

KAPİTALİZM VE ENFORMASYON ÇAĞI

Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi

Editörler

Robert W. McChesney

Ellen Meiksins Wood

John Bellamy Foster



epos

Robert W. McChesney; Madison Wisconsin Üniversitesi'nde gazetecilik eğitimi vermektedir. *Medya ve Demokrasi* (Mass Media and Democracy) ve *Küresel Medya: Şirketleşmiş Kapitalizmin Yeni Misyonerleri* (The New Missionaries of Corporate Capitalism-1997, Edward S. Herman ile birlikte) adlı kitabın yazarları arasındadır.

Ellen Meiksins Wood; York Üniversitesi'nde (Toronto-Kanada) Siyaset Bilimi profesörüdür. 1985 yılında yayımlanan "*Sınıftan Kaçış-The Retreat from Class*" (Akış Yay.) adlı çalışması Marksizme ilişkin inancı ve onu ağır zamanlarda savunmaya ayrılmıştır. Yazarın *Kapitalizmin Kökeni* (Epos Yay. - 2003), *Sermaye İmparatorluğu - Empire of Capital* (Verso-2003) (Yayınevimiz tarafından Mart 2004'de yayınlanacaktır).

John Bellamy Foster; Oregon Üniversitesi'nde Sosyoloji profesörüdür. ABD'de yayınlanan *Monthly Review* dergisinin yazarları editörleri arasındadır. Türkçe'ye çevrilen kitapları şunlardır: *Marx'ın Ekolojisi: Materyalizm ve Doğa* (Epos Yay. - 2002), *Savunmasız Gezegen: Çevrenin Kısa Ekonomik Tarihi* (Epos Yay. - 2002), *Marksizm ve Post-modern Gündem* (Ortak yazarlı, Ütopya Yay.-2001).



EPOS YAYINLARI-18
Araştırma-İnceleme

Editörler

Robert McChesney,
Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster

KAPİTALİZM VE ENFORMASYON ÇAĞI
Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi

İngilizceden Çevirenler
Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın

Yayıma Hazırlayan:
M. Serdar Kayaoğlu

Kitabın Orijinal Adı:
CAPITALISM and the INFORMATION AGE
*The Political Economy
of the Global Communication Revolution*

©Monthly Review Press, 1999

©Bu kitabın Türkçe yayın hakları Epos Yayınları'na aittir.

Düzeltili:
Gültekin Koçuşağı

Kapak Tasarımı:
Memik Kayaoğlu

Dizgi ve Baskı Öncesi Hazırlık:
Sevda Öztekin

Baskı ve Cilt:
Başak Matbaası (0.312) 384 27 61

Birinci Baskı, Ankara 2003
ISBN: 975-6790-22-9

EPOS YAYINLARI

GMK Bulvarı 60/20 (06570) Maltepe-Ankara.Tel.Fax: (0.312) 232 14 70 - 229 98 21

KAPİTALİZM
VE
ENFORMASYON ÇAĞI
Küresel İletişim
Devriminin Politik Ekonomisi

Editörler

Robert McChesney
Ellen Meiksins Wood
John Bellamy Foster



Çocuklarımızı Satıyoruz: Kanal Bir Ve Eğitim Politikası <i>Michael W. Apple</i>	161
İş Hayatı, Yeni Teknoloji Ve Kapitalizm <i>Peter Meiksins</i>	177
Kanada Telekomünikasyonunda Neo-Liberalizmle Savaşmak <i>Elaine Bernard Ve Sid Shniad</i>	193
Propaganda Ve Kamusal Aklın Kontrolü <i>Noam Chomsky</i>	209
Propaganda Modeline Dönüş <i>Edward S. Herman</i>	223
Demokrasi Ve Yeni Teknolojiler <i>Ken Hirschkop</i>	241
Enformasyon Teknolojisi Ve Sosyalist Öz-Yönetim <i>Andy Pollack</i>	253
Yazarlar Hakkında	271

KÜRESEL İLETİŞİMİN POLİTİK EKONOMİSİ

Robert W. McCHESNEY

*Çoğunluğun iletişim kurması birkaç
kişi tarafından engellenemez.
Eduardo Galeano*

Yaşadığımız çağa politik, toplumsal ve ekonomik açıdan hâkim olan sistem *küreselleşmedir*. Küreselleşme kavramı genellikle, ulusüstü alanda yapılanan kapitalizmin açıklanmasında temel bir öneme sahiptir. Ancak bu önem, sadece ürün ve hizmete dayalı ticaretle değil, sermaye akışı, para ve finansal kaynakların dolaşımı ile de bağlantılıdır. Ve esasen küreselleşmenin dünya genelindeki hâkim oyuncularını, on yıldan fazla bir süreden beri ulusal sınırların ötesindeki pazar ve üretimi bütünleştiren birkaç yüz şirkettir.

Küreselleşmenin yaygınlaşması abartılmamalıdır; önemli bir yere sahip olsa bile, hızla gelişen ve değişen ancak karmaşık ve istikrarsız olan dünya kapitalist sistemi içindeki diğer birçok eğilimden birisidir. Örneğin, dünya çapındaki yatırımcılar, yöneticiler, işçiler ve pazarlarla birlikte “devletsiz” süper güce sahip ulusüstü şirketlerin yaratılmasına dönük çabalara rağmen, lider kapitalist ulus devletler ve bölgeler arasında giderek artan bir rekabet de göze çarpmaktadır. Bu durum, birbiriyle uyumlu ve bütünleşmiş dünya pazarının şimdiye dek hiç görülmemiş varlıklı bir kesimi ortaya çıkaracağı önermesini gündeme getirmektedir. Gerçekte küreselleşme ile kastedilen şey, etkin ve geçerli bir ekonominin temel ilkeleri olarak, kâr maksimizasyonuna, serbest mal ve sermaye akışına dönük asgari düzenlemeyi öngören neo-liberal ekonomik

politikalarından başka bir şey değildir. Ulus devlet hâlâ önemli bir yere sahip olsa da çok daha geniş bir ölçekte ilerleyen bir diğer unsur olarak firmaların çıkarları söz konusudur.

Küreselleşme sürecinin nasıl geliştiği ya da nasıl oluştuğu ile ilgili bazı başlıkların politik yansımalarıyla birlikte geniş bir politik spektrum dahilinde tartışılması oldukça anlamlıdır. Küreselleşmeye dönük eleştirilerin birçoğuna göre bu eğilim büyük ve zengin şirketlerin iş gücü piyasasını, çevrecileri, yoksul halkı, yani kısacası hemen herkesi bölüp kaderlerini kontrol ederek gerçekleştirdiği bir süreçtir. Pek çok eleştirmen, küreselleşmenin ulusal hükümetleri, küresel düzlemde hareket imkânı bulan sermayenin çıkarlarına itaat etmeye ya da ekonomik zulümle yüzleşmeye zorladığını ve bu nedenle de anti demokratik olduğunu iddia etmektedir. Kısacası, topluma ait karar alma süreçleri halktan yalıttır ve pazarın yetkisi dahilinde işletilir. *Küreselleşme* sürecine ilişkin bazı tartışmaların yanıltıcı olmasının ötesinde, temeli kapitalizm düşüncesinde aranması gereken bir eğilim olarak küreselleşmenin tarihsel süreç içindeki varlığı da abartılmıştır. Çoğu eleştirmen, özellikle ulus devletlerin yetersizliğine ve sermaye gücünün örgütlü emek tarafından yok edildiğine vurgu yapmakla aslında küreselleşmenin “kaçınılmaz” olduğuna yönelik değerlendirmeleri ispatlamaya çalışmaktadırlar. Ekonomik büyüme için başka bir yolun olmadığını savunan bu sağlamcı “kafadarlar”, pazar ekonomisinin getireceği avantajların büyüyle birleşen hükümet müdahalesinin, uygun bir zamanda, acil sakatlıkları gidereceğini düşünmektedir.

İletişim, “küreselleşme” sürecine en az iki kanaldan dahil edilir. İlki; iletişim ve bilginin, dijital ve uydu iletişim teknolojilerinde meydana gelen olağanüstü gelişmelerle birlikte kapitalist ekonomilerde oldukça geniş ve önemli bir rol oynamaya başlamış olmasıdır. Küreselleşme, en geniş biçimiyle ekonomik bir süreç olduğuna göre, o, hızlı küresel iletişim ağlarındaki küçük bir genişlemeye dayanıyor olamaz. Aksine bazı çevreler daha ileri gider ve “enformasyon”un, ekonominin temeli olan üretimin yerini alıp almadığını tartışır. İkinci olarak, politik ekonomik dengede sahip olduğu konumun ağırlığı tartışılabilir, ticarî medya, reklâm ve tele-

komünikasyon pazarı hızla küreselleşmektedir. Üstelik küresel medya ve iletişim, küresel kapitalizm ordularının ilerlemesinde bazı sorumlulukları da üstlenmektedir.

Bu kitap, günümüz koşullarında faal olan küresel iletişimin politik ekonomisini incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Kapitalizm ve iletişimin doğasında ve ikisi arasındaki ilişkide meydana gelen değişimlerin açıklanması amaçlanmaktadır. Kitapta bulunan makaleler kapitalizmde bilgi, iletişim ve genelde demokrasiye dönük tarihsel tartışmalardan internet, telekomünikasyon, eğitim, çalışma süreci ve pazar gibi özel başlıklarla ilgili çalışmaları içermektedir. Tüm makaleler *eleştirel* bir perspektife sahiptir. Pazar sisteminin hem ekonomik adaleti ve verimliliği getireceğini hem de demokratik siyasetin temellerini atacağını söyleyen iddialara kuşkuyla yaklaşmaktadır. Ayrıca küresel iletişimde meydana gelen son gelişmeler farklı bir perspektif üzerinden değerlendirilirken, bu sürecin örgütlü politik faaliyetle değiştirilemeyecek kadar kaçınılmaz olduğunu söyleyen anlayışa da itiraz edilmektedir. Ayrıca söz konusu makaleler, Amerikan deneyimine ilişkin ciddi bir vurgu yapar, ancak yapılan değerlendirmeler Kuzey Amerika kökenli üç editörün elde ettiği sonuçlardan ibaret değildir. Bütününe sahip olmasa da, ABD'nin temellendirdiği ulusüstü şirketler, küresel medya ve iletişim sektöründe hâkim güç durumundadır; ortaya çıkan küresel sistemi kavrama çabası Washington, Wall Street, Madison Avenue ve Hollywood'a kadar uzanmak zorundadır.

Bu giriş yazısında, iletişimsel politik ekonomi, tarihi ve izlediği yola ilişkin kısa bir bakıştan sonra, 1990'ların küresel medyası ve iletişiminde yer alan temel gelişmelerin neden olduğu çelişkiler açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılan bu kısa açıklama, her ne kadar oluşan sistemin tümüyle güçlü ve durdurulamaz olduğuna dair bir izlenim verse de, gerçekte sistem yığınla soruna sahiptir ve dünya genelinde kapsamlı bir direnişle karşılanmaktadır. Yazının son bölümünde, demokratik muhalefetin bazı biçimleri genel hatlarıyla verilmektedir.

