişi 1980’lerden itibaren yaygınlaşan sıkı fikri mülkiyet rejimleriyle doğrudan ilişkilidir. Dijital platformların patent sözleşmeleri sayesinde sağladıkları lisanslı ürünlere fahiş fiyatlar biçebilmeleri, küresel değer zincirlerinden aslan payını almaları ve böylelikle tekelci konuma erişebilmeleri, bu sıkı rejimler sayesinde mümkün olabilmiştir. Bu sonuç, ampirik olarak da gösterilebilir. Fernandez vd. (2020, 40), yedi büyük teknoloji şirketinin⁵ bilançolarındaki maddi olmayan varlıkların hacminin 2010’da 26 milyar dolardan 2019’da 192 milyar dolara yükseldiğini hesaplamıştır. Bu artışla, büyük teknoloji şirketleri, hem borsada işlem gören şirketlerin ortanca değerinden hem de ilaç sektörü gibi diğer patent yoğun sektörlerden belirgin bir şekilde pozitif ayrılmaktadır. Platform sektöründe giderek yoğunlaşan satın alma ve birleşme (*mergers and acquisitions*) faaliyetlerinin arkasındaki temel güdülerden birisi de söz konusu maddi olmayan varlıkları ele geçirme güdüsüdür. Zira, gelecek vaat eden bir startupı satın alan büyük şirket, yalnızca bir rakibini elimine etmekle kalmaz, aynı zamanda söz konusu rakibin elinde tuttuğu patent ve benzeri fikri mülkiyet haklarını da ele geçirmiş olur (Rikap 2021; Birch 2016).

Dijital platformların yükselişiyle ilgili bir diğer önemli nokta, bu yükselişte finans dünyasının oynadığı rol ile ilgilidir. Bu kritik bir noktadır, zira platform şirketleri faaliyete başladıkları startup evresinde tipik olarak kâr etmezler ve hayatta kalmaları sahip oldukları parlak fikre fon sağlayabilecek yatırımcılara bağlıdır.⁶ Bu evrede genellikle girişim sermayesi fonu (*venture capital fund*) olarak bilinen finansal kuruluşlardan destek alan platformlar, 2000’lerde halka arz yoluyla sermaye piyasalarına geçiş yapmışlardır. Finansal kuruluşların platformlara sağladıkları desteğin düzeyi, yalnızca şirketin sahip olduğu fikrin parlaklığıyla değil, dünya ekonomisinin gidişatıyla ve geleneksel sektörlerdeki kârlılık beklentileriyle de belirlenir. Bu açıdan, büyük teknoloji şirketlerinin sıçrama dönemlerindeki küresel makroekonomik şartlara dikkat çekmek anlamlıdır. Bu bağlamda, Srnicek (2017) platform kapitalizminin yükselişinin, 2008’deki finansal çöküşün ardından benimsenen düşük faiz ve parasal genişleme politikalarının yarattığı likidite bolluğu dikkate alınmadan anlaşılamayacağını savunur. Benzer şekilde, Blakeley (2021), büyük teknoloji şirketlerinin ilk atılım döneminin ABD’deki dotcom krizi sonrasına, ikinci atılım dönemininse 2008 krizi sonrasına denk geldiğinin ve her iki dönemin de yüksek risk iştahı ve yüksek karlılık arayışıyla tanımlı yatırımcıların teknoloji sektörüne ucuz kredi musluklarını sonuna kadar açmalarıyla nitelendirilebileceğinin altını çizer. Dolayısıyla, platform şirketlerinin yükselişinin küresel ölçekte sermaye birikim sürecinin krize girdiği momentlere denk düşmesi tesadüf değildir. Burada, David Harvey’in (1985) neoliberal dönemde gayrimenkulün ve yapılı çevre

⁵ Söz konusu çalışma, GAFAM şirketleri ile Çinli Alibaba ve Tencent’i mercek altına almaktadır.

⁶ Bu noktada, Facebook, Google ve Amazon gibi kökeni 90’lı yıllara dayanan platformlar ile daha eskiye giden Microsoft ve Apple arasında bir ayrıma gitmek gerekir. Bu ikisi 1970’lerde kurulan teknoloji şirketleri olmakla birlikte 1990 ve 2000’lerde kendilerini platform ölçeğinde yeniden inşa etmişlerdir. Büyük platform şirketlerinin evrimi için bkz. Hendrikse vd. (2021).

üretimini önem kazanmasını kapitalist kriz dinamiklerine mekânsal çözüm (*spatial fix*) çerçevesiyle açıklamasına benzer şekilde, bir tür tekno-çözümden söz etmek mümkün gözükmemektedir (Wang vd. 2022). Büyük teknoloji şirketlerine finansallaşma göstergeleri açısından bakan çalışmalar, bu durumu ampirik olarak da göstermişlerdir. Buna göre, söz konusu şirketler, finansal varlıkların toplam varlıklara oranı, finansal kârların toplam kâra oranı, piyasa değerinin toplam kâra oranı gibi bir dizi gösterge açısından genel ortalamadan belirgin bir şekilde ayrılmaktadır (Fernandez vd. 2020). Özetle, platformların yükselişinde sermaye birikim sürecinin kriz dinamiklerinin ve finansın rolünü görmezden gelmek mümkün değildir.

Dijital platformların yükseliş dinamiklerini açıklamayı amaçlayan yazının bir başka önemli tartışması platformlara özgü yeni iş modelleridir. Aslına bakılırsa, en büyük beş dijital platform gerek sundukları ürünler gerekse gelirlerinin kaynakları konusunda heterojen bir görünüm arz ederler. Söz gelimi, Amazon temelde çok geniş bir yelpazede alıcıları ve satıcıları buluşturan ve sitesi üzerinden yapılan satışlardan aldığı komisyonla gelir eden bir aracı şirket konumundayken, Google’ın gelirlerini dijital reklamlar ve kullanıcılara ücretsiz olarak sunduğu arama motoru sayesinde elde ettiği büyük verinin üçüncü taraflara satılması oluşturur. Apple aslen bir donanım üreticisiyken, Microsoft bir yazılım üreticisidir. Dolayısıyla, ilk bakışta, ana faaliyet alanları farklı bu şirketlerin paylaştığı tanımlı bir iş modelinden söz etmek güç görünmektedir.

Daha yakından bakıldığında, tüm bu farklılıklara rağmen, dijital platformların evriminde bir tür ortak desen gözlemlemek mümkündür. Bu kapsamda, Srnicek (2017, 35-38), dijital platformların iş modellerinin dört temel karakteristiği barındırdığını tespit eder. İlk olarak, platformlar bireysel kullanıcılar, alıcılar, satıcılar, servis sağlayıcıları, reklam verenler gibi farklı grupları bir araya getiren “aracılar” (*intermediaries*) konumundadırlar. Srnicek’in söz ettiği ikinci nokta, platformların gelişme stratejilerinin “ağ dışsallıkları”na (*network externalities*) dayalı olmasıdır. Ağ dışsallığı kavramı, bir ürünün değerinin onu kullananların sayısı ile orantılı bir şekilde artmasını ifade eder. Söz gelimi, bir sosyal medya platformu ne kadar fazla kullanıcıya ulaşırsa, değeri ve çekiciliği o denli artar. Aynı zamanda, dışarıda kalmanın “maliyeti” de yükselir. Dolayısıyla, bir kez kritik bir kullanıcı eşiği geçen bir platform o alanda hızla rakipsiz hale gelebilir. Ağ dışsallıkları başka ek mekanizmalarla da bir platformun ivmesine katkıda bulunur. Daha fazla kullanıcı daha fazla veri, daha fazla veri de daha gelişkin büyük veri algoritmaları anlamına gelmektedir. Bu da, söz konusu platformun kullanıcı profiline yönelik stratejilerini geliştirmesini ve rakipleri karşısında avantaj sağlamasını kolaylaştırır. Bu aynı zamanda, “veri imperatifi” adı verilen mekanizmayla da ilgilidir (Fourcade ve Healy 2021). Platformlar, mümkün olan tüm kaynaklardan, sürekli ve mümkün olan her yolla veri toplama güdüsüyle hareket ederler. Bu nedenle de, platform uygulamaları tipik olarak kullanıcıları sürekli ekran başında tutmaya programlıdır (Hendrikse vd. 2021). Bu imperatif o kadar önemlidir ki “veri günümüzün petrolüdür” (“*data is the new oil*”) sözü platform sektörüne dair en yaygın ifadelerden birisi haline gelmiştir.