İletişimin Politik Ekonomisi

İletişimin politik ekonomisi üzerine yapılan bilimsel çalışma iki önemli boyutu içermektedir. İlk olarak bu çalışma, medya ve iletişim sistemlerinin değişen toplumsal yapıyla kurduğu ilişkinin doğasını tarif eder. Başka bir deyişle bu çalışma, medya (ve iletişim) sistemlerinin nasıl oluştuğunu, nasıl güçlendiğini ve meydan okuduğunu ya da varolan sınıfsal ve toplumsal ilişkileri nasıl etkilediğini inceler. İkinci olarak, (reklâm gibi) destekleyici mekanizmaların, mülkiyetin ve hükümet politikalarının medya faaliyetlerini ve içeriğini nasıl etkilediğine bakar. Bu doğrultuda, yapısal faktörlere ve iletişimin üretim, dağıtım ve tüketimindeki emek sürecine vurgu yapar. İletişimin politik ekonomisi, tüm iletişim faaliyetine dönük kapsamlı bir açıklama vermese de, belli meseleleri mükemmel bir biçimde açıklayarak, iletişim üzerine yapılan diğer birçok araştırma için gerekli koşulları sunar. Her ne kadar, pre-kapitalist ve post-kapitalist toplumlara, ayrıca iletişim sistemlerine dönük çalışmalara uygulanabilse de öncelikle, tüm dünyaya hâkim olan kapitalist toplumlar ve ticârî medya sistemleri ile ilgilidir.¹

Sözü edilen bu iki boyutun oluşturduğu kombinasyon, iletişimin politik ekonomisini, diğer iletişim ve kültür analiz türlerinden ayırır. Örneğin kültürel çalışmalar, medyada yer alan “metinler”le izleyiciler ve her ikisinin sınıfsal/toplumsal ilişkileri ile ilgilidir. Ancak çoğunlukla medyanın sahip olduğu anlamın üretilmesinde etkide bulunan yapısal faktörleri incelemez. Medya ‘ekonomi’si, medya şirketleri ve pazar denetiminin nasıl oluştuğuna ilişkin mikro analizler üretse de, temel ekonomi alanında olduğu gibi, burada da varolan toplumsal ve sınıfsal ilişkiler yardımsever birer unsur olarak görülür. Benzer biçimde, iletişim politikasına dönük çalışmalar hükümet politikalarının medya performansına dönük etkisini inceler, ancak pazarın gerekli oluşunu ve verili toplumsal durumun olası dünyaların en iyisi olduğunu farz eder. İletişim üzerine ABD’de yapılan araştırmaların hâkim biçimini davranışçı sosyal

¹ Tarihsel alana ilişkin daha ayrıntılı bilgi için bkz. Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (Sage, 1996).

bilimin niceliksel analizleri teşkil eder. Davranışçı sosyal bilim, iletişimin politik ekonomisi karşısındaki kutbun rehberi niteliğindedir: Medya hareketini açıklayan yapısal faktörleri, kapitalist toplumu verili bir süreç olarak değerlendirip açıklar. Yine de, davranışçı sosyal bilimin iletişime yönelik niceliksel araştırmaları kimi zaman politik ekonomistler için değerli bulgular ortaya koyar.

İletişimin politik ekonomisi, tümüyle on dokuzuncu yüzyılda filizlenen ve David Ricardo'dan Joan Stuart Mill'e ve en önemlisi Karl Marx'a kadar uzanan isimlerin politik ekonomi üzerine yaptığı klasik çalışmalarla ilişkilidir. Kapitalizm, klasik politik ekonomistlerde olduğu gibi, iletişimin politik ekonomisi tarafından da tarihsel bir süreç çerçevesinde değerlendirilir, dolayısıyla bu belirgin ekonomik düşüncelerden hiçbiri, yukarıda değinilen toplumsal ve politik fenomenlerden ayrı ele alınamaz. Klasik politik ekonomistler, özelde ekonomi ve toplumsal sınıflar arasındaki ilişki ile ilgilenmiştir. Bu anlayış, günümüz kapitalizmini tarihin sonu ve en yüksek olası hedefi olarak gösterme eğilimindeki ve ayrıca tüm fenomenleri pazara ait raporlarla doğrudan ilişki kurmadan, pazarın anlamı dışında kavrayan modern ekonomiye karşıttır. Özellikle toplumsal sınıf meselesi, araştırma sürecinin dışında tutulur. Kapitalistler ve işçiler arasında var olan yapısal eşitsizlikler kolayca bir kader ya da verili bir olgu olarak gösterilir ve ardından bu dikkat çekici itirafın içeriği göz ardı edilir. İletişimin politik ekonomisi, Marx ve Marksizmden büyük ölçüde etkilenmiştir; Marx'ın kapitalist birikim sürecini tanımlamada kapitalist toplumun mantık ve doğasını anlamayı başlangıç noktası olarak alması, iletişimin politik ekonomisinin belki de en çok etkilendiği nokta olmuştur. Ayrıca geleneksel modeli izleyen politik ekonomistler – ki çoğu Marksist olmasa da sol kanat içindedirler – iletişimin politik ekonomisi ile ilgilenenler için şu anda da merkezî bir öneme sahiptir.

İletişimin politik ekonomisinin klasik ekonominin altın çağında bile varolmamış olması ironik görünebilir. Ancak bugün iletişim endüstrisi üzerine yapılan değerlendirmeler, endüstriyel kapitalizmin ilk yüzyılı için geçerli değildir; bu dönemde iletişim en-

düstrisi sermaye birikim sürecinin bir parçası değildir. Dahası ve belki de en önemlisi, bu dönemde eğlence dünyası ve bazı gazetelerin pazarın dışında hareket etmesi ya da, ticarî olmayan yaklaşımları açıkça desteklenmiştir. İlk Islah (*First Amendment*) ya da Joan Stuart Mill'in Özgürlük Üzerine (*On Liberty*) gibi özgür ifadeye dönük liberal tasarımları, söylemin ticarî bir girişim sayılmadığı bir dünyada oluşturuldu. Ticarî medya on dokuzuncu yüzyılda oluşmuşsa da, en fazla dikkat çeken gazeteler, rekabete dayalı bölgesel alanlarda çalışma eğilimindedir ve bu gazeteler hemen her zaman partizanca bir politik içeriğe sahiptir. Tüm bunlar, on dokuzuncu yüzyılın sonunda tekeli kapitalizmin ortaya çıkışıyla değişmeye başladı. Büyüyen ekonomik organizasyonların büyük şirketlere dönüştüğü oyun sahası oligopolistik pazarın ta kendisidir. Benzer biçimde, gazetecilik endüstrisi zincirleme bir şekilde örgütlenmiştir. Rekabet edilebilirliği muazzam ölçüde azaltan bu büyük gazeteler bu sayede rakiplerini yok etmiştir. Bu yoğunlaşma, büyük şirketlere oligopolistik pazarlarda bedelsiz rekabet etme biçimini öneren, rekabetçi kapitalizm döneminde ise güçlkle ayakta kalan reklâmcılık tarafından desteklenmiştir. Gazeteciliğin tüm gelirleri ve reklâmcılıktaki tüm payları, 1880'de %40'lık dilimdeyken, 1920'de %60'a yükselmiştir.

Bu yer, iletişimin politik ekonomisinin ABD'deki oluşma zeminidir. İletişimin sermaye birikim süreciyle bütünleşmeye başlamasıyla birlikte, diğer düşünürler arasından John Dewey ve Edward Bellamy gibi kişiler, ticarî gazetecilik ve enformasyona dönük güvenilirliğin nasıl sağlanabileceğini sorgulamaya başlar. Yirminci yüzyılın ilk on yılında, ABD gazeteciliğinde kısa süren bir kriz yaşanması, ve giderek artan eleştiriler (çoğunlukla bir ya da iki gazete kentindeki) gazetelerin ve varlıklı kesimlerin reklâmlarla desteklenen dergilerinin meşruluğunun sorgulanmasına yol açmıştır.² Ticarî medyanın yaşadığı bu krizin çözümü, görünürde medya sahipleri, reklâmcılar ya da gazetecilerin önyargılarından etkilenmeyen, tarafsız kalabilen ve doğru gazeteciliği benimseyen

² Bkz.: Dan Schiller, *Theorizing Communication* (New York: Oxford University Press, 1996).

eğitim görmüş profesyonel editörleri ve muhabirleri güvence altına alan bir profesyonel gazeteciliğin oluşturulmasında bulunur.

Bu nedenle, iletişimin politik ekonomisine ilişkin araştırmalar-daki ana tema, daima profesyonel gazetecilik ideolojisinin sorgulanması ve gazeteciliğin ne kadarnın ya da hangi bölümlerinin sermaye sahipleri ve reklâmcılardan özerk bir konumda yer alabileceğinin belirlenmesi olmuştur. Genel bulgular, gazeteciliğin neredeyse tarafsız olduğunu gösterse de ve tarafsızlık sadece medya sahiplerinde ya da reklâmcılarda değil, işyerlerinde ve güçlü toplumsal kesimlerde de yansımaları bulmuştur. Tabii bu noktada, modern kamusal ilişkiler endüstrisinin aynı dönemde doğmuş olmasının hiçbir kıymeti yoktur. Kamusal ilişkilere ait temel işlevlerden birisi, haber yayınının doğasını bozarak (ve kamu kararlarını etkilemekle) profesyonel haber toplama pratiklerini istediği yönde değiştirerek müşterilerine (özellikle zengin şirketlere) yardım etmektir.

Diğer iki yaklaşım, iletişimin politik ekonomisinin araştırma gündeminde başından beri merkezî bir konumda olmuştur. İlk olarak; çoğu medya sektörünün temel destekleyici mekanizması olan reklâmcılığın artan önemi, iletişim sektöründeki üretimin anlaşılabilmesinde yeni bir değişkeni ortaya çıkarır. Bu nedenle, iletişimin politik ekonomisi ile ilgilenenler esasen reklâmcılığın dolaylı ya da dolaysız yollardan medya sektörünü nasıl belirlediğini sorgular. Eski bir deyişe göre, parayı veren düdüğü çalar. Bunun dışında politik ekonomistler, reklâmcılık ve ticarî değerlerin eğitim, politika, kamusal medya ve spor gibi yeni alanlardaki yayılmasıyla ilgili genel planı hazırlar.

İkinci olarak; politik ekonomistlerin ticarî medya sahiplerine olan ilgi yoğunluğu, pazar mantığının açtığı bir süreçtir. Yirminci yüzyılın başında, tıpkı küçük şirketlerin büyük medya sektörlerince yönetilmiş olmaları gibi, bu artan ilgi de kapitalist medya sistemlerince yönetilmiş ve yönlendirilmiştir. Bu durum, büyük engeller aşılarak katılımın sağlanacağı “özgür” yapıya sahip bir pazar düşüncesini sektöre uğratabilecek ciddi bir tehlikedir; bu sayede, her hangi bir medya kanalına giriş yapmak son derece kolay bir

hal almaktadır. Bununla birlikte, önceki dönemde her ülkenin büyük medya şirketleri *holdingleşme* çabasına girmiştir ki bu dönemde her birinin televizyon, sinema ve basın sektöründe ciddi hisseleri mevcuttur. ABD’de bu süreç, ticarî şirketlerin çıkarları doğrultusunda, kabul edilmiştir. 1950’lerde, çoğu medya kanalının birkaç küçük şirket tarafından idare edilmesi sadece bir başlangıçtır. Ben Bagdikian, 1983’te yayınlanan ‘Medya Tekeli’ (The Media Monopoly) adlı kitabında 50 civarındaki medya kanalının ABD’nin büyük çoğunluğunu kontrol altında tuttuğunu belirtmiştir. Bagdikian kitabının ikinci basımında, yönetimi elinde bulunduran şirketlerin sayısının ona ya da on ikiye kadar gerilemesinin ikinci aşama kapsamındaki bir süreç olduğuna işaret edilmiştir.³

İletişimin politik ekonomisinin ortaya çıkışının açıklanmasında önemli bir yere sahip olan diğer önemli gelişme, hareketli resimler, müzik kayıt cihazları, radyo ve televizyon gibi yeni elektronik medya teknolojilerinin üretilmesidir. Bu endüstriler, eğlencenin ticarî alandaki tekelleşmesinin bir parçasıdır. Endüstriyel medya toplulukları ve iletişim sistemleri olarak kabul edilen sektörler arasındaki birleşmede yaşanan gelişmeler, toplumsal yaşamda çok daha büyük bir role sahiptir.

Yirminci yüzyılda merkezî bir rol oynayan teknolojik değişimler, internet ve dijital iletişimi de içine alan günümüz dünyasında çok daha önemlidir. İletişim teknolojileri, varolan endüstriyel ve düzenlemeci rejimleri alaşağı edebilecek ve medya sistemlerinde yapısal değişimleri gerçekleştirebilmenin kapısını açabilecek niteliktedir. Politik ekonomistler iletişim teknolojilerinin çoğunun, medyanın içeriksel doğasını kendiliğinden belirlemesi ve etkilemesi ile mücadele etmektedir. Politik ekonomi genel olarak, Marksizmin görece özerk anlayışını, örneğin, Marksizmin genel öğretisini ve iletişim teknolojilerine dönük etkisini; tüm bunların toplumsal faktörlerce belirlendiğini varsayarak özellikle de sermaye birikim modelini temel alır. Buna karşın, iletişim teknolojilerinin önemli

³ Ben H. Bagdikian, *The Media Monopoly*, Beşinci Basım (Boston:Beacon Press, 1997).

toplumsal etkilere neden olması, politik ekonomik analizlere indirgenemez. Bu tartışmada iletişimsel politik ekonomistler, iletişimde hâkim olan ve teknolojinin belirleyici olduğunu söyleyen o güçlü eğilimle ve entelektüel kültürün o büyük fermanıyla ısrarla mücadele eder.

Eğer yirminci yüzyılda iletişim süreci yalnızca sermaye birikim modeline göre açıklanabilseydi, bu model her zaman için liberal demokratik teori ve pratiğin köşe taşı olurdu. Richard Rosanfeld'in ABD'nin 1790 kayıtları üzerine yazdığı son kitabında da belirttiği gibi, özgür basın demokrasinin korunması, devamlılığının sağlanması ve geliştirilmesinde vazgeçilmez bir rol oynamıştır.⁴ James Madison hayatının son dönemlerinde bu konuya kısaca değinmiştir: "Halka ait bilgisi olmayan ya da bunu için uğraşmayan bir halk hükümeti, ya bir farsın ya trajedinin ya da her ikisinin giriş bölümünden ibarettir." İletişimin politik ekonomi tüm bu hükümleri ciddiyetle ele alır: Bu elbetteki, iletişim araştırmalarının, katılımcı demokrasiye yönelik açık vaatlerini de içeren diğer tüm biçimlerinden farklıdır. Araştırma, klasik politik demokrasi teorisinden çıkartılan merkezî bir öncül tarafından yürütülür: Demokrasi anlayışı, toplumun katılımcı demokrasi hakkında bilgilendirilmesine dayandırılır; aktif ve bilinçli vatandaşlarca örneklendirilen bir politik kültür son kertede sağlıklı ve hareketli bir medya sistemiyle sağlanabilir.

Bu nedenle iletişimin politik ekonomisi, hükümet politikalarının izlediği yollara ve 'demokratik fonksiyon' olarak sunulan, sermaye, yönetim ve finanssal desteğin medya üzerindeki etkisine güçlü, normatif bir eleştiri sunar.

Katılımcı demokrasi üzerine politik ekonomik çözümlemelerin oluşturulması önemli olsa da, katılımcı demokrasinin oluşma koşulu, uygulanabilir bir iletişim sistemine sahip olmanın çok daha ötesine gider. Demokrasinin başarılı olabilmesi için pek çok faktör gerekir; ama demokrasinin en iyi işleyebilen biçimi, asgari toplumsal eşitsizliklerin bulunduğu ve bireysel çıkarları toplumun

⁴ Richard N. Rosenfeld, *American Aurora* (New York: St. Martin's Press, 1997).

refahına bağlayan genel bir fikrin olduğu koşullarda gerçekleşir. Bu doğrultuda, kapitalizmin işleyişi, değişmez sınıfsal eşitsizlik ve bireysel mülkiyetçilikle birlikte belirgin bir antidemokratik niteliğe sahiptir. Özellikle iletişimin politik ekonomisi, medya üzerindeki kapitalist kontrolün ve beraberinde medyaya sağlanan ticarî desteğin nasıl olup da seçkinlere, bir vatandaşlık görevi ve demokratik değerlerin temeli olarak sunulduğuyla ilgilenir.

İletişimin politik ekonomisinin böyle bir anlayışın doğal sonucu olarak tıpkı politik ekonomide olduğu gibi hâkim bir anlayışı söz konusudur. Sahip olduğu eleştirel tutum, kapitalist politik ekonomide yer alan belirgin medya politikalarını kullanarak post-kapitalist ve daha demokratik bir toplumun oluşturulmasına hizmet etmek yerine, toplumsal değişim modeline hizmet eder. Böylece, iletişim üzerine yapılan tartışmaların niteliğini eleştirmek ve alternatif medya kanadında yer almak kadar onu oluşturmaya da amaçlar.

İletişimin politik ekonomisinin temel problemi, pazar aracılığıyla oluşan medya sisteminden ziyade daha demokratik bir medya sistemini belirlemektir. Bu konuda yaşanan problem çok daha ciddi bir zeminde yer almaktadır, çünkü büyük ölçüde yirminci yüzyılda şekillenen, kapitalizme ve ticarî medyaya karşı oluşturulan ‘alternatif sistemler’ – Doğu Avrupa ve Asya’daki komünist sistemler – temelde demokratik bir perspektiften uzaktır. İletişimin politik ekonomisinin birçok verisi, C. Wright Mills ve Jurgen Habermas gibi daha demokratik bir medya sistemi oluşturmaya amaçlayan bilim insanlarının çalışmalarından etkilenilerek hazırlanmıştır. Özellikle Habermas’ın ‘kamusal alan’ kavramı önemlidir. Habermas bu kavramla, vatandaşların şirketlerle ya da hükümetle karşılıklı etkileşime geçmediği, kamunun temel ilkelerinin demokratik medya tarafından üretildiği bir alanı tarif eder. Bu açıdan, iletişim üzerine yapılan, politik ekonomiye dayalı araştırma, kâr amacı gütmeyen bir sermayeyle oluşturulan, ticarî kaygılar gütmeyen, demokratik gelenek içinde yerinden yönetilen ve kontrol edilen bir medya sektörünü oluşturma kaygısını taşır. Temel ilkesi, iletişimi mümkün olduğunca sermaye birikim sürecinden uzaklaştırmaya çalışmak olsa da, son kertede böylesi bir sistem, kamusal bir platform üzerinde

oluşturulmalıdır. Fakat iletişimin politik ekonomisinin, ticarî medya sistemine dönük eleştirilerden türetilen demokratik iletişim için modeller geliştirmesi gerekmektedir.

Dahası, iletişimin politik ekonomisi, Mills ve Habermas'ın teorik çalışmalarında ve C. B. Macpherson, Alex Corey ve Noam Chomsky'de olduğu gibi, gelişmiş kapitalist toplumlardaki politik kültürün değerlendirilmesi için gerekli kavramsal temelleri üretmektedir. Kısacası, bu toplumlar ve özellikle de büyük medya sistemleri neden sınırsız bir depolitizasyon süreciyle özdeşleştirilir? Macpherson, kararlar yalnızca kısmî bir çoğunluğu kapsayan üstünkörü katılımcılar tarafından alındığı takdirde kapitalist demokrasinin sağlam kalabileceğini öne sürer. Bu doğrultuda depolitizasyon ve kinizm, toplumun bu sürece verdiği rasyonel cevaplardır. Chomsky'nin öne sürdüğü gibi, yaygın bir kanı olarak "demokrasinin krizi", 1960 ve 70'lerde; azınlıklar, öğrenciler ve kadınlar gibi toplumsal grupların politik mücadeleye girmesinden sonra değerlendirilmeye başlanmıştır. Çoğu araştırmasında ticarî medyanın toplumun depolitizasyonunu güçlendirdiğini öne süren iletişimsel politik ekonomi, varolan tartışmalarda önemli bir rol üstlenmektedir.

İletişimin politik ekonomisinin araştırma yaptığı birçok problemten biri de, Kuzey Amerika'daki kampüslerde yaygın bir ilgi gören iletişimin marjinalizasyonu meselesidir. Bir bakıma bu çaba, akademinin düşük ücretli bölgesini tanımlama eğiliminde olan iletişim çalışmasının bir parçasıdır. İletişim ABD üniversiteleri üzerinde güçlü bir kurumsal varlık olamamıştır, çünkü verili durum özellikle disiplinler arası yönetmelikle uyumludur ve birçok önemli mesele gazetecilik ve iletişim yerine psikoloji, sosyoloji, dilbilim, siyaset bilimi, ekonomi, felsefe ve tarih gibi alanlarda ele alınmaktadır. İletişimin marjinalizasyonu, iletişimin hem solda ve hem de sağda, ama küçük bir toplumsal öneme sahip bağımlı bir değişken olarak kalabilme eğilimine bağlıdır. Bu eğilim, özellikle ABD'de telaffuz edilmiştir ve şirketlere dayalı ticarî modelin bilinçli bir biçimde, ekonomik, politik ve ideolojik alanlarda bütünüyle kökleşmesi olarak tanımlanmıştır. Üstelik iletişimin politik ekonomisi

1960 ve 1970’li yıllarda, özellikle Dallas Smythe ve Herbert I. Schiller’in yaptığı özenli çalışmaların katkısıyla, ABD’li sol çevrelerde önemli bir sorgulama alanı olarak kabul edilmiştir. Aynı zamanda iletişimin politik ekonomisi ile ilgilenenler, bir yandan iletişimin toplumsal analizlerdeki önemine dikkat çekerken, diğer yandan iletişim okullarında yaygın olan, iletişimi toplumsal bağlamından çıkartan ve bunun yanı sıra onun açıklayıcı becerilerini abartan eğilimle de mücadele etmişlerdir.

Eğer Amerikan üniversitelerinde iletişim bilimi görece bir zayıflığa sahipse, bunun nedeni iletişimsel politik ekonomisinin en çok ihmal edilmiş bir alt alan olmasıdır. Bu ihmalkârlığın nedeni, iletişimin politik ekonomisinin taşıdığı eleştirel anlam ve değerlerde aranmalıdır. İletişimin politik ekonomisi, eşitliğin olmadığı toplumlarda, muhtemelen güç odaklarının çıkarlarını daimi olarak rahatsız edebilecek bir alandır. Ayrıca araştırmanın, kısıtlı bütçelerle de yapılabilmesi, bu alanın ihtiyaç duyduğu cüzi kaynağı hiçbir biçimde etkilemez. Aslında, 1940’larda iletişimin politik ekonomisi yapısal faktörlerden uzaklaşıp medya ve iletişim üzerine yoğunlaşmaya başlayarak dikkat çekici bir değişim yaşamıştır ve bu, ABD hükümeti kadar medyanın güçlü çıkar grupları, üniversite yönetimi ve kurumların da desteklediği bir yaklaşım olmuştur. Ardından, ABD’de iletişim üzerine yapılan bir araştırma gülünç bir çelişkiyi ortaya çıkarmıştır: Bu çalışmada, medyanın mülkiyet ve sübvansiyonunun kısmen açıklayıcı bir önem taşıdığı ifade edilirken, onun toplum üzerindeki etkisinin sınırlı olduğu sonucuna varılmıştır. Bir yandan, resmî olarak düşman kabul edilen SSCB gibi uluslara yönelik politikalar, diğer yandan mülkiyet ve yönetim sorunları, medya performansının değerlendirilmesinde merkezî bir öneme sahip olan Amerikalı düşünürlerce belirlenmiştir. Bunun getirileri ise her zaman ölçülemese de muazzam büyüklükte kabul edilmiştir.

İletişimin politik ekonomisi, uluslararası sorunların değerlendirilmesinde her zaman uygun bir perspektife sahip olmuştur. Onun uluslararası çevrelerle ortaklaşması, küresel iletişimin yaptığı kısa dalga yayınların acil bir sorun kabul edildiği 1930’lu yıllara rast-

lar. Bunun ardından, iletişimin politik ekonomisi soğuk savaş dönemi boyunca uluslararası alanda, okul burslarının gücünü hiçbir zaman yitirmediği bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Diğer yandan bu durum, Amerikan hükümeti, tekeli iletişim sektörü, ordu ve Amerika'nın dış politikası arasındaki ilişkinin planlanmasını da gerektirmiştir. Diğer taraftan post-kolonyal devletlerde medya ve iletişim üzerine çalışmalarındaki ulusal gelişim, ekonomik politik yaklaşımı gerekli kılmıştır. Bu noktada Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ve UNESCO gibi uluslararası örgütlere ait çalışmalar kadar, gelişmiş ülkelerin yabancı ve uluslararası iletişim sektörlerindeki rolünün değerlendirilmesi de gerekli olmuştur.