Üçüncü ortak nitelik çapraz sübvansiyon (*cross-subsidization*) adı verilen stratejidir. Bu strateji, platformun gelir kalemlerini çeşitlendirerek bazı ürün ve hizmetleri oldukça düşük ücretlerle (zaman zaman ücretsiz olarak) sunabilmesidir. Söz gelimi, Google, dijital reklam ve ağ servisleri alanında elde ettiği muazzam gelirler sayesinde arama motorunu kullanıcılara ücretsiz olarak sunabilir.

Dördüncü nokta şöyle ifade edilebilir. Platformlar anaakım yaklaşımda her ne kadar farklı kullanıcı gruplarını bir araya getiren nötr araçlar olarak lanse edilseler de, gerçekte bu aracılık işlevi son derece asimetrik güç ilişkilerini beraberinde getirir. Zira, farklı grupları bir araya getiren platformlar, bu bir araya gelişin koşul ve hükümlerini kullanıcılara dayatırlar. Platformları kullanmak için gereken kayıt sistemlerinde imzaladığımız antlaşmalar yoluyla oyunun kurallarını belirlemiş olurlar. Söz konusu antlaşmalar tipik olarak şeffaflıktan uzaktırlar. Yani, sıradan kullanıcılar antlaşmayı imzaladıkları zaman, tam olarak hangi hakları ve kişisel bilgileri platformun emrine sunduklarını bilmezler. Aynı zamanda, platformlar bu antlaşmalarda gerekli gördükleri zaman değişiklikler yapma hakkına da sahiptirler. Platformların söz konusu antlaşmalardaki opak yaklaşımı bir dizi tartışmayı beraberinde getirmiş ve zaman zaman yasal süreçlere konu olmuştur (Santesteban ve Longpre 2020).

Özetle, Srnicek, birbirinden farklı ürün ve hizmetler sunsalar da platformların aslında ortak bir stilize model üzerinden anlaşılabilceğini savunmaktadır. Burada not etmek gerekir ki söz konusu model basitçe betimsel olmayıp hem platformların hızlı yükselişinin arkaplanına ışık tutmakta, hem de bu yükselişin sonuçlarına dair bazı ipuçları sunmaktadır. Bu minvalde öne çıkan tartışmalı başlıklardan bir tanesi platformların rekabetçiliğidir.

Yukarıda, anaakım yaklaşımın dijital platformların hızlı yükselişini bir başarı hikayesi olarak değerlendirdiklerini ifade etmiştik. Buna göre, 2000'ler öncesinde pek az kişinin adını bildiği startupların köklü dev şirketleri geride bırakıp bugün küresel ekonominin zirvesine tırmanış olması kapitalist rekabetçiliğin ve onun yarattığı dinamizmin ideal bir örneğidir. Serbest piyasanın yenilikçiliği, parlak fikirleri ve cesareti ödüllendiren mekanizmaları yerli yerindedir. Günümüzün büyük teknoloji firmaları da bu konumlarını ancak yenilikçiliklerini sürdürdükleri takdirde koruyabilirler. Aksi takdirde, yerlerini aşağıdan yeni gelen startaplara bırakmak zorunda kalacaklardır. Ne var ki, bu argümanlar da ampirik gerçeklikle bağdaşmamaktadır. Zira, platform piyasalarının mevcut durumu açık bir tekelleşme örüntüsüne sahiptir. Söz gelimi, 2021 yılında ABD'deki e-ticaret gelirlerinin %56,7'si Amazon'a aittir. En yakın takipçisi Walmart'ın payı ise yalnızca %6,2'dir (Pymnts 2022). Google 2021 yılı itibarıyla, arama motoru alanında %86'luk, navigasyon alanında ise %79'luk bir paya sahiptir (Kenney ve Zysman 2020, 60). ABD'nin dijital reklam piyasasında Google ve Facebook'un toplam payı %97'ye varmaktadır (Orhangazi 2019,11). Son derece yüksek kar marjlarıyla çalışan ağ ve bulut hizmetleri piyasası ise 2022 itibarıyla Amazon (%33) Microsoft (%21) ve Google (%8) olmak üç büyük oyuncunun hakimiyeti altındadır (Statista 2022). Bu dinamiğin kaynağında, yukarıda tartıştığımız platform modeli ve onun ağ dışsallıkları, veri imperatifi gibi mekanizmaları vardır. Bu model, sektöre ilk giren öncü aktörlere piyasalara hâkim olma konusunda olağanüstü bir avantaj sağlamaktadır. Böyle bir hâkimiyet bir kez

elde edildikten sonra, arkadan gelenler tarafından tehdit edilmesi imkânsız değilse de çok zordur. Zira, tehdit oluşturabilecek start-uplar bu alana muazzam bütçeler aktarabilen büyük oyuncular tarafından kolaylıkla yutulurlar.⁷ Böylelikle, piyasa hâkimiyeti giderek konsolide olur. Özetle, tekelleşme dinamikleri platform piyasalarının arızı bir sonucu değil, yapısal bir özelliğidir.

3. Platformlar ve Siyaset Alanı

Platformların siyasal alan üzerindeki etkisine dair kritik nokta platformların devletle ilişkisidir. Burada birkaç önemli tartışma başlığı bulunmaktadır. Birincisi, platformların yükselişlerinde devletin rolünün ne olduğu ile ilgilidir. Anaakım yaklaşım, şaşırtıcı olmayan bir şekilde ABD’de platformların deregülasyonla tanımlı bir kurumsal arkaplanda yeşerdiğine dikkat çekerek bireysel girişimcilerin inisiyatifini ve risk iştahını ön plana çıkarır. Hatta, dünyanın ABD’den sonra ikinci büyük platform evrenine ev sahipliği yapan Çin’in sistematik bir devlet stratejisi sayesinde yükselen platform peyzajı ile ABD’nin deregülasyon üzerine kurulu teknoliberter platform peyzajı sıklıkla karşı karşıya konulur (Gruin 2010). Ne var ki, ABD’deki durumun yalnızca deregülasyonla ya da devlet müdahalesinin yokluğuyla tanımlanması yeterli olmayacaktır. Zira, yakından bakıldığında, büyük teknoloji şirketleri ile devlet arasında karmaşık bir ilişkiler ağı ortaya çıkmaktadır. İnternet teknolojisinin çıkış noktasının Pentagon olması dahi bu açıdan fikir vericidir. Bir devlet projesi olarak başlayan internetin bir anlamda “özelleştirilerek” ticari kullanıma açık hale gelmesi, platformların ortaya çıkışına giden yolun önemli dönemeçlerindedir (Greenstein 2015). Dahası, büyük teknoloji şirketleri, Amerikan devletine neoliberal yönetim bağlamında değerlendirilebilecek bir dizi alanda stratejik destek sunmaktadır (Birch 2020). Bunların en önemlisi, güvenlik ve gözetim teknolojileri alanındadır (Zuboff 2019). Platformların geliştirdiği yüz tanıma algoritmaları gibi teknolojiler ABD polis güçleri tarafından giderek daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Ferguson 2017). Daha dolaylı olarak görülebilecek bir bağlantı, aşağıda daha ayrıntılı şekilde tartışacağımız gig ekonomisidir. Platformların yaygınlaştırdığı gig ekonomisi, özellikle 2008 krizinden sonra yükselen işsizliğin soğurulmasında kritik bir rol üstlenmiş ve belki de ortaya çıkan memnuniyetsizliklerin bir sosyal patlamaya dönüşmesini engelleyici etkide bulunmuştur. Bu yolla, neoliberal yönetim pratiklerine katkıda bulunmuştur (Wacquant 2009). Dolayısıyla, platformların yükselişinde devleti bütünüyle namevcut görmektense, farklı etkileşim biçimlerine vurgu yapmak daha doğru olacaktır.

Platformlar ve devletler arasındaki ilişkinin bir diğer vechesi Covid-19 pandemisiyle ortaya çıkmıştır. Pandemi döneminde oluşan yönetim krizi sırasında büyük teknoloji şirketleri büyük veri becerilerini devletin hizmetine sunmuştur. O kadar ki, devletin en üst kademesinin toplandığı kriz masalarında bazı platform şirketleri de birer sandalye ile temsil edilmiştir (Hendrikse 2021). Platformların kamu idaresinde söz sahibi olmaları devletleri bu şirketlere bağımlı kılan ve bu şirketlerin elini güçlendiren bir gelişme olarak değerlendirilmelidir.

⁷ Yalnızca 2021 yılında Microsoft 56, Amazon 29 ve Alphabet (Google) 22 şirketi kendi bünyelerine katmıştır (Feiner ve Sherman 2022).

Tüm bunların bir sonucu da, olağanüstü bir hızla büyüyen ve bir dizi alanda güç biriktiren platform şirketlerinin nasıl denetlenebileceği ya da regüle edilebileceğidir. Son yıllarda, aşırı güçlenen şirketlerin çeşitli açılardan kamusal çıkarlara zarar verdikleri ya da verebilecekleri yönünde önemli endişeler oluşmuştur. Bu endişeler, veri gizliliği, rekabet, vergilendirme gibi çeşitli alanları kapsamaktadır (Santesteban ve Longpre 2020). Veri gizliliği meselesini aşağıda Cambridge Analytica skandalı kapsamında tartışıyorum. Rekabet ve vergilendirme konusu da oldukça çetrefillidir. Anaakım yaklaşım, platform dünyasını her türlü parlak fikre açık bir saf rekabet alanı olarak tasavvur etmektedir. Öte yandan, yukarıda tartıştığımız gibi, bu sektördeki tekelleşme dinamikleri ortadadır. Son yıllarda, kamuoyunda büyük teknoloji şirketlerinin sınırsız gücüne dair endişeler devlet aktörleri arasında da yankı bulmuş ve çeşitli hukuki, yasal incelemelere konu olmaya başlamıştır. Bu açıdan, gerek ABD’de, gerek AB’de, büyük teknoloji şirketlerinin gücünü sınırlama ve sektörü çeşitli düzenlemelere tabi tutma konusunda bir dizi girişim gerçekleşmiştir (Van Dijck 2020). Bunların bazıları kısmi kazanımlar elde etse, büyük teknoloji şirketlerinin yükselişini dizginleyecek bir düzenleme çerçevesinin oluştuğunu söylemek güç gözükmemektedir. Bunun bir dizi sebebi vardır.

Birincisi, rekabet yasalarına yön veren hukuki çerçevenin büyük teknoloji şirketlerinin iş modellerinin getirdiği yenilikleri tespit edebilecek bir güncellemeden geçmemiş olmasıdır (Birch vd. 2021). Neoklasik rekabet teorisi tarafından şekillendirilmiş rekabet hukuku yasaları tüketici refahına odaklıdır. Yani, rekabet ihlali konusundaki temel kriter, piyasa fiyatlarında tekelleşme durumundan kaynaklı olarak tüketicilerin aleyhine bir durum olup olmadığıdır (Blakeley 2021). Ne var ki, yukarıda tartıştığımız gibi, platformlar tipik olarak bazı hizmetlerini kullanıcılara düşük ücretli ya da ücretsiz olarak sunarlar ve gelirlerini veri ticareti ve reklam gibi alanlardan elde ederler. Dolayısıyla, mevcut hukuki çerçevenin kapsama alanının dışında kalırlar. Bununla bağlantılı ikinci bir nokta ise, platform şirketlerinin iş modellerinin kolay şekilde gözlemlenebilir karar mekanizmalarından müteşekkil olmayıp algoritmaların “kara kutuları” içerisinde saklı olmalarıdır (Brevini ve Pasquale 2020). Söz gelimi, Amazon şirketinin belirli bir ürün için arama yapan kullanıcıya hangi ürünleri, hangi üreticileri, hangi sırayla göstereceği makine öğrenmesi algoritmaları tarafından belirlenir. Burada bazı üreticileri kayırırken bazılarını arka sıralara itme gibi bir usulsüzlüğün olup olmadığını belirlemek kolay değildir. Bu tür meselelerle ilgilenen kurulların söz konusu algoritmaların dilinden anlayabilecek teknik uzmanlar yetiştirmesi ve bu sektör için özelleşmiş düzenleme çerçeveleri geliştirmeleri zaman almaktadır.⁸ Bir diğer nokta, küresel ölçekte hareket eden büyük teknoloji şirketlerinin finansal varlıklarını tipik olarak vergi cennetlerinde tutmalarıdır (Bryan vd. 2017). Bu durum, söz konusu şirketleri vergilendirme konusunda daha güçlü adımlar atmak isteyen ulusal ölçekli aktörleri zor durumda bırakmaktadır. Zira, küresel ölçekte bir düzenleme çerçevesi olmadığı takdirde, söz konusu şirketlerin hesaplarını takip etmek oldukça zordur. Küresel bir düzenleme çerçevesi konusunda çeşitli girişimler olsa da, bunun üzerinde ortaklaşılması ve yürürlüğe sokulması hiç kolay değildir. Denetleme girişimlerini zayıflatan bir diğer neden, büyük teknoloji şirketlerinin halihazırda çok büyük güç

⁸ İngiltere’nin son yıllarda bu yönde önemli adımlar atmakta olduğu not edilmelidir (Gooding 2021)

elde etmiş olmalarıdır (Roderick 2014). 2008 krizinden sonra ABD'deki büyük finansal kuruluşların devlet yardımlarıyla ayakta kalmaları, bu kuruluşlar için “batmak için çok büyük” (too big to fail) ifadesini yaygınlaştırmıştı. Buna benzer şekilde, büyük teknoloji şirketleri söz konusu boşluklardan hızlı bir şekilde yararlanarak, deyim yerindeyse “regüle etmek için çok büyük” statüsüne kavuşmuşlardır (Helberger 2020). Böylesine güç biriktiren şirketler, kendilerini sınırlandırmaya yönelik girişimlere karşı çok yüksek bütçeli lobi faaliyetleri yürütmektedirler (Popiel 2018). Son olarak, yukarıda söz ettiğimiz gibi güvenlik, gözetim, acil durumlar gibi alanlarda büyük teknoloji şirketleri devletle işbirliği yapmakta ve büyük veri becerilerini devlet kurumlarının hizmetine sunmaktadırlar. Bu da, devletin sınırlama girişimlerine karşı büyük teknoloji şirketlerinin elini güçlendirmiştir. Tüm bu nedenlerle, büyük teknolojinin kontrolsüz güç kazanması sürecini yavaşlatmak, durdurmak ya da tersine çevirmek hiç kolay değildir. Yine de, son yıllarda bu konuda önemli girişimler olduğu not edilmelidir.