İletişimin politik ekonomisi, 1960 ve 1970 yılları arasında gözle görülür bir yükseliş yaşamıştır ve anti-emperyalist düşüncelerin dünya çapındaki yükselişine eşlik etmiştir. İletişimin politik ekonomisi üzerine çalışan Schiller, Smythe, Chomsky ve Edward S. Herman gibi Kuzey Amerikalı uzmanlar, neo-kolonyalizmin üçüncü dünyanın önemli bir bölümünü öz-yönetimsiz bırakması ve ABD'li ve Batılı şirketlerin uluslararası medya ve iletişim sistemleri üzerindeki hâkimiyetlerinin sonuçlarına açıklık getirmişlerdir. (Çoğu Amerikalı, Amerika'nın yabancılar politikası ve küresel eğilimleri hakkında bilgilendirilmemekte ya da yanlış yönlendirilmektedir). Bu ekol, emperyalizmin dört yüz yıllık hâkimiyetinin ardından, küresel düzlemde inşa edilen ekonomik-politik dengesizliği düzeltmek amacıyla üçüncü dünya ülkelerinin 1970'lerde Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Birliği (NWCO) olarak kurduğu ve daha sonra Yeni Dünya Ekonomi Birliğiyle ortaklaşan hareketi desteklemiştir. Tekelci medya ile Amerikan ve İngiliz hükümetlerine karşı boyun eğmez bir yapıya zerre kadar sahip olmayan bu hareket çeşitli nedenlerden dolayı bastırılmıştır. Dahası ABD ve İngiltere bu grubun, küresel ticarî medya şirketlerine engel olmayı istemelerinden büyük bir hoşnutsuzluk duyduklarını belirterek, 1980'lerin ortasında UNESCO'dan çekildiklerini belirtmişlerdir.

Üçüncü dünyanın anti-emperyalist düşüncelerinde yaşanan büyük yıkım, NWICO'nun ağır yenilgisinin bir sonucu olarak de-

ğerlendirilmiştir. Artık onlar, ulusal ekonomilerinin küresel pazar sistemine olası en iyi entegrasyonunu savunan neo-liberal doktrini savunmaktadır. Ayrıca, Doğu Avrupa'daki sosyalist bloğun başarısızlığa uğraması aynı zamanda pazar ekonomisi karşısındaki örgütlü gücün de yenilmesi anlamını taşımaktadır. Yeni dünya düzeninin hâkimleri iletişimin politik ekonomisine çok az ihtiyaç duyar; onlara göre, madem ki bu yeni dünya düzeni demokrasiyle eşdeğerdir, öyleyse burada araştırma yapmayı gerektirecek bir şey var mıdır? Her şeye rağmen toplumsal piramidin en üstünde, stratejik bir noktada yer aldığı, demokrasiyi kapitalizmden ayrı bir yerde ele almaya devam ettiği, tarihsel perspektifini yitirmediği için iletişimin politik ekonomisi, eskiden olduğu gibi yine güçlü ve önemli bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Konular değişse de temel meseleler aynıdır. Küresel medya ve iletişim sistemi gerçekte nasıl çalışır? Gazetecilik ve eğlence amaçlı medya sistemlerinin boyutu nedir? Demokratik bir devletin temeli olacak bir iletişim sisteminin oluşturulabilirliği nedir? Çok daha demokratik bir medya ve iletişim sistemi ve dahası, çok daha demokratik bir toplumun oluşturulması için neler yapılabilir?

Küresel Ticarî Medya Ağının Ortaya Çıkışı

Yeni medya teknolojilerinin kullanımı ve küresel düzlemde şekillenen düzenlemeler sonucunda küresel ticarî medya pazarının ortaya çıkması, 1990'lardaki dikkat çeken gelişmelerden birisidir. Bu ticarî medya pazarı, hâkim şirketler, küresel sistemlerin maliyetini verimli kılan yeni teknolojiler ve Dünya Bankası, IMF ve Dünya Ticaret Örgütü ile küresel ticarî medyanın düzenleyici engellerini ortadan kaldıran ve Amerikan hükümeti tarafından desteklenen neo-liberal ekonomi politikalarının bir sonucudur.⁵

Medya spektrumunun önünü kapatan oligapolistik pazar, giriş için koyduğu yüksek engellerle bu alanı billurlaştırmaktadır. Ulu-

⁵ Küresel medya alanındaki tartışmaya ilişkin daha ayrıntılı bilgi için, bkz.: Edward S. Herman ve Robert W. Mcchesney, *The Global Media: The New Missionaries Of Corporate Capitalism* (Londra ve Washington: Cassel, 1997).

sal pazarlar, özellikle ulusal sorunların aşılmasında vazgeçilmez bir konumda olmasına karşın sahip olduğu önem hâlâ ikincildir. Küresel medya pazarları, belirgin on büyük holding tarafından yönetilir: Bunlar, Disney, Time Warner, Bertelsmann, Viacom, News Corporation, TCI, Sony, General Electric (NBC'nin sahibi), Poly Gram (sahibi, Alman elektronik aletler üreticisi Philips'tir) ve (Universal'ın sahibi) Seagram'dır. Pek çok medya sektöründe holdingleşen bu şirketler dünyanın her köşesine hâkimdirler. Dünyanın sayılı büyük şirketleri arasında yer alan bu şirketlerin 1997'deki yıllık satışları On Milyar Dolarla 25 Milyar Dolar arasında değişmektedir. Disney ve Time Warner gibi şirketlerin Amerika'daki geliri 1990'da %15'ten 1996'da %30'a çıkmıştır. Her iki şirket de gelecek on yılda ABD dış gelirinin önemli bir bölümünü elde etmeyi ummaktadır. İkinci tabakada yer alan kırk ya da daha fazla şirket bu küresel medya sistemini tamamlar. Bu şirketlerin birçoğu batı Avrupa ve Kuzey Amerika şirketleri olmakla birlikte bazıları da Asya ve Latin Amerika şirketleridir. Bu şirketlerin her biri bölgesel güce ve uygun pazarlara sahip olan ve yıllık ortalama satışları 1 Milyar Dolarla 5 Milyar Dolar arasında değişen şirketlerdir.

Küresel medya bütünüyle yeni bir sistem değildir. Bu yüzyılın büyük kısmında sinema, televizyon programları, müzik kayıtları ve kitaplara yönelik ihracat pazarı batılı şirketler ve genellikle de ABD tarafından belirlenmiştir. Fakat radyo, televizyon, gazete ve süreli yayınlar gibi ulusal medya sistemlerine ait altyapı yine ulusal kontrole ve mülkiyete tabi kılınmaktadır. 1990'lardaki asıl gelişme, dünyanın elli büyük medya şirketi tarafından yönlendirilen küresel ticarî medya sistemindeki hızlı yükseliştir. Diğer yandan, son on yıl öncesine kadar Avrupa'nın ve Dünyanın birçok noktasına hâkim olan kamusal hizmete dayalı yayıncılıkta ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Örneğin, İsveç ve Almanya'da dünyanın en güçlü kamusal yayıncılık sistemleri arasında olan büyük yayıncılar 1990'larda izleyici oranlarının yarıya düştüğüne tanık olmuşlardır. Bu dönemde hemen her yerde ticarî bir temele dayanmayan ve kâr amacı gütmeyen medyaya sağlanan destek kesilmiştir. BBC

bile resmî yayınların ayakta kalmasının küresel düzlemde kayda değer ticarî bir güç olmaya bağlı olduğunu kabul etmiştir. Son günlerde, İngiliz Flextech ve ABD’li Discovery Communications arasında, ABD’li T.C.I. bünyesinde birleşecekleri bir ortaklık anlaşması imzalanmıştır.

Küresel medya pazarının oluşumu, tüm dünyaya yayılan ve özellikle batı ve genelde ABD kaynaklı reklâm şirketlerince desteklenmektedir. Reklâmcılık, oligopolistik pazarlarda etkin olan büyük şirketlerce yönetilmektedir. Küreselleşmenin dünya ekonomisindeki yükselişiyle reklâmcılık, dünya çapında hâkim bir yere sahip olan birkaç sayılı şirket için önemli bir role sahip olmuştur. Örneğin 1995’te, küresel düzlemde reklâmcılık sektörüne harcanan 300 Milyar Doların yaklaşık 25 Milyar Dolarını dünyanın sekiz büyük reklâmcısı kazanmıştır.⁶ Reklâmcılıkta kişi başına harcanan gider, GSMH’nin tüm dünyadaki harcamaları içinde sürekli artış gösteren bir yere sahiptir. ABD ve küresel medya sistemlerinin Pazar ekonomisinde gerçekleştirdiği bütünleşme, reklâmın getirdiği avantajı daha açık bir şekilde sergilemektedir. Üstelik, küresel reklâm ajansları dikkate değer bir konsolidasyona maruz kalmıştır. 1990’nın sonlarında üç büyük şirket – WPP Group, Omnicom Group ve Interpublic – çoğu New York’ta olmakla birlikte Londra, Chicago, Paris ve Tokyo’da yer alan yarım düzineyi aşan ajanslar arasında hâkim bir konuma gelmiştir.

Disney, Bertelsmann ve Time Warner gibi şirketler böylesi bir büyümeye tam olarak neden ihtiyaç duyar? Bu sorunun cevabı, holdingleşme ve küreselleşmenin etkisinin ortaya çıkan kârla ilişkilendirilmesiyle bulunacaktır. Örneğin ne zaman Disney bir film yapsa, bunun kablolu televizyonda ve ticarî medya ağında gösterileceğini garanti edebilir, filmin müziklerini hazırlayıp satabilir, keyifli park gezintilerinde kullanılabilecek CD-ROM’lar, kitaplar, karikatürler ve Disney’in perakende dükkanlarında satılan eşyalar üretebilir. Dahası Disney, filmi ve filmle ilgili materyalleri tüm medya araçlarından sunabilir. Bu durumda, gişe satışları iyi gitme-

⁶ Laurel Wentz ve Cavin Bacon, “Global Marketers”, *Ad Age International*, Kasım 1996, s. 115.

yen filmler bile kazançlı bir hâle dönüşebilir. Disney'in *Notre Dam'ın Kamburu* (The Hunchback of Notre Dam-1996) filminin tüm dünya gişelerindeki 200 Milyar Dolarlık satışı bir hayal kırıklığı olmuştur. Buna karşın *Adweek* dergisi, filmin yan ürünleri de hesaba katıldığında 500 Milyon Dolar kâr getirmesinin beklendiğini belirtmiştir. Beğenilen filmler ise muhteşem bir başarı örneği sergileyebilmektedir. Disney'in *Aslan Kral* filmi (The Lion King-1994) tüm dünya gişelerinden 600 Milyar Doların üzerinde kazanç elde etmiş, yan ürünleriyle birlikte 1 Milyar Doların üzerinde kâr getirmiştir.⁷ Dahası medya holdingleri, istedikleri güce sahip olmayan holdinglerini ilerletmek için diğer holdinglerinin tüm güçlerini kullanabilirler ve kullanmaktadırlar. Bunu, sürekli yaparlar. Sözün kısası, bütünleşen şirketin elde ettiği kâr, bireysel şirketlerin potansiyel kârından çok daha fazladır. Şirketler, karşı-satış ve karşı-reklâm imkânını kullanmadıkları takdirde, küresel pazar içinde rekabet etmekte kelimenin tam anlamıyla yetersiz kalırlar.