4. Kültürel Üretim Platformlaşması ve İdeolojik Sonuçlar

Platformlaşmanın kültürel üretim alanındaki yansımaları ve bu yansımaların yarattığı ideolojik sonuçlar bir başka kapsamlı tartışma başlığı oluşturmaktadır. Bunlardan ilki, son 20 yıl içerisinde Facebook, Twitter gibi platform şirketlerinin haber üretimi ve dolaşımı alanında merkezi unsurlar haline gelmiş olmalarıdır (Van Dijck vd. 2018). Günümüzde giderek artan sayıda birey için ana haber alma aracı, gazete ya da televizyon değil, sosyal medyadır. Yirminci yüzyıl boyunca bu alana hükmetmiş olan geleneksel platform dışı medyanın kısa sürede yerinden edilmesi başlı başına önemli gelişmedir. Anaakım yaklaşım, dünya üzerinde milyonlarca kullanıcıyı bir araya getiren sosyal medyanın gerçeğe ulaşma konusunda daha önce mümkün olmayan olanaklar sağladığı; yalan haber, kasıtlı çarpıtma ve sansür gibi uygulamaları etkisizleştirdiği, böylelikle de demokratik bir kamuoyu oluşumuna hizmet ettiği gerekçesiyle bu dönüşümü olumlular. Öte yandan, platformların nötr aracılık iddiası bu başlıkta da oldukça tartışmalıdır. Konunun kamuoyunun gündemine gelmesi açısından dönüm noktası niteliğindeki olay, 2018 yılında patlak veren Cambridge Analytica skandalıdır. Bu olayda, Facebook'un milyonlarca kullanıcının kişisel verilerini, rızalarını almadan söz konusu şirkete verdiği ortaya çıkmıştır. Şirket, bu veriler sayesinde kullanıcıların psikolojik ve siyasi profillerini çıkarmış ve ortaya çıkan sonuçları Donald Trump'ın seçim kampanyasına sağladığı danışmanlık hizmetleri için kullanmıştır. Şirket, benzer bir hizmeti İngiltere'deki Brexit oylaması sırasında da sağlamıştır. Eski bir şirket çalışanının basına verdiği demeçlerle ortaya çıkan skandal sonrasında açılan soruşturma kapsamında CEO Mark Zuckerberg ABD Kongresi'nde ifadeye çağırılmış, Facebook yönetimi kamuoyu önünde özür dilemiş ve Federal Ticaret Komisyonu tarafından gizlilik ihlali gerekçesiyle 5 milyar dolar ceza ödemeye mahkûm edilmiştir (Isaak ve Hanna 2018). Söz konusu olay, sosyal medyada veri güvenliğine dair kaygıları arttırmış ve hâlen süren hararetli tartışmalara yol açmıştır. Konumuz açısından olayın önemi, platformların siyasal tercihleri yönlendirme konusundaki muazzam gücünün ortaya çıkmasıdır. Bir başka deyişle, platformlar yalnızca küresel ekonominin en değerli ve en güçlü aktörleri olmakla kalmayıp medya ve siyaset alanında da belirleyici düzeyde güç biriktirmişlerdir. Büyük veri temelli yeni teknolojiler sayesinde geniş kitlelerin

siyasal ve ideolojik reflekslerini takip etmek, profil çıkarmak ve manipüle etmek mümkün hale gelmiştir. Dahası, bu mekanizmalar, büyük veri ve makine öğrenmesi algoritmalarının “kara kutu”ları içerisine gömülü olmaları sebebiyle son derece opak bir şekilde işlemektedir (Brevini ve Pasquale 2020).

Platformlar kamuoyunu yönlendirme konusunda başka araçları da harekete geçirmektedirler. Bu noktada öne çıkan bir araç, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarının tehlikeli ya da gayrimeşru addettikleri fikirlerin, kuruluşların ya da kişilerin seslerini sınırlama ya da kısma yetkisine sahip olmalarıdır (Van Dijck vd. 2018, 51-54). Böylelikle, platformlar kamuoyunu ilgilendiren çeşitli başlıklarda neyin nasıl tartışılacağını belirleyebilirler. Söz gelimi, Twitter bir dizi tartışmalı başlıkta çeşitli siyasetçilerin, kuruluşların ve onlarla bağlantılı olduğu düşünülen bireysel kullanıcıların hesaplarını sınırlandırma ya da kapatma yoluna gitmiştir. Burada platformlar, teknoliberter ideolojiyle uyumlu bir şekilde kendilerini bireysel özgürlüklerin ve objektif gerçeklerin yanında; tiranlığın, diktatöryel eğilimlerin, yalan haber ve komplo teorilerinin karşısında konumlandıklarını iddia etmektedirler. Öte yandan, platformların neyin meşru, neyin gayrimeşru sayılması gerektiği konusundaki kriterleri şeffaflıktan uzaktır. Meselenin en kritik noktası, yalnızca kriterlerin şeffaflıktan uzaklığı değildir. Daha önemlisi, kamusal tartışmanın yürüdüğü bir mecranın özel bir şirketin tasarrufunda olmasıdır. Bu sorun yalnızca bu meseleyle sınırlı kalmayıp platformların günümüzdeki konumuna dair genel bir sorunun parçası konumundadır. Platformlar, bir dizi kamusal işlevi üstlenmişlerdir fakat kamusal bir denetime tabi değildirler (Boudreau ve Hagiu 2009). Bu, platformların denetimsiz gücünün yaratabileceği sonuçlara dair önemli soru işaretleri uyandırmaktadır.

5. Platformlar, Endüstriyel Örgütlenme ve Emek Süreçleri

Platformların evriminde öne çıkan bir diğer nokta şirketlerin faaliyet alanlarındaki dramatik genişlemedir. Özellikle büyük teknoloji şirketleri genellikle asli alanlarıyla yetinmeyip başka sektörlerle sızrama eğilimindedirler. Bu konuda, Google tipik bir örnek oluşturur. Her ne kadar bir arama motoru olarak ortaya çıkmış olsa da, sonrasında dijital evrenin çok farklı noktalarında hâkimiyet kuran (e-posta, haritalar ve navigasyon, bulut ve ağ hizmetleri vb.) bir yapıya bürünmüştür. Aynı zamanda, sürücüsüz araç, akıllı ev teknolojileri gibi donanımların üretimi alanında da çalışmalar yürütmektedir. Benzer bir desen, çevrimiçi kitap satış sitesi olarak yola çıkan fakat sonrasında her türlü ürünün satıldığı bir e-ticaret platformuna dönüşen, bugünse e-ticaretin yanı sıra, hızlı gıda ve yemek siparişi, elektronik donanım üretimi, sosyal medya sitesi, bulut ve ağ hizmetleri, TV ve film yapımcılığı gibi birbirinden çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren bir dijital dev konumundaki Amazon için de geçerlidir. Böylelikle, bu firmalar yalnızca teknoloji sektöründe faaliyet yürüten firmalar olmaktan çıkarak giderek küresel ekonominin belkemiğini oluşturan “zorunlu geçiş noktaları” haline gelirler (Bassens ve Meeteren 2015). Bu durum, onların veri toplama konusundaki hâkimiyetlerini de pekiştirir. Dolayısıyla, platform evreni bir dizi farklı sektörde faaliyet yürüten çok büyük ölçekli birkaç şirket (büyük teknoloji şirketleri) ile tek bir sektörde faaliyet yürüten ve internet altyapısı konusunda bu büyük şirketlere bağımlı olan sektörel platformlardan müteşekkil iki

parçalı bir görünüm kazanır (Van Dijck 2017). Söz gelimi, Netflix, Airbnb, Uber gibi platformlar tek sektörde yoğunlaşırlar ve coğrafi harita sistemleri, ağ ve bulut hizmetleri gibi alanlarda bu altyapıları sağlayan büyük teknoloji şirketlerine bağımlıdırlar. Anaakım yaklaşımın öne sürdüğünün aksine, platform evreni tüm oyunculara eşit fırsatlar sunan düz bir mecra olmayıp son derece katı bir hiyerarşik yapı sergiler. Bu yapı sektörel hizmet sağlayan çok sayıda küçük ve orta ölçekli platform ile, platform evreninin merkezinde yer alan az sayıda “altyapısal platform” üretir. Büyük teknoloji şirketleri adı verilen şirketler, bu altyapısal platformlardır.

Altyapısal platformlar yalnızca diğer platformlara hükmetmezler. Aynı zamanda, dünya ölçeğinde endüstriyel üretimin ve hizmetlerin örgütlenmesinde de söz sahibi konumdadırlar. Bunun en kapsamlı örneği, Amazon, Microsoft ve Google’ın hakimiyetinde olan ağ ve bulut hizmetleridir. Yakın zamana kadar, irili ufaklı birçok şirket verilerini kendi kurdukları sunucularda ve depolama alanlarında tutmaktaydı ve bu, oldukça maliyetli bir sistemdi. Bugün ise yaygın pratik bu tür işlevlerin profesyonel ağ ve bulut hizmeti sağlayan platformlardan satın alınmasıdır. Bu, şirketlerin söz konusu alandaki maliyetlerini azaltırken, büyük teknoloji şirketlerine bağımlılığı arttırmaktadır. Büyük teknoloji şirketleri, bu yolla aynı zamanda veri kaynaklarını da geliştirmektedirler. Bu alanın son derece kârlı bir alan olduğunu da not etmek gerekir. 2021 itibariyle Amazon Ağ ve Bulut Hizmetleri, şirketin toplam kârının %74’ünü sağlamaktadır (Ali 2022).

Büyük teknoloji şirketlerinin sağladığı yeni teknolojiler, endüstriyel üretimin yapısını da hızla değiştirmektedir. Burada nesnelere interneti, bulut temelli üretim gibi süreçler ön plana çıkmaktadır (Li vd. 2015). Nesnelere interneti, internet teknolojilerinin kişiler arasındaki iletişimin ötesine geçip fiziki teçhizatı da kapsar hale gelmesidir. Bir boyutu, ev içerisinde kullanılan dayanıklı tüketim mallarının internete bağlanmasını sağlayan akıllı ev teknolojileri iken, daha önemli diğer boyutu endüstriyel üretimde kullanılan teçhizatın akıllı sensörler yoluyla internete bağlanmasıdır. Bu yolla, talebe yönelik olarak kendisini konfigüre edebilen modüler üretim bantları tasarlanabilmektedir (Wu vd. 2014). Bu aslında, 1980’den itibaren yaygınlaşmaya başlayan tam zamanında üretim (*just-in-time production*) sisteminin bir üst aşaması olarak görülebilir. Bu yolla, arz ve talep arasındaki dengesizlikler minimize edilebildiği gibi, şirketler emek gücünden de tasarruf edebilmektedir. Bununla bağlantılı bir başka teknoloji ise insan emeği gerektiren bir dizi işin insansız olarak yapılabilmesini sağlamayı hedefleyen yapay zekâ uygulamalarıdır. Yakın gelecekte, lojistikten sağlığa, perakendeden, eğitime birçok farklı sektörün yapay zekâ teknolojileriyle büyük bir dönüşüme uğraması beklenmektedir. Yapay zekâ uygulamaları üretkenliği arttırırken emek piyasalarını alt üst edecek sonuçlar doğurmaları da muhtemel gözükmektedir. Zira emek piyasalarına kapsamlı bir düzenleme gelmediği takdirde, dünya ölçeğinde hatırı sayılır bir kesim istihdam dışı kalarak “artık nüfusa” dahil olacaktır (Korinek ve Stiglitz 2018). Bu durum, bölüşüm dengelerine son derece olumsuz etkilerde bulunacaktır.

İstihdam alanındaki tek değişim dinamiği yapay zekâ destekli otomasyon değildir. Platform ekonomisinin yükselişi beraberinde önemli sonuçları olan yeni istihdam biçimlerinin de yaygınlaşmasını sağlamıştır. Burada en çok öne çıkan süreç, gig ekonomisi ya da Uber adlı mobilite platformu tarafından popülerleştirildiği için

Uberizasyon olarak adlandırılmıştır (Fleming 2017). Bilindiği gibi Uber, taksi hizmetine benzer şekilde, bir yerden bir yere gitmek isteyen kullanıcılarla, kendi aracına sahip olan sürücüleri bir araya getiren ve gerçekleşen ticari işlemde komisyon olarak gelir elde eden bir platformdur. Uber az sayıda teknik ve idari personelini geleneksel biçimlerde istihdam ederken, çok daha büyük sayıdaki sürücüler şirketin çalışanları konumunda değildirler. Uber, sürücüleri “iş ortağı” olarak adlandırmayı tercih eder. Uber, bir anlamda, kendi araçlarına sahip sürücülerden hizmet satın alır. Uber, bu istihdam biçimini paylaşım ekonomisinin bir örneği olarak lanse eder. Buna göre, platform boş vakti olan araç sahiplerinin ek gelir elde etmesini sağlayan bir sistem kurmuştur. Sürücüler kendi hesaplarına çalıştıkları için mesailerini diledikleri gibi ayarlama şansına sahiptirler. Sürücü puanlama sistemi sayesinde kullanıcıların hizmet kalitesi de güvenceye altına alınmış olur. Dolayısıyla, ilk bakışta, tüm tarafların çıkarına olan bir birliktelik söz konusu gibidir. Daha yakından bakıldığında ise, bir dizi problemler ortaya çıkmaktadır. Uber, bu “iş ortaklığı” sayesinde platformu kullanan sürücülere doğrudan bir ücret ödemediği gibi sigorta da yapmaz. Böylelikle önemli bir masraf kaleminden kurtulur. Yine bu sayede, kaza vb. durumlardan oluşabilecek zararları sürücülerin üzerine yıkmış olur. Benzer şekilde, “iş ortağı” olarak çalışan sürücüler formal olarak istihdam edilen emekçilerin sahip olduğu sendikal haklara da sahip değildirler. Aslına bakılırsa, “iş ortaklığı” gibi süslü adların arkasına gizlense de söz konusu olan herhangi bir güvence içermeyen bir tür parça başı iş modelidir (Dazzi 2019)). Uber’in öncülüğünde başlayan bu model, sonrasında diğer platformlar tarafından da özellikle lojistik alanında benimsenecektir. Bugün, Amazon vb. e-ticaret platformları dağıtım işlerini bu model üzerine bina etmektedirler. Kuryeler, kendi adlarına şirket kurup kendi araçlarıyla ilgili e-ticaret firması adına dağıtım yapmakta ve parça başı ücret almaktadırlar. Sonuç, tipik olarak esneklik adı altında daha uzun çalışma saatleri, daha fazla iş baskısı ve risklerin kuryeler üzerine yıkılmasıdır.⁹

Söz konusu uygulamaların emek karşıtı özü kısa süre içerisinde fark edilmiş ve bu sektörlerde çalışanlar sıklıkla fiili eylemler yoluyla hakların aramaya girişmişlerdir. Gig ekonomisine karşı mücadele, son yıllarda dünya çapında emek cephesinin en hareketli olduğu alanlar arasındadır. Özellikle Amazon, bu tür yoğun emek mücadelelerine sahne olan şirketler arasında başı çekmektedir (Kaun vd. 2020). Platform kapitalizminin gündeme getirdiği bu tür yeni istihdam biçimleri ABD’yle sınırlı olmayıp dünya ölçeğinde yaygınlaşmakta ve emek süreçlerinin kalıcı bir parçası haline gelmektedir. Türkiye’de de son yıllarda özellikle e-ticaret alanında yükselen bir dizi platformla birlikte benzer emek süreçleri yaygınlaşmaktadır. E-ticaret firmalarının kendi lojistik ağlarını yaratırken takip ettikleri “esnaf kurye” modeli, tam olarak gig ekonomisine tekabül etmektedir. E-ticaret şirketlerinin özellikle pandemiyle birlikte olağanüstü bir hızla büyümeleri, bu firmaların lojistik ağlarının da hızla genişlemesine, dolayısıyla da kurye sayısının son derece hızlı bir şekilde artmasına neden olmuştur. Bu durum esnaf kurye sisteminin sorunlarının da hızla görünür olmasına yol açmış ve 2022 yılının hemen başında kuryelerin ücretlerin yükseltilmesi ve çalışma şartlarının iyileştirilmesi amacıyla başlattıkları kontak

⁹ Ken Loach’un 2019 tarihli “Üzgünüz size ulaşamadık” adlı filmi gig ekonomisinin yarattığı toplumsal ve bireysel tahribatı çarpıcı bir şekilde resmetmektedir.

kapatma eylemleri son yılların en çok ses getiren işçi hareketlerinden biri haline gelmiş ve kuryeler açısından önemli kazanımlarla sonuçlanmıştır (Polat 2022). Bu durum, hem söz konusu emekçi kesimlerin üzerindeki basınca hem de modelin kapsamına dair fikir vericidir.

Platform kapitalizminin emek süreçlerine etkisinin bir diğer vechesi de emeğin algoritmik kontrolü adı verilen disiplin yöntemleridir (Kellogg vd. 2020). Bunlar, sensörler ve büyük veri algoritmaları yardımıyla işçilerin her hareketini gözetim altında tutmayı ve üretkenliği maksimize etmeyi hedefleyen yöntemlerdir. Büyük teknoloji şirketlerinin başını çektiği bu disiplin stratejileri konusunda Amazon depoları başı çekmektedir. Burada birkaç noktanın vurgulanması gerekir. Öncelikle, bu yöntemler hem gig ekonomisinde hem de geleneksel istihdam biçimlerinde uygulanmaktadır. İkincisi, bu yöntemler büyük teknoloji şirketlerinde ortaya çıkmış olsa da, endüstrinin geneline yayılma eğilimindedirler. Ortaya çıkan sonuç, işçilerin tuvalet molalarının dahi algoritmaların iznine tabi olduğu, iş süreçlerinin insanlık dışı bir tempoda seyrettiği ve işçilerin birer robotmuş gibi muamele edildikleri bir durumdur. Bazı yorumcular, bu yöntemleri dijital Taylorizm olarak nitelendirmektedirler (Cole vd. 2020). Özetle, platformların yükselişi emek süreçlerinde radikal ve kalıcı dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Platformların dünya ekonomisindeki pozisyonları dikkate alındığında, bu gelişmelerin niş sektörlerde rastlanan marjinal uygulamalar olmayıp dünya ölçeğinde önemli toplumsal sonuçları olacağını öngörmek zor olmayacaktır.