Medya şirketleri yeni girişimleri, daha çok bir ya da daha fazla şirketin belirli medya projelerine ortak sermayedarlar katmak suretiyle kullanma eğilimi içindedir. Ortak girişimler çekicidir, çünkü bireysel şirketlerin sermaye talebini ve onların taşıdıkları riski taşımazlar ve şirketlere kaynaklarını çok daha geniş bir alana yayma fırsatı tanırırlar. 10 büyük küresel medya şirketi, her biri çok küçük şirketlerle pek çok ortak girişimlerde bulunmuş olmalarının yanı sıra, 9 dev şirketin yaklaşık altısıyla ortak girişimler oluşturmuştur. Ortak girişimlerin dışında, bu şirketlere doğrudan sahip olma çabası da bu sayede gündeme gelmiştir. Örneğin Universal'ın sahibi Seagram, Time Warner'ın %15'lik hissedarı ve diğer medya holdinglerinin de sermayedarıdır.⁸ TCI Time Warner'ın ve diğer pek çok medya holdinginin büyük hissedarıdır.

Ortak girişim ve karşılıklı mülkiyet olmasa bile, oligopolistik

⁷ Marla Matzer, "Contented Kingdoms", *Superbrands '97*, *Adweek* ilâve, 7 Ocak 1996, s. 30-33.

⁸ Bernard Simon, "Seagram to hold on to 15% stake in Time Warner." *Financial Times*, 1 Haziran 1995, s. 18.

medya pazarlarındaki ‘rekabet’, ekonominin kavramsal açılımında zor da olsa kabul edilir. Oligopolistik pazarların saltanatı, oligopolistik alan içindeki tüm vahşetini göstererek, ücretsiz girişle ve giriş için konulan engellerle mücadele eder. “Ortaklıklar” tekel gücüne dayanır ve bu güçle yükselir. Örneğin işler hale gelmemiş olan bir stüdyo, 60 yılda başarılı bir şekilde Hollywood oligopolüne dahil edilmiştir. News Corporation’ın sahibi Rupert Murdoch, medya pazarının büyütülmesi üzerine uzun uzadıya düşündükten sonra rasyonel bir görüş sunmuştur: “Ya şimdi güçlerimizi birleştiririz ya da birbirimizi öldürdükten sonra güçlerimizi birleştiririz.”

Küresel medya pazarında ortak girişimlerin haritasına bakıldığında, oligopolistik pazarlarla ilişkili olan geleneksel rekabet düzeyleri bile abartılabilir. TCI’nın başkanı John Malone “hiç kimse onların rakipleriyle başa çıkmayı göze alamaz” diye açıklamada bulunur, “çünkü onlar bir alanda ortakken rakipler diğer saftadır.” The Wall Street Journal medyayı şöyle gözlemler: “rakipler, tüketicilere ve önemli ortaklarına oldukça fazla değer atfederek rekabet olgusunun niteliğinde de değişiklik yaparlar”. Bu doğrultuda ABD, küresel medya ve iletişim pazarında oligopolleşme eğiliminin yanı sıra, bir kartel ya da en azından ‘centilmenler kulübü’ olma eğilimi de taşır.

Şirketleşen Medya Kültürü

Birleşik küresel medya oldukça kaliteli ürünler üretir, ki bu kaliteli ürünlerin önemli bir bölümü genelde ticarî kazancı oldukça iyi olan eğlence sektöründe üretilen ürünlerdir. Ancak şirket medyasının yönettiği sıra dışı araştırmalar karşısında, tüm nitelik endişe vericidir. Son tahlilde, politik görüşlerimize ve kültürümüze getirdiği keskin sınırlamalarla birlikte küresel medya sistemi bütünüyle ticarî bir sistemdir. George Gerbner’in tespit ettiği gibi “söyleyecek bir şeyleri yoktur, fakat satacakları çok şeyleri vardır.” Şirketleşen medya, insanlar bundan hoşlansın ya da hoşlanmasın, onları ticarîleşme ve reklâmcılık aracılığıyla halı bombardımanına tâbi tu-

tar. Dahası bu, pazarın yönettiği bir sistemdir; burada bir şeyin ölçütü bir Dolardır, bir oy bir insana tercih edilir. Brezilya ya da Hindistan gibi ulusların büyük çoğunluğu, küresel medya sistemi içinde “vatandaşlık” imtiyazını güçlkle kullanabilir.

Küresel pazar henüz bireylerin medya ürünlerini tüketebildiği bir noktaya gelmemiştir; ileride pazar bugüne oranla daha fazla incelikli ve karmaşık hale gelecektir. Örneğin Disney, medya ürünlerinde kullandığı niteliklerin kendine has yerel özellikleri olduğunu varsayar ve onların yerel dillerle konuşmasını sağlar. Çevrecilerin ironik bir anlamsal değişime uğratarak kullandığı “küresel düşün, yerel davran” sloganı, “Disney’in temel stratejisini açıklar. Medya ürünleri bölgesel farklılıklar taşıyalar bile küresel düzlemdeki şirketlere bağlanacaklar ve getirdikleri kâr oranları ölçüsünde değerlendirilmeye devam edileceklerdir. Kısacası, yaşadığımız çağın temel düşüncesi olan kâr mantığına dayalı küresel pazarda, dünya eğlence sektörü ve gazeteciliğin rotası, bir avuç şirket tarafından belirlenecektir. Ara sıra muhalif seslerin varlığına izin verilse bile, politik demokrasiye dönük ifadelerin zayıf bir ölçüt üzerinden belirleniyor oluşu rahatsız edici bir durumdur.

Ticarî küresel medya sisteminin içerdiği politik ve toplumsal anlamlar, küresel pazarın ve neoliberal çevrenin bir parçası olan politik kültür bağlamında ele alındığında çok daha açık bir hal alır. Dünyanın hemen her yerinde, pazar ve kârâ yönelmenin sınıfsal bölünmeleri meydana getirdiği doğrudur. Yine de böyle bir toplumsal düzene, toplumsal eşitsizliği koruma altına alan açık bir hükümet politikası eşlik etmediği takdirde bu sistemin iyi çalışmayacak olması da açık bir ironidir. Bu tip politik rejimler fazlasıyla yetersizdir ve halkı, içinde bulunduğu gülünç durumdan haberdar olmaması için kontrol altında tutar. Daha da ötesi bunlar, tartışma alanlarının sınırlandırılmasından dolayı, fazlasıyla anlamsızlaşan seçimler ve biçimsel özgürlüklerle belirlenen bir politik kültürü içerir. Pazar ekonomisince belirlenen politik ekonomideki ticarî anlayışın özerk toplumsal örgütlere zarar verme eğiliminde olması, küresel pazarın kendi politik kültürünü oluşturma çabasını beraberinde getirir. Gerçekte kapitalist bir toplum, çoğunluğun

demoralize ve depolitize edildiği koşullarda en iyi biçimde işler; yani toplum, gerçekleştirilmesi mümkün olan daha iyi bir dünyanın oluşması için gerekli toplumsal değişim umudundan vazgeçtiği, bu nedenle kamusal yaşamı göz ardı ettiği ve toplumsal piramidin en üstünde yer alan tüm bu kararları terk ettiği noktada faal hale gelir. Financial Times'ın da tespit ettiği gibi, kapitalist demokrasinin başarıya ulaşması 'ekonominin politikasızlaştırılma süreci' ile mümkündür. (Gerçek bir demokraside ekonomiyi kimin kontrol ettiği ve ne tür yaklaşımların politik tartışma ve araştırmada merkezî bir rol üstleneceği meselesine dikkat çekmek gerekli mi?)

Küresel ticarî medya, politikasızlaştırma sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. İleriyi düşünme ihtiyacı duymadan sadece pazarın gereklerini yerine getiren medya, kişisel tüketimin, toplumsal kavrayış ve eylemlilik üzerinde imtiyazlı bir konum elde eden, emirleri büyük oranda yerine getiren ve düzeni fazlaca bozma girişiminde bulunmayan depolitize edilmiş bir toplumun oluşumuna büyük bir inançla hizmet eder. Dolayısıyla küresel ticarî medya, hedef kitlesini elit ve üst orta sınıf olarak belirleyen ciddî bir gazetecilik anlayışı geliştirir, bu hedef kitlenin gereksinimlerini ve yargı sistemlerini biçimlendirir ve toplumsal dengeye uygun sansasyonel haberler sunar. Medya sistemi, yine bu doğrultuda, insanların gündelik dertlerini unutmasını sağlayan roman ve film gibi eğlence türlerini piyasaya sürerek engin bir izleyici kitlesinin oluşmasını sağlar. Medya sisteminin gerçekte yoğunlaştığı temel nokta, kaçış edebiyatına dayalı eğlence kültürü için en geniş izleyici kitlesini yaratmaktır. Halkla ilişkiler ve pazarlamanın abartılı biçimde kullanılmaya başlandığı ve elitlerin halk yığınlarını hizada tutmaya çalıştıklarını açıkça dillendirdikleri günümüzün gelişen dünyasında, ticarî medyanın gerekliliği ikirciksiz ifade edilmektedir. Küresel medya devlerine ve reklâmcılarına bütünüyle bağlı olan Televisia'nın milyarder yöneticisi ve Meksika'nın önde gelen yayıncılarından biri olan Emilio Azcarraga, 1991'de şu sözleri sarf edebilmiştir: "Meksika sürekli kullanılmış, kullanılmaya da devam edecek bir ülkedir. Televizyon, bu insanları oyalayacak ve

onların var olan kötü gerçekliğini ve geleceklerini muhtemelen onların akıllarından çıkartacak oyalayıcı programlar sunmak zorundadır.”⁹

Gelişmiş kapitalist uluslarda meseleler ara sıra da olsa kabaca tespit edilir, ancak buralarda koşullar çok mu farklıdır? Gerçekten de, ABD en gelişmiş ticarî medya kültürüne sahip ve küresel medya sistemi için genel bir model üreten tek ülkedir. ABD medyasına bakıldığında, küresel pazarın o içten pazarlıklı rotasının ne olduğu ve ne olacağına ilişkin bir fikir verir.

Gözler 1980’lerin sonuna kadar ABD’deki gazeteciliğin üzerinde olmuştur. Tekelci yeni dünya kapitalizminde üretilen tüm medya ürünleri aracılığıyla, şirket kazançları üzerinde doğrudan pozitif bir etkiye sahip olması amaçlanmıştır. Basın ve yayın, reklâmcılar tarafından hazırlanan ve pazarın beğenisini kazanabilecek haberlerin saptanması için yapılan araştırmalardan büyük oranda yararlanmaktadır. Bu ise özünde, gazeteciliğin temel prensibini ciddi bir tehlikeye sokabilir: Haberlerin yayınlanma ölçütü sermayedarların ya da reklâmcıların kişisel çıkarları değil, toplumsal çıkarlar olmalıdır. Bu, medya şirketlerinin %15’lik alt dilimden %50’lik bir ortalamaya etkili bir biçimde sahip olmayı talep ettikleri anlamına gelir. Bu nedenle, toplumsal dengeleri bir kenara iten medya yöneticileri, saldırgan bir tutumla zenginleri davet ederler. Doğrusu, *The Wall Street Journal* ve *Business Week* gibi yüzünü sermayeye çeviren gazeteler bugünün gazetecilik anlayışının en iyi biçimlerini sergiler. Bugün zengin zümreyi hedef alan, onların gereksinimlerine ve çıkarlarına hitap eden ve kitlelere düşük kaliteli hizmet sunmayı amaçlayan bir gazetecilik anlayışı yaygındır. Walter Cronkite’in değindiği gibi, derin ticarî baskılar televizyon gazeteciliğini, “önemsiz meselelerin peşine düşen, ılımlı konular ve benzeri saçmalıklara yönelen bir alana dönüştürür.”¹⁰

Gazeteciliği etkin kılmak yüksek gelir gerektiren bir çabadır ve

⁹ *Multinational Monitor*’den alıntı; Ocak 1996, s. 13.