6. Platformlar ve Kentsel Süreçler

Platformların yükselişinin etkilerini hissettirdiği bir diğer alan da kentsel süreçler ve kent yönetimidir. Küresel ölçekte belirleyici güç kazanan büyük teknoloji şirketlerinin kentsel ölçeğe de sirayet etmesi de sürpriz değildir. Burada öne çıkan bazı tartışmalardan söz etmek mümkündür. Bunlardan biri, son yıllarda şehircilik kuramında ve uygulamalarında öne çıkan “platform şehirciliği” kavramıdır (Leszczynski 2020). Platform şehirciliği, basitçe dijital teknolojilerin ve platformların sağladığı yenilik ve çözümlerin kent planlanmasına ve kent vizyonuna dahil edilmesini ifade eder. Nüfus artışı, çevre kirliliği, enerji sarfiyatı vb. konularda ortaya çıkan kent sorunlarının ancak platformlar tarafından sağlanan kentsel altyapılar tarafından çözülebileceği görüşü platform şehirciliği paradigmasının temel argümanını oluşturur (Rodgers ve Moore 2020). Ne var ki, platformların kent ölçeğinde yarattıkları dönüşümler devlet, piyasalar ve yurttaşlar arasındaki ilişki biçimlerinde kapsamlı dönüşümler yaratırlar. Bu dönüşümler, platformlara kentsel yönetim alanında bir tür ücretsiz geçiş hakkı sağlarken, hesap verilebilirlik ve denetlenebilirlik konularında çözümü zor sorunlara yol açarlar (Sadowski 2020).

Bu sorunların temelinde platformların kentsel mekanla kurduğu ilişkinin ikili niteliği bulunmaktadır. Özü itibarıyla “sanal” dünyada varlık gösteren dijital platformlar, maddi coğrafyadan azade gibi görünürler. Ne var ki, ürettikleri ürün ve hizmetler son derece maddi sonuçlar doğurur (Graham 2020). Platformlar ve platformlar tarafından harekete geçirilen dinamikler, milyarlarca insanın yaşadığı kentsel coğrafyalara belirleyici müdahalelerde bulunmaktadır. Söz gelimi, Amazon şirketinin tedarik zinciri birçok kentin üretim, ticaret ve depolama ağlarında hatırı sayılır

düzye de dönüşümlere yol açmıştır. Benzer şekilde, Uber uygulaması, kentlerin ulaşım ağında güçlü bir aktör olarak ortaya çıkmıştır. Buna karşın, platformların ana merkezleri tipik olarak kentsel yönetişimin menziline ötesindedir. Herhangi bir kentte yerel aktörlerin katılımına ihtiyaç duyulan bir konunun muhatabı olarak görülüp masaya oturtulmaları tipik olarak mümkün değildir. Bu nedenle, denetlenmeleri son derece güçtür.

Bu tartışmayı somutlamak için, platformların genel olarak şehir hayatı ile kiralık ve satılık konut piyasaları ve diğer kentsel süreçler üzerindeki etkilerini ele alabiliriz. Bu alanda en çok tartışılan platformlar, Airbnb benzeri konaklama hizmeti sunan platformlardır. Bu tür konaklama uygulamaları, platformların genel mantığıyla uyumlu biçimde, konaklama ihtiyacı olan kullanıcılarla evindeki boş odasını kiralarak gelir elde etmek isteyen kullanıcıları bir araya getirir. Böylelikle, bu hizmetin kurumsal taşıyıcıları olan oteller devreden çıkarılarak, arz ve talep doğrudan kullanıcılar düzeyinde bir araya getirilmiş olur. Anaakım yaklaşım, bu tür platformları da paylaşım ekonomisinin yüceltilen erdemlerinin taşıyıcısı olarak resmeder. Kullanıcılar, sektörün kurumsal aktörleri olan otellerden daha geniş ve yerel tonları daha belirgin bir portfolyoya erişim sağlamış olurlar ve puanlama sistemi kaliteyi garanti eder. Ev sahipleri ise evlerindeki kullanılmayan odaları bir mali varlığa ve gelir kapısına dönüştürmüş olurlar. Dolayısıyla, yine tüm tarafların yararına olan bir kazan-kazan senaryosu söz konusu gibidir. Ne var ki, bu tür uygulamaların özellikle konut piyasaları üzerinde muazzam boyutlarda etkisi olduğu görülmektedir. Airbnb'nin yaygınlaşmasıyla birlikte özellikle turistik şehirlerde uygulama bir ölçüde "profesyonelleşme"ye başlamıştır. Yani, bazı kullanıcılar evlerindeki boş odayı kiralama durumunun ötesine geçip konutları platform üzerinden kiralamak amacıyla kullanmaya başlamışlardır. Bazı yerlerde ise yalnızca bu amaçla ev satın alan (ya da kiralaayan), döşeyen ve işleten şirketler ortaya çıkmışlardır. Bu durum, özellikle merkeze ve turistik bölgelere yakın yerleşim bölgelerinde konut fiyatlarını ve kiralari yükseltmiş ve zaman zaman geleneksel sakinlerin semt dışına itilmesine neden olmuştur (Garcia Lopez vd. 2020). Yerleşim bölgesi olarak planlanmış semtlerin giderek ticarileşmesi ve turizme açılması kent açısından bir dizi problem yaratmaktadır. Özellikle, Barcelona, Paris gibi popüler şehirlerde yaşanan "aşırı turizm" olgusu, kent sakinlerini rahatsız edici boyutlara ulaşmış, zaman zaman turizm karşıtı toplumsal hareketlere yol açmıştır (Hughes 2018). Hatta, yerel yönetimler, bu tür platformların faaliyetlerini vergileme ya da düzenleme yolunda girişimlerde bulunmuşlardır (Nieuwland ve van Melik 2020). Dolayısıyla, masum görünen paylaşım ekonomisinin kentsel ayrışma, kentsel dışlanma, erişilebilirlik açısından önemli sorunlar yarattığı ortadadır.

7. Sonuç

Bu makalede dijital platformların son yıllarda hızla yükselişini platform kapitalizmi ya da platform toplumu kavramlarıyla ele alan literatüre dair bir değerlendirme sundum. Bu amaçla, ilk olarak platformların yükselişinin arkasındaki faktörlere dair tartışmada öne çıkan anaakım yaklaşım ve eleştirel yaklaşımı irdeledim. Bunun ardından, platformlaşmanın çeşitli alanlarda yarattığı kapsamlı etkileri değerlendiren yazına dair bir tasnif önerisi sundum. Burada, siyaset alanı, kültürel

üretim alanı, endüstriyel örgütlenme ve emek süreçleri ile kentsel süreçler olmak üzere dört temel alan belirleyerek her bir alanda söz konusu yaklaşımları kuramsal önkabulleri, temel argümanları ve siyasi içerimleriyle değerlendirdim. Bu değerlendirme, neoklasik iktisat kuramının ve teknoliberalter ideolojinin belirlenimi altındaki anaakım yaklaşımın platform kapitalizminin yükseliş dinamikleri konusundaki analitik çerçevesinin yetersiz, bunlar üzerine inşa ettiği gelecek tahayyülünün ise temelsiz olduğuna işaret etmektedir. Bilim teknoloji ve toplum çalışmaları, eleştirel ekonomi politik ve eleştirel medya çalışmalarının kuramsal girdilerinden beslenen eleştirel yaklaşım çok daha sofistike bir açıklayıcı çerçeve sunduğu gibi platform kapitalizmini tarihsel olarak bir süreklilik bağlamına oturtma, dönüşüm dinamiklerine ışık tutma ve mevcut ya da muhtemel tehlikelere işaret etme konusunda daha yetkin bir anlayış ortaya koymaktadır.

Eleştirel yaklaşımın üstünlüğünü vurgularken, bunun her türlü teknolojik yeniliğe bir tür radikal şüphecilikle yaklaşmak anlamına gelmediğinin altını çizmek gerekmektedir. Buradaki eleştirelilik, teknolojinin kendisiyle ilgili olmaktan çok teknolojinin çağdaş kapitalizmin ekonomi politik yasallıklarına tâbi olması ve onu yeniden üretmesiyle ilgilidir. Söz konusu olan teknoloji karşıtlığından ziyade, teknolojinin kamusal çıkarlar uğruna işe koşulduğu bir alternatif gelecek tahayyülünün gerekliliğidir.¹⁰

Platform kapitalizmine dair tartışmalar, söz konusu dönüşümlerin Türkiye'deki izdüşümlerine dair çalışmalar açısından da bir yol haritası niteliği taşımaktadır. Bu minvalde özellikle öne çıkan bazı temalardan söz edilebilir. Bunlardan ilki, Türkiye menşeli platformların evrimi ve ülke ekonomisi içerisindeki konumudur. Sosyal medya, arama motoru, navigasyon hizmeti gibi alanlarda Türkiye pazarı küresel ölçekte faaliyet yürüten büyük teknoloji şirketlerinin hâkimiyeti altındadır. Ne var ki, son yıllarda Türkiye menşeli platformların bazı sektörlerde belirgin bir yükseliş trendi içerisinde olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, özellikle Covid-19 pandemisiyle birlikte ivmelenen e-ticaret alanıdır. Türkiye'de e-ticaretin toplam ticarete oranı 2019'da %9,8'den 2020'de %15,7'ye sıçramıştır. Burada az sayıda firma pazarda belirleyici bir hakimiyet kurmuştur (Yeşilbağ 2022). Öne çıkan bir başka alan oyun platformlarıdır. Peak Games ve Dream Games adlı firmalar 2020 yılı itibarıyla *unicorn*¹¹ statüsüne kavuşmuşlardır. Söz konusu yükselişin ardındaki dinamiklerin ve yarattığı sonuçların küresel örüntülerle karşılaştırmalı bir şekilde analiz edilmesi literatüre önemli katkılar sunacaktır.

Yukarıda tartışılan gig ekonomisi ve Türkiye'ye yansımaları, özellikle de “esnaf kurye” uygulamaları, yakından araştırılmayı bekleyen bir diğer önemli alandır. Esnaf kurye uygulamalarının niceliksel kapsamı, söz konusu istihdam havuzunun niteliği, sınıf kültürü açısından sonuçları ve bu istihdam tipinin yaygınlaşmasıyla görülen çatışma dinamiklerine yönelik çalışmalar, emek çalışmaları açısından önemli bulgular ortaya koyma potansiyeline sahiptir.

¹⁰ Bu açıdan, platform sosyalizmi tartışmaları son derece ufuk açııcıdır (Hrynyshyn, 2021).

¹¹ Teknoloji dünyasında, piyasa değeri 1 milyar doların üzerine çıkan startuplar *unicorn* olarak nitelendirilmektedir.

Sosyal medyanın gazete ve televizyon haberciliğine etkilerinin, yarattıkları olanaklar ve kısıtların platform çalışmalarının bir diğerk önemli izleğini oluşturduğunu ifade etmiştik. Platform çağında Türkiye haber medyasının dönüşümü bu açıdan değerlendirilmeyi bekleyen bir diğerk önemli araştırma güzergahıdır. Bu tür bir genel değerlendirmenin yanı sıra, son yıllarda etkisi giderek artan doğrulama platformlarının mali kaynakları, büyük teknoloji şirketleriyle bağlantıları, kamuoyunu yönlendirme güçleri ve beraberinde getirdikleri etik sorunlar da öne çıkan tartışma konuları arasındadır. Bu başlıklara dair eleştirel yaklaşımın rehberliğinde yapılacak çalışmalar platform çalışmaları yazınının gelişmesine önemli katkılar sunacaktır.

Kaynakça

- Akçoraoğlu, Alpaslan. 2019. “‘Yeni Kapitalizm’ Teorileri, Dijital Devrim ve Türkiye Kapitalizmi”. *Mülkiye Dergisi* 43 (3): 525-75.
- Ali, Aran. 2022. “AWS: Powering the Internet and Amazon’s Profits”. *Visual Capitalist*. 10 Temmuz 2022. <https://www.visualcapitalist.com/aws-powering-the-internet-and-amazons-profits/>.
- Bassens, David, ve Michiel Van Meeteren. 2015. “World Cities under Conditions of Financialized Globalization: Towards an Augmented World City Hypothesis”. *Progress in Human Geography* 39 (6): 752-75.
- Birch, Kean. 2020. “Automated Neoliberalism? The Digital Organisation of Markets In Technoscientific Capitalism”. *New Formations* 100 (100-101): 10-27.
- Birch, Kean, ve D. T. Cochrane. 2022. “Big Tech: Four Emerging Forms of Digital Rentiership”. *Science as Culture* 31 (1): 44-58.
- Birch, Kean, DT Cochrane, ve Callum Ward. 2021. “Data as Asset? The Measurement, Governance, and Valuation of Digital Personal Data by Big Tech”. *Big Data & Society* 8 (1): 1-15.
- Blakeley, Grace. 2021. “The Big Tech Monopolies and the State”. *Socialist Register* 57: 100-111.
- Boudreau, Kevin J., ve Andrei Hagiu. 2009. “Platform Rules: Multi-Sided Platforms as Regulators”. İçinde *Platforms, Markets and Innovation*, editör Annabelle Gawer. Edward Elgar Publishing.
- Boyer, Robert. 2021. “Platform capitalism: a socio-economic analysis”. *Socio-Economic Review*, 18(1): 1-23.
- Brevini, Benedetta, ve Frank Pasquale. 2020. “Revisiting the Black Box Society by Rethinking the Political Economy of Big Data”. *Big Data & Society* 7 (2).
- Bryan, Dick, Michael Rafferty, ve Duncan Wigan. 2017. “Capital unchained: finance, intangible assets and the double life of capital in the offshore world”. *Review of International Political Economy* 24 (1): 56-86.
- Cole, Matthew, Hugo Radice, ve Charles Umney. 2021. “The Political Economy of Datafication and Work: A New Digital Taylorism?” *Socialist Register*, 23: 78-99.
- Dahlberg, Lincoln. 2010. “Cyber-Libertarianism 2.0: A Discourse Theory/Critical Political Economy Examination”. *Cultural Politics* 6 (3): 331-56.
- Davis, Gerald F. 2016. “Can an Economy Survive Without Corporations? Technology and Robust Organizational Alternatives”. *Academy of Management Perspectives* 30 (2): 129-40.
- Dazzi, Davide. 2019. “Gig Economy in Europe”. *Italian Labour Law E-Journal* 12 (2): 67-122.
- Durand, Cédric, ve William Milberg. 2020. “Intellectual monopoly in global value chains”. *Review of International Political Economy* 27 (2): 404-29.