¹⁰ Dorothy Rabinowitz, “Cronkite Returns to Airwaves,” *The Wall Street Journal*, 9 Aralık 1996, s. A12.

anonim şirket yöneticileri, kârlarını artırmanın en güvenilir yolu olarak, editör ve muhabirleri, korporatif gazeteler grubunda boş haberler çıkaran kişiler olmaya teşvik eder. Böylece, aldığı aylıklar ve primlerle ün peşinde koşan seçkin haber medyasına ait imtiyazlı gazetecilerin ortaya çıkmasıyla birlikte yayınevlerinin çalışma tarzında önemli bozulmalar yaşanırken, gazeteciler arasında da derin bir kutuplaşma gözlenir. Son on yılda, işten çıkartılan haber emekçilerinin sayısında dikkati çeken bir artış görülmektedir; yapılan bir çalışmada, bu dönem boyunca Washington'da çalışan gazetecilerin sayısında ciddi bir azalmanın görüldüğü de belirtilmektedir.¹¹ Yaşanan işsizlikle birlikte, seçkinler zümresinde yer almayan gazetecilerin aldıkları ücretlerde önemli bir düşüş yaşanmış ve düşük ücretlerle işe başlayan genç gazeteciler kendi geçimlerini sağlayamadıkları için büyük güçlüklerle karşılaşmıştır ve bu durum hâlâ devam etmektedir. Bu gelişmeler, Amerikan gazeteciliğinde moral kaybına neden olmuş ve gazetecilerdeki girişimci ruh törpülenmiştir. Son birkaç yılda, yaşanan bu değişime duydukları öfkeyle birçok editör ve gazetecinin işlerini bıraktığına tanık olunmuştur.¹² *Chicago Tribune*'ün resmî yazı işleri müdürü James Squires, medyanın şirket kontrolüne geçmesi ile "gazeteciliğin sonu"nun geldiğini söylemiştir. Ayrıca iş dünyasını eleştiren birçok kişi, kâr peşinde koşarken şirketlerin kendi çıkarlarını tesis etmek amacıyla gazeteciliği nasıl sansür ettiğini ve yozlaştırdığını ifade etmektedir. Medya devlerinin eleştirel makalelere yönelttiği karalama kampanyası, yatırımcıların yönetmiş olduğu yayın kuruluşlarının ürettiği ürünlerden çok daha önemli bir kanıttır.¹³

¹¹ Penn Kimball, *Downsizing The News: Network Cutbacks in the Nation's Capital* (Washington, DC: Woodrow Wilson Center Press, 1994).

¹² Bkz.: örneğin, Mort Rosenblum, *Who Stole The News?* (New York: John Wiley&Sons, 1993); Doug Underwood, *When MBAs Rule the Newsroom How the Marketers and Managers are Reshaping Today's Media* (New York: Columbia University Press, 1993); John Mcmanus, *Market-Driven Journalism: Let The Citizen Beware?* (Thousand Oaks, Ca: Sage, 1994); Dennis Mazzocco, *Networks of Power: Corporate TV's Threat to Democracy* (Boston: South End Press, 1994).

¹³ Elizabeth Lesly, "Self-Censorship is Still Censorship." *Business Week*, 16 Aralık 1996, s. 78.

Trajik bir biçimde, ABD’de (ve diğer yerlerde) “özgür basın”, hükümeti özgürlüğün örgütlü düşmanı olarak tanımlamaya devam eder. Oysa ki Amerikan hükümeti, gazetecilere engel olmayı düşünseydi, birçok farklı yayınevi kapatılırdı ve yayınlanan haberler hükümet çıkarlarına hizmet ederdi. Böylesi bir durum ise kuşkusuz, Amerikanın İçsavaş, komünizm korkusu ve Watergate skandalından beri yaşadığı en büyük politik krizini gündeme getirirdi. Ancak yine de tüm şirketler aynı takımda buluştukları zaman bile bu söylenti politik kültürde varlığını sürdürebilir.

Bugünkü gazete ve televizyon haberciliği, medya sisteminin birlikte yönetim ve sürekli kâr mantığının kazazedeleri olarak değerlendirilmemelidir. Anonim şirketlerin birçok dergiyi ele geçirmesi, anonim şirket sahiplerinin politik gündemine hizmet eden ve reklâmcıları mutlu eden yazılara dikkati çeken editörler üzerinde kurulan baskının artmasına neden olmuştur. 1997’de Chrysler ve Colgate-Palmolive gibi reklâmlarla oldukça başarılı olan reklâmcılar, dergi yayıncılarından, hoşlarına gitmeyen bir yazıyla karşılaşmaları takdirde reklâmlarını yayından çekebilmek için, magazin ilgi gören yazıları hakkında bilgilendirilmeyi istemişlerdir.¹⁴ Benzer bir talep kitap yayıncılarına da getirilmiştir. Şirketleri ortaklaştırma çabasının ardından dünyanın en büyük dört medya şirketine sahip olan üç kuruluş, şimdi de küresel büyüklükteki üç kitap yayıncılığının üçünün de sahibi olmuştur. Anonim şirketler haline gelen yayıncılık bugün, kitaplara medyanın o “her şeyi ters yüz edebilen” yapısını kazandırmak kadar, bu şirketlere engel teşkil eden kitaplardaki politik doğruların değiştirilmesinde de pazara önderlik etmektedir. Yakın bir zamanda, toplumsal kültürde ve tartışmalarda önemli bir role sahip olan kitap yayıncılığı, bu özelliğini yitirmiş ve korporatif şirket sahiplerinin en önemli ilgi odağı haline gelmiştir. *Variety*’e göre kitaplar, medya holdinglerinin kontrolüne girmiş, “sel gibi akan sıradan ürünlerin üretimi bile denetim altına alınmıştır.”¹⁵

¹⁴ G. Bruce Knecht, “Magazine Advertisers Demand Prior Notice Of ‘Offensive’ Articles,” *The Wall Street Journal*, 30 Nisan 1997, s. A1.

¹⁵ Chris Petrikin, “Book Biz: Read it and Weep,” *Variety*, 12-18 Mayıs 1997, s. 1

Şirketlerdeki bütünleşme ve kâr maksimizasyonu, aynı şekilde müzik, radyo, televizyon ve film sektörü üzerinde büyük etkiler yaratmakla birlikte, şirket hisselerinin ticarî başarısını sürekli olarak artırmaktadır. *Variety*'nin 1996'da 164 film üzerinde yaptığı araştırmadan elde ettiği sonuca göre "60 Milyon Doları aşan bir bütçeyle çekilen filmler, ucuz bir bütçeyle çekilenden çok daha fazla kâr getirmektedir." Hollywood'un film yapımcılarından biri, ortaklık kuran şirketlerin "içeriğinin daha fazla homojenleşmesi ve daha az risk altına girmesi nedeniyle temel çizgisinde daha büyük bir etki yaratarak" bu süreci hızlandırdığına dikkati çekmektedir. En az risk alan ve en üst sırada yer alan film türlerinden biri de "aksiyon filmleri"dir. ABD'nin ülke dışındaki satışlarında meydana gelen hızlı artış da Hollywood'un bu filmlere yönelmesini teşvik etmiş, böylece yurt içinde elde ettiği gelirden çok daha fazlasını kazanmıştır. Dövüş, komedi ya da drama sahneleri çok daha az nüans gerektirdiğinden tüm pazarlarda daha fazla popülerdir. Bir medya yöneticisinin belirttiği gibi, "kıça atılan tekme her yerde gösterilmektedir" Korporatif medya devlerinin daha az risk altına girmelerinin diğer yolu, tamamlayıcı malların üretimine katkı sağlayacak filmlerin yapılmasında birbirlerine yardım etmeleridir: Burada elde edilen gelir ve kârlar genellikle eşit biçimde dağıtılmış ya da daha fazla kâr bilet gişelerindeki satışlara ya da video kiralamalarından elde edilen gelirlere tâbi kılınmıştır.¹⁶ 1996'da Hollywood ve Madison Avenue arasında yapılan bu ortaklık, temeli Nike ayakkabılarının ticaretine dayanan, Michael Jordan ve Bugs Bunny'nin başrollerini oynadığı ve "reklâm dünyasının en yeni yönetmeni" tarafından yönetilen Time Warner'ın 'Space Jam' filmini piyasaya çıkarmıştır. *Forbes* dergisinin belirttiği gibi, "bir filmin asıl amacı satış, satış ve satış". Time Warner "film karakterleriyle ilgili oyuncaklar, giyim, kitap ve spor malzemelelerinden 1 Milyar Dolar gelir sağlamıştır." Böylece film yapımının sanatsal içeriği de ortaya çıkmaktadır.

¹⁶ Bruce Orwall. "Disney Chases Live-Action Merchandising Hits," The Wall Street Journal. 27 Kasım 1996, s. B.1.

Ticarîleştirilme medya sisteminin her ayrıntısına nüfuz etmektedir. Amerika'da son on yılda reklâmcılığın gücü hızla artmış; haftada 6000 reklâm yayınlayan Amerikan televizyonculuğunda 1983'ten beri bu oran %50'yi aşmıştır. *Business Week*'in tespit ettiği gibi "toplumsal tüketim reklâmların ardında gizlenmektedir." Reklâmcıların "ayakta kalan her şeyi mesajlarıyla damgalamayı" hedefledikleri yeni yaklaşıma ilişkin veriler hiç de iç açıcı değildir. Bu fırtınanın ve tüketicilerin geleneksel reklâmcılığa duyduğu şüphenin önüne geçebilmek için pazarlamacılar, eğlence sektörünün içine sızmaya çalışmaktadır. Örneğin Los Angeles'ta iki düzineden fazla danışmanlık şirketi, genellikle pazarlamacıların ürünlerini yayın programlarına yerleştirerek bu ürünlerin tanıtımının yapılması gibi kanunsuz bir amaç izlediklerinden, sektörle film yapımcılarını ortaklaştırmaya çalışmaktadırlar.¹⁷ "Madison Avenue ile Hollywood arasındaki ilişki giderek karmaşık bir hâl almaktadır." *Business Week*; "stüdyo sahipleri ve reklâmcılar kampanyalara şekil vermeye başladıklarında sınır tanımazlar." demektedir. Artık editörün çıkarlarıyla ticarî çıkarlar arasında var olan geleneksel ayırım azalmıştır. Bugün medya içeriğinin belirlenmesinde reklâmcılara düşen büyük rol daha da büyümektedir. Medya şirketlerinin sermaye ihtiyacı onları, reklâm şirketlerinin programlarda sponsorluk yapma istemine götürür. Bir raporda değinildiği üzere "Medya içi ağlar, daha büyük bir rol talep eden reklâmcılara bu imkânı sunmaktan hoşnutturlar."¹⁸ (CBS'in sahibi) Westinghouse'un CEO'su Michael H. Jordan; "biz reklâmcılara hizmet için buradayız" der ve ekler: "bu bizim varoluş nedenimizdir."

İnternet ve Dijital Devrim

1990'larda dikkati çeken en önemli gelişme, küresel ticarî medya sisteminin öne çıkışıdır. Bu dönemde dikkati çeken diğer

¹⁷ Michael Schneider, "Brand Name Dropping," *Electronic Media*, 26 Ağustos 1996, s. 1-30.

¹⁸ Mary Kuntz ve Joseph Weber, "The New Hucksterism," *Business Week*, 1 Haziran 1996, s. 82.