- Evans, David S., ve Richard Schmalensee. 2016. *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Harvard Business Review Press.
- Feiner, Alex, ve Lauren Sherman. t.y. "Amazon, Microsoft and Alphabet Went on a Buying Spree in 2021 despite D.C.'s Vow to Take on Big Tech". CNBC. Erişim 23 Eylül 2022. <https://www.cnbc.com/2022/01/22/amazon-microsoft-alphabet-set-more-deals-in-2021-than-last-10-years.html>.
- Ferguson, Andrew Guthrie. 2017. *Rise of Big Data Policing, The: Surveillance, Race, and the Future of Law Enforcement*. *Rise of Big Data Policing, The*. New York University Press.
- Fernandez, Rodrigo, Ilke Adriaans, Tobias John Klinge, ve Reijer Hendrikse. 2020. "Engineering Digital Monopolies. The Financialisation of Big Tech". Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen.
- Fernandez, Rodrigo, ve Reijer Hendrikse. 2020. "Offshore Finance". İçinde *The Routledge International Handbook of Financialization*. Routledge: 224-237.
- Fleming, Peter. 2017. "The Human Capital Hoax: Work, Debt and Insecurity in the Era of Uberization". *Organization Studies* 38 (5): 691-709.
- Fourcade, Marion, ve Kieran Healy. 2016. "Seeing like a Market". *Socio-Economic Review* 15(1): 9-29.
- Garcia-López, Miquel-Àngel, Jordi Jofre-Monseny, Rodrigo Martínez-Mazza, ve Mariona Segú. 2020. "Do Short-Term Rental Platforms Affect Housing Markets? Evidence from Airbnb in Barcelona". *Journal of Urban Economics* 119 (Eylül).
- Gooding, Matthew. 2021. "UK Experts Call for More Joined-up Tech Regulation". *Tech Monitor* (blog). 25 Kasım 2021. <https://techmonitor.ai/policy/uk-tech-regulation-chris-philp-digital-markets-act>.
- Graham, M. (2020). Regulate, replicate, and resist—the conjunctural geographies of platform urbanism. *Urban Geography*, 41(3), 453-457.
- Greenstein, Shane. 2015. *How the Internet Became Commercial: Innovation, Privatization, and the Birth of a New Network*. Princeton University Press.
- Gruin, Julian. 2019. "Financializing Authoritarian Capitalism: Chinese Fintech and the Institutional Foundations of Algorithmic Governance". *Finance and Society* 5 (2): 84-104.
- Güngen, Ali Rıza, ed. 2022. *Praksis: Dijital Kapitalizm Dedikleri*. C. 59. Ankara: Dipnot.
- Harvey, David. 1985. *The Urbanization of Capital: Studies in the History and Theory of Capitalist Urbanization*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Heeks, Richard. 2017. "Decent Work and the Digital Gig Economy: A Developing Country Perspective on Employment Impacts and Standards in Online Outsourcing, Crowdwork, Etc". SSRN Scholarly Paper ID 3431033. Rochester, NY: Social Science Research Network.

- Helberger, Natali. 2020. "The Political Power of Platforms: How Current Attempts to Regulate Misinformation Amplify Opinion Power". *Digital Journalism* 8 (6): 842-54.
- Hendrikse, Reijer, Ilke Adriaans, Tobias J. Klinge, ve Rodrigo Fernandez. 2021. "The Big Techification of Everything". *Science as Culture* :1-13.
- Hrynshyn, D. (2021). Imagining Platform Socialism. *Socialist Register*, 57: 166-183.
- Hughes, Neil. 2018. "'Tourists go home': anti-tourism industry protest in Barcelona". *Social Movement Studies* 17 (4): 471-77.
- Isaak, Jim, ve Mina J. Hanna. 2018. "User Data Privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and Privacy Protection". *Computer* 51 (8): 56-59.
- Jia, Lianrui, ve Dwayne Winseck. 2018. "The Political Economy of Chinese Internet Companies: Financialization, Concentration, and Capitalization". *International Communication Gazette* 80 (1): 30-59.
- Kaun, Anne, Julia Velkova, Salla-Maaria Laaksonen, Alessandro Delfanti, Alexis Logsdon, Fredrik Stiernstedt, Tuukka Lehtiniemi, ve Minna Ruckenstein. 2020. "In The Shadows Of The Digital Economy: The Ghost Work Of Infrastructural Labor". *AoIR Selected Papers of Internet Research*, Ekim.
- Kellogg, Katherine C., Melissa A. Valentine, ve Angèle Christin. 2020. "Algorithms at Work: The New Contested Terrain of Control". *Academy of Management Annals* 14 (1): 366-410.
- Kenney, Martin, ve John Zysman. 2016. "The Rise of the Platform Economy". *Issues in Science and Technology* 32 (3): 61-69.
- . 2020. "The platform economy: restructuring the space of capitalist accumulation". *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 13 (1): 55-76.
- Korinek, Anton, ve Joseph E. Stiglitz. 2018. "Artificial Intelligence and Its Implications for Income Distribution and Unemployment". İçinde *The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda*, 349-90. University of Chicago Press.
- Kuş, Oğuz, ed. 2021. *Algoritmaların Gölgesinde Toplum ve İletişim*. Ankara: Alternatif Bilişim.
- Leszczynski, Agnieszka. 2020. "Glitchy Vignettes of Platform Urbanism". *Environment and Planning D: Society and Space* 38 (2): 189-208.
- Li, Shancang, Li Da Xu, ve Shanshan Zhao. 2015. "The Internet of Things: A Survey". *Information Systems Frontiers* 17 (2): 243-59.
- Nieuwland, Shirley, ve Rianne van Melik. 2020. "Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals". *Current Issues in Tourism* 23 (7): 811-25.
- Orhangazi, Özgür. 2019. "The role of intangible assets in explaining the investment-profit puzzle". *Cambridge Journal of Economics* 43 (5): 1251-86.

- Plantin, Jean-Christophe, Carl Lagoze, Paul N Edwards, ve Christian Sandvig. 2018. "Infrastructure Studies Meet Platform Studies in the Age of Google and Facebook". *New Media & Society* 20 (1): 293-310.
- Polat, Ali Can. 2022. "Trendyol Express işçilerinin kazanımı diğer şirketlerin çalışanlarına örnek oldu". 28 Ocak 2022. <https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/trendyol-express-iscilerinin-kazanimi-diger-sirketlerin-calisanlarina-ornek-oldu-1903388>.
- Popiel, Pawel. 2018. "The Tech Lobby: Tracing the Contours of New Media Elite Lobbying Power". *Communication, Culture and Critique* 11 (4): 566-85.
- Pymnts. 2022. "Amazon's All-Time High US ECommerce Share: 56.7%". 14 Mart 2022. <https://www.pymnts.com/news/retail/2022/amazons-share-of-us-ecommerce-sales-hits-all-time-high-of-56-7-in-2021/>.
- Rahman, K. Sabeel, ve Kathleen Thelen. 2019. "The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism". *Politics & Society* 47 (2): 177-204.
- Rikap, Cecilia. 2021. *Capitalism, Power and Innovation: Intellectual Monopoly Capitalism Uncovered*. London: Routledge.
- Roderick, Leanne. 2014. "Discipline and Power in the Digital Age: The Case of the US Consumer Data Broker Industry". *Critical Sociology* 40 (5): 729-46.
- Rodgers, Scott, ve Susan Moore. 2020. "Platform phenomenologies: Social media as experiential infrastructures of urban public life". İçinde *Urban Platforms and the Future City*. Routledge.
- Sadowski, Jathan. 2020. "Cyberspace and cityscapes: on the emergence of platform urbanism". *Urban Geography* 41 (3): 448-52.
- Santesteban, Cristian, ve Shayne Longpre. 2020. "How Big Data Confers Market Power to Big Tech: Leveraging the Perspective of Data Science". *The Antitrust Bulletin* 65 (3): 459-85.
- Srnicek, Nick. 2017. *Platform Capitalism*. John Wiley & Sons.
- Statista. 2022. "Global Cloud Infrastructure Market Share 2022". Statista. 2022. <https://www.statista.com/statistics/967365/worldwide-cloud-infrastructure-services-market-share-vendor/>.
- Van Dijck, José. 2020. "Governing Digital Societies: Private Platforms, Public Values". *Computer Law & Security Review* 36 (Nisan).
- Van Dijck, José van, Thomas Poell, ve Martijn de Waal. 2018. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Wacquant, Loïc. 2009. *Punishing the Poor: The Neoliberal Government of Social Insecurity*. Duke University Press.
- Wang, Wei, Huiying Xu, ve Yixuan Liu. 2022. "Platform Ruralism: Digital Platforms and the Techno-Spatial Fix". *Geoforum* 131 (Mayıs): 12-19.
- Winseck, Dwayne. 2011. "The Political Economies of Media and the Transformation of the Global Media Industries". İçinde *The Political Economies of Media: The*

Transformation of the Global Media Industries, editör Winseck, Dwayne ve Jin, Dal Yong, 3-48. London: Bloomsbury Publishing.

Wu, Dazhong, David W. Rosen, Lihui Wang, ve Dirk Schaefer. 2014. "Cloud-Based Manufacturing: Old Wine in New Bottles?" *Procedia CIRP, Variety Management in Manufacturing*, 17 (Ocak): 94-99.

Yeşilbağ, M. (2022). New Geographies of Platform Capitalism: The Case of Digital Monopolization in Turkey. *Big Data & Society*, 9(2): 1-14.

Zuboff, Shoshana. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Profile Books.