önemli gelişme işe, genelde dijital bilgisayar ağlarında ve özelde internet kullanımında meydana gelen artıştır. Telefon ve diğer tüm medya türleri arasındaki geleneksel ayırıma dayanan dijital medya mantığı artık kaybolmaktadır. Yakında, bu endüstriler bir noktada “birleşecek”, firmaların bu alanlardan birinde etkin olmaları, diğerleriyle rekabet etmeye muktedir olmalarına göre belirlenecektir. Bugün telefon ve telgraf şirketlerinin birbirlerine yardım etme önerileri bu birleşmeye bir örnektir. İnternet, ilerici ve demokratik bir iletişim ağının oluşturulmasında, özellikle de geleneksel ticarî medyanın zorlamalarına maruz kalan eylemciler için önemli bir alan açmaktadır. Bu, internet’in oldukça pozitif bir gelişme olarak kabul edilmesini sağlamaktadır. Bazıları internetin, küresel medya tekelinin idaresini alaşağı edeceğini ve özgür, sansürsüz, demokratik bir iletişim üzerine kurulu altın çağın temellerini atacağını öne sürmektedir. Yine de internetin faal kullanımının, internetin geniş toplum kesimleri için demokratik bir alan oluşturup oluşturmayacağı başka bir meseledir. İnternetin insanlığı kapitalizmin ve ticarî medyanın ötesine taşıyacağı düşüncesi, onun son zamanlarda hızla ticarîleşiyor olmasıyla karşıtlık arz etmektedir.

Üstelik internetin, televizyonun ABD ve diğer ülkelerdeki hâkim konumuyla yer değiştirecek bir paya sahip olması epey zaman alacaktır. Geniş kitlelerin ekonomik yetersizliği, bilgisayarların maliyeti, kullanım imkânı ve çokluğu, bilgisayarın karmaşık yapısı ve karşılaşılan teknik sorunlar, internet kullanımını sınırlandıracaktır. Siber alemin imkânlarını araştırmada medya devleri arasında belki de en saldırgan tavrı sergileyen haber ağının sahibi olan Rupert Murdoch, bir haber kaynağının kurulmasının “insanların beklediğinden çok daha uzun zaman alacağını” belirtmiştir. Murdoch, Amerika’da ve Batı Avrupa’da bir ağın kurulmasının 2010 ya da 2015’e kadar süreceğini, tüm dünyaya yayılmasının ise yirmi birinci yüzyılın ortalarını bulacağını tasarlamıştır.¹⁹ Halinden memnun bir internet üreticisi olabilmek için her yıl 400 Milyon Dolar harcama yapan Microsoft’un sahibi Billy Gates, internet’in

¹⁹ Raymond Snoddy ve Alan Cane, “Full multimedia impact years away, says Murdoch,” *Financial Times*, 12 Mayıs 1992.

kitlesel kullanım sürecinin “oldukça yavaş olacağını” kabul etmektedir. Bu, medya ve iletişim endüstrileri arasındaki açık bir uzlaşmanın ifadesidir, ayrıca eğer kapsamlı bir bilgi otobanının oluşacağı gün yakınsa, bu ifade tüm dünyaya yönelik yayıncılığa ve dijital uydulara yapılan muazzam şirket yatırımlarının neden şüpheyile karşılaşabileceğini de açıklar. Universal’ın başkanı Frank Biondi’nin 1996’da belirttiği üzere, medya şirketleri “İnterneti bir rakip olarak görmemektedir.”

Firmaların internet üretiminden ve pazar sistemlerinin tümünden nasıl para kazanacakları sorusu oldukça önemli olmakla birlikte cevabı henüz netleşmiş değildir. En ümit verici tahminler, sadece Amerikan internet reklâmcılarının 2000 yılındaki 5 Milyar Dolarlık harcamalarını görseler bile, bu Amerikan reklâmcılığının yıllık harcamalarının sadece %2 ya da %3’lük dilimine denk düşmektedir. Medya devleri, dışarıya hizmet sunabilmek ve kendilerini siber alemin hâkim oyuncuları haline getirebilmek için gerekli olan tüm kurulu web sitelerine, internet ürünlerine ve güçlü internet paketlerine sahiptirler. Medya devleri, internet girişimlerinde ilerleyebilmek ve pazara hâkim olan reklâmcılarla kurdukları ilişkileri internet dünyasına çekebilmek için medyayı da kullanabilirler. Sözün kısası, eğer internet, kullanışlı bir hâle gelirse, birçok medya âlemi internetten yararlanabilmek için iyi bir şansa sahip olacaktır. İnternet dünyasının diğer “kazananları” ise muhtemelen pazarın bir kısmını ele geçirebilecek imkânlara sahip olan Microsoft gibi şirketler olacaktır.

Medya şirketleri, internet üzerinden bugün doğrudan bir tehditle karşılaşmazken, bilgisayar yazılım üreticileri ve telekomünikasyon şirketleri böyle bir tehditle karşı karşıyadır. İnternetin her iki iş yerinde ve her iki endüstrideki temel niteliği değişmekte, internete girme çabaları onların tüm aktivitelerinin kalbi haline gelmektedir. Nihâî birleşmeler ve ortaya çıkan ittifaklar medya şirketleri kadar küresel medyada da korkunç bir etki yaratarak bunları dijital medya imparatorluğuna dönüştürecektir. Bir tahminde bulunacak olursak; internet çok daha ticarî bir alana dönüşen dijital iletişim ağının yerini alacaktır.

Küresel pazar ekonomisinin köşe taşı olan özelleşme ve ticarileşmeden dolayı, sadece elli yıl önce, kâr etmeyen ulusal medya tekelleri olarak kabul edilen küresel medya şirketlerinin yeniden yapılanma içinde olduğu görülmektedir. Bu eğilim, 1977’de Dünya Ticaret Örgütü’nün hazırladığı ve telekomünikasyonun yeniden düzenlenmesinde dönüm noktası oluşturacak bir anlaşmanın 68 şirket tarafından (ki bu oran tüm medya pazarının %90’ını oluştuyordu) imzalanmasıyla resmîlik kazanmıştır. Söz konusu anlaşma, tüm pazarların yabancı rakiplere ve sermayedarlara açılmasını sağlayacaktır. 1990’ların sonlarında dünyanın en büyük şirketleri küresel ittifaklarla birleşebilmek için yarışmıştır.²⁰ İngiliz Telekomünikasyonu Kasım 1996’da birlik oluşturmak için MCI’ı 20 Milyar Dolara satın alarak, bu ortaklıkların resmî şirketlere dönüşebileceğini göstermiştir. AT&T; Singapur Telekom ve Tek Bıçimli Dünya ya da Dünya Ortakları olarak adlandırılan dört büyük Avrupalı ulusal şirketle (Sprint, Deutsche Telecom ve France Telecom) müttefik olmak suretiyle küresel bir tekel kurmuştur.²¹ *Financial Times*, bu sürecin son noktasında “bir avuç medya devinin dünya pazarını idare edebileceğini” ileri sürmektedir. MCI’nın başkanı Gerald H. Taylor 1996’da bir açıklama yapmıştır: “önümüzdeki beş yıl içinde muhtemelen altı küresel ekibin dördü ayakta kalmayı başaracaktır.” Bu her bir küresel ittifak, kârlı pazarlara sahip olan telefon, çağrı cihazları ve internet giriş hizmetlerin tek bir alışveriş merkezinde toplanmasını amaçlamaktadır.

Pazar ve birleşme mantığıyla küresel medya oligopolünün önümüzdeki on ya da yirmi yılda sınırlarını çok daha fazla genişleteceğini söyleyebiliriz. BT-MCI bu gün News Corporation ortaklığının %13,5’luk hissesine sahiptir ve U.S.West’in Time Warner’da önemli bir payı bulunmaktadır. Medya devleri yakında,

²⁰ Tony Jackson, “MCI sees the future in ‘one-stop’ services,” *Financial Times*, 8 Ağustos 1996, s. 15.

²¹ “Küresel Telecom Alliances,” *Information Week*, 13 Kasım 1995, s. 40; Michael Lindemann, “Telecoms Operators Launch Küresel Alliance,” *Financial Times*, 1 Şubat 1996, s. 16.¹⁶ Bruce Orwall, “Disney Chases Live-Action Merchandising Hits,” *The Wall Street Journal*, 27 Kasım 1996, s. B.1.

telekomünikasyonun “küresel ekiplerle” birleşecek ve bilgisayar şirketlerini yönetmek için çaba harcayacaklardır. Bir düşünürün dediği gibi, “tüm bilgi-iletişim şirketlerinin niyeti, üretim ve dağıtım ağlarındaki bu tekeli kontrolün gelecekte nereye varacağını belirlemektir... M&A (Merger and Aquisitions)ın temel gayesi iletişim sektörüne ait üç temel telekomünikasyon ürününün; ses, kayıt ve videonun kendi aralarındaki geçişleri kontrol altına almaktır.” Sözün kısası, internet ve dijital iletişim ağları, iletişimin küresel düzlemdeki oligopolistik gelişimini sekteye uğratmayacak aksine, internet de bu süreçle bütünleşecektir. Pazarın kontrol ettiği sistemle uyum içinde olacağından İnternet de, iş dünyasının ve zengin tüketicilerin ihtiyaçlarını gidermek amacıyla inşa edilecektir. Burası kârın en kolay elde edildiği alandır.

Gerçekte internetin pazara sunulması, gelişmiş ülkeler (özellikle de ABD) ile diğer ülkeler arasındaki eşitsizlikleri artıracaktır. 1996’da gelişmiş ülkelerdeki internet kullanımı sadece %4 iken, web kullanıcılarının neredeyse %75’i ABD’lidir.²² İleride bu uyumsuzluk muhtemelen azalacaktır, ancak internetin önemli bir sorun yaratmayacağına inanmak için ortada çok az neden vardır. İngilizce, resmî web dili olarak etkin bir biçimde kullanılmaktadır ve bu sayede ABD’li şirketlerin ve kullanıcıların ellerini güçlendirmektedir. Diğer yandan da internet, ABD’de olduğu gibi gelişmekte olan dünyaya da sunulmakta; iş dünyasının ve zengin zümrenin ilk ve en önemli aracı olarak kullanılmaktadır. Bu anlamda onun ulusların kendi aralarında ve içlerinde yaşadıkları eşitsizlikleri arttırması büyük bir olasılıktır. Söylenenlerin ışığında şu örnek verilebilir: Perulu bir kooperatif, internet kullanımını kırsal kesime taşımaya kalkıştığında, yakın zamanda özelleştirilmiş olan Perulu iletişim servisi onlara gerekli ekipmanı vermeyi reddetmiştir. Çünkü şirketin kendi ticarî internet hizmetini oluşturmak gibi bir planı söz konusudur.²³

²² Robin Frost, “Web’s Heavy U.S. Accent Grates on Overseas Ears,” *The Wall Street Journal*, 26 Eylül 1996, s. B4.

²³ Calvin Sims, “A Web Entree for Peruvians Without PCS,” *New York Times*, 27 Mayıs 1996, s. 25.

Uzun zaman önce, internetin 1994 ve 1995'teki dönemi hatırlındığında, bazı internet meraklılarının, yeni teknolojinin gücü karşısında gereğinden fazla büyülenmiş oldukları görülür. "siber-uzay"ı ise kâr amaçlı iletişimin sonu olarak değerlendirmişlerdir, çünkü şirketlerin üzerinden atlamak suretiyle, küresel düzlemde kendi aralarında doğrudan iletişim kurabileceklerini zannetmişlerdir. Bu düşünce o zamanlarda kaldı. Belki de, 1990'ların son dönemlerinde meydana gelen en dikkat çekici değişim interneti gazetecilik, politika, medya ve kültürün nitel anlamda farklı ve eşitlikçi parçası olarak gören bu kesimin sahip olduğu beklentilerdeki hızlı azalmadır. İnternet ya da onu izleyen dijital iletişim sisteminde yer alan ticarî medyanın içeriği bunun da genelde yaşananlardan farklı olmadığını gösterir. Gerçekten de reklâmların ve ticarîleşmenin internet üzerinde başka bir yerde görülmeyecek kadar büyük etkisi vardır. Reklâmcılar ve medya şirketleri ticarî zaferlerini kurumsallaştırabilmek için interneti ticarî televizyonlara benzetmeye can atar. Aralık 1996'da Microsoft, Microsoft ağını televizyon formatına uyarlayabilmek için yeniden biçimlendirmiştir.²⁴ AT&T'nin internet hizmetleri yöneticisi internetin, reklâmcılık yönetiminde varolan en büyük medya alanı olabileceğini söylemektedir: "iyi hazırlandığı takdirde tüketim ve eğlence arasında en ufak gerginlik sezilmeyecektir." 1995'te, internetin ticaret ve hükümet kontrolü dışında var olan bir kamusal alan olabileceği konusunda heyecan duyan Frank Beacham, bir yıl sonra "kamusal çıkarlara hizmet eden katılımcı bir alandan, şirketlerin tüketici merkezli bilgileri sunduğu bir yayıncılık düzlemine dönüşen" interneti büyük bir üzüntüyle eleştirmiş ve en azından karşılıklı etkileşimin, ticarî işlemler ve e-posta üzerinden yapılan satışlarla sınırlandırılmasını talep etmiştir.

²⁴ Don Clark, "Microsoft's On-Line Service Goes to a TV Format, " The Wall Street Journal, 9 Aralık 1996, s. B8.

Küresel İletişim Nereye Gidiyor?

Küresel ticarî medya ve iletişimin yapılandırılmasına dönük tâbiyet birkaç düzine büyük şirket tarafından desteklenmektedir. Benzer şeyler kapitalizmin güçlü iradesi ile ilgili olarak da söylenebilir. Yine de, ortaya çıkan bu iletişim sistemi, pazar ekonomisi gibi, problemler ve gerilimlerle yüklüdür. Ortaya çıkan sisteme dönük sınırlandırmalar, iş dünyasının ya da üst-orta sınıf tüketicinin gözünden bakılmadığında, sallantıda olduğu görülebilir. Belki de, medya reformu için oluşan örgütlenme alanındaki eylem dalgasına başka hiçbir alanda tanık olunmamıştır. Amerika'da dürüst, doğru habercilik ve İngiltere'de Özgür Basın ve Yayın Kampanyası gibi çalışmalar yürüten grupların tümü, insanları ticarî medyayla ilgili problemlerin çözümü ve toplumsal değişimin örgütlenmesi ile ilgili olarak eğitmektedir. Bu gruplar sadece ticarî medyayı eleştirmekle kalmaz, ayrıca kamu hizmetine dayalı yayıncılığı ticarî ve bürokratik tecavüzden korumak için de örgütlenir. Benzer grupların sayısı her yerde giderek artmaktadır. Son günlerde kurulan Kültürel Çevre Hareketi (Cultural Enviroment Movement) gibi örgütler kendilerini ulusüstü düzlemde tanımlamaktadırlar. Örgütlü iş gücü de dünyaya karşı, kamusal hizmete dayalı medya ve iletişim meselelerinde aktif bir konum almaya başlamıştır. Zapatistalar gibi ilerici toplumsal hareketler, programlarında küresel ticarî medyanın mantıksızlıklarına öncelikli bir yer vermektedir. Demokratik sol partiler yapılan medya reformuna oluşturdukları platformlarda öncelik tanımaktadır. Aslında mesaj fazlasıyla açıktır: Demokratik bir medya yoksa demokrasi var olamaz.

Pek çok etkinlik, kâra ve ticarete dayanmayan bir medya sisteminin kurulması yönünde gerçekleştirilmektedir. Yeni dijital teknolojiler, bu eylemcilere, iletişime dönük çalışmalara başlamaları için muazzam genişlikte bir alan imkânı sunmaktadır. Bu gün demokratik bir medya için gerekli teknolojik temelin mevcut olması birkaç yıl öncesi için düşünülmesi bile mümkün olmayan bir konudur. Tüm dünyanın karşısında, korsan radyo, kamusal

televizyon, video ve internet siteleri bekl nmedik bir patlama yaşamıştır. Ancak, kendi haklarını ve kaynaklarını talep eden örgütlü bir politik g    olmadıkça, alternatif medyanın küresel medya sistemi içindeki marjinal rolünün artacağına hükmetmek için ortada fazla bir neden kalmayacaktır. Bu, demokratik medya yandaşları için bir an önce başlaması gereken bir mücadeledir. Demokratik iletişim için verilen mücadelede küresel iletişimin politik ekonomisi, değişimin daha iyiye doğru gerçekleşmesi adına, ortaya çıkan sistemin doğasını anlamak ve açıklamak zorundadır.

Mayıs 1997

MODERNİZM, POSTMODERNİZM YA DA KAPİTALİZM?

Ellen Meiksins WOOD

1970'ten itibaren, yeni bir tarihsel döneme girildiğini varsayıyoruz. Bu dönem, çeşitli şekillerde açıklanabilir. Diğer teoriler daha çok ekonomik dönüşümler, üretim ve pazarlamada meydana gelen değişimler ya da korporatif ve finansal organizasyonlar ("geç kapitalizm", "çok uluslu kapitalizm", "esnek birikim" vs.) üzerinde dururken bir kısmı da, meydana gelen kültürel değişimlere ('postmodernizm') vurgu yapmaktadır. Bu tanımlamalar yeni teknolojileri, iletişime ait yeni biçimleri ve "süper bilgi otobanı" olarak görülen interneti içerir. Ne tür bir değişim yaşanırsa yaşansın, bu yeni çağ "enformasyon çağı"dır. Diğer faktörlerin bu dönemsel değişimlere etkisi her ne olursa olsun, yeni teknolojiler bu değişimlerin kaçınılmaz ögesidir. Teknolojik temele sahip tüm bu kültürel ve ekonomik faktörler, "postmodernite" kavramı çerçevesinde bir araya getirilmekte ve son yirmi ya da otuz yılda "moderniteden" postmoderniteye doğru tarihsel bir geçiş dönemine tanık olduğuna ifade edilmektedir.

* Bu makale, Nisan 1996'da "Monthly Review" tarafından düzenlenen Sosyalist Araştırmacılar Konferansı'nda yapılmış bir konuşmadan yola çıkılarak kaleme alınmıştır. Bunun farklı bir versiyonu, birkaç hafta sonra Sussex Üniversitesinde düzenlenen "Günüümüz Kapitalizminin Yönü" konulu konferansta sunulmuştur. Gözden geçirilmiş ve genişletilmiş bir başka versiyonu, "Monthly Review 48" in 3. Sayısında (Temmuz/Ağustos 1996) yayınlanmıştır. *Review of International Political Economy*'nin özel bir yayın için (Sussex konferansına bağlı olarak) tekrar gözden geçirilmiş ve genişletilmiştir. (Her ne kadar şiddetli itirazlarını karşılamada yetersiz olduğunu hissedeceklerinden emin olsam da, faydalı eleştirileri ve önerileri için Andrew Chitty'e ve Hanne's Locher'e minnettarım). Son olarak makalenin bazı bölümleri, Monthly Review 48'in 9. Sayısında (Şubat 1997) A. Sivanandan'ın yukarıda bahsettiğim MR'deki makaleye yaptığı eleştiriye cevap olarak yazdığım "Küreselleşme ve Dönemsel Değişmeler: Bir Değiş Tokuş" adlı makaleme dayanmaktadır.

Moderniteden Postmoderniteye

Burada, kapitalizmin tarihinin fasıllar halinde, modernite ve postmodernite olarak iki büyük evre içinde değerlendirilmesinin sonuçları üzerinde durmak istiyorum. Ardından, modernite kavramında bana yanlış gelen noktaya yakından bakacağım. Eğer *bu* kavram çökerse, *postmoderniteye* ait bir soldan artık söz edilemez. Burada asıl amacım, bu tip fasıllılaştırmaların, kapitalizmi anlamaya yardım mı ettiğini yoksa engel mi olduğunu anlamaktır.

Öncelikle bir şeyi açıklığa kavuşturmam gerekiyor. Kapitalizmin hiç bitmeyen değişimlerine dönük bir analiz elbette ki önemlidir. Ancak kapitalizmi belli fasıllarla adlandırma önerisi, kapitalizmin yaşadığı değişim sürecini takip etmekten çok daha fazlasını içerir. Fasıllı değişikliklerin ayrıştırılmasına yönelik bir öneride bulunmak, kapitalizm gibi bir sosyal biçimin tanımlanmasında neyin önemli olduğunu gösterir. Dönemsel değişiklikler, sistemdeki bazı temel kurucu unsurlarda yaşanan temel dönüşümlerle birlikte gerçekleşmelidir. Başka bir deyişle, kapitalizmin fasıllılaştırılma biçimi ilk planda, sistemi nasıl tanımladığımıza bağlıdır. Bu durumda sorulacak soru şudur: Modernite ve postmodernite kavramları, bu kavramları kullanan insanların kapitalizmi anlama biçimleri hakkında bize ne söyler?

Burada, kendilerini son derece rahat bir biçimde postmodernist olarak adlandıran ya da bizim genel olarak öyle adlandırdığımız insanların düşüncelerinden bahsetmeyeceğim. İlgilendiğim asıl konu, Fredric Jameson ve David Harvey gibi Marksistler de dahil, bazı insanların kendi politik ekonomileri dahilinde neye postmodernite dediğiyle ilgilidir. Bu amaçla, zihinlerinde olanları genel hatlarıyla aşağıda açıklayacağım.¹

Jameson ve Harvey gibi teorisyenlere göre modernite ve postmodernite, kapitalizmin iki farklı evresini temsil eder. Kapitalist birikimin temel mantığı işlemeye devam ettiğinden modernitenin postmoderniteye dönüşümü, kapitalizmin postkapitalist ya da

¹ Bkz.: Fredric Jameson, "Five Thesis on Actually Existing Marxism", *Monthly Review* 47, No. 11 (Mayıs 1996) ve David Harvey, *The Condition of Postmodernity* (Oxford ve Cambridge, MA, 1990).

“post endüstriyel” bir çağa dönüşümü olarak görülemez. Lâkin kapitalizmin doğasında yine de bir “değişim-dalgası” mevcuttur, bir materyalin başka bir konfigarasyona doğru yer değiştirerek dönüşmesi, varolan kültürel formasyonun başka bir formasyona doğru farklılaşmasını da ifade eder.

Jameson’a göre postmodernite, “geç kapitalizm”e ya da kapitalizmin çokuluslu “enformasyon” ve “tüketime dayalı” evresine denk düşer. David Harvey, Regulation School’u (Düzenlemeci Okul) izleyerek bunu Fordizmden esnek ölçekli birikime geçiş olarak tanımlamaktadır. Benzer bir düşünceye, küçük bir farkla, bazı “düzensiz kapitalizm”² teorilerinde de rastlanmaktadır. Bu durumda postmodernite, kapitalizmde standartlaştırılmış malların seri üretimin yerini aldığı ve emek biçimlerinin esneklikle yer değiştirdiği bir evreye denk düşer: Yeni üretim biçimleri, “düşük üretim”, “takım kavramı”, “zamanında” üretim; çeşitlendirilen ürünlere uygun pazarların, “esnek” iş gücü ve sermaye akışı vb.’nin sağlanması, tümüyle yeni enformasyon teknolojileri sayesinde gerçekleşmiştir.

Bu teorilere göre, ekonomik değişimleri büyük kültürel değişimler takip eder. Bu değişimlerin açıklanmasındaki önemli yöntemlerden birisi de, Harvey’in “zaman-mekân sıkışması”yla ilgili tanımıdır; buna göre telekomünikasyonunun yeni biçimleri, üretim ve pazarlamada geliştirilen hızlı yöntemler, yeni tüketim biçimleri, yeni finansal örgütlenme biçimleri, yeni teknolojilerin daralttığı alanlar ve yine yeni teknolojiler sayesinde kazanılan zaman sayesinde gerçekleşmiştir. Ortaya çıkan sonuç, postmodernizm formülü içinde özetlenen yeni bir kültürel ve entelektüel konfigürasyondur. Bu formül, “modernite projesi”yle birleşen entelektüel modellerin modernite kültürünün yerini alması sonucunda belirlenmiştir.

Bu verilere göre, modernite projesinin temelleri her ne kadar on.dokuzuncu yüzyılda atılmış olsa da, kökeni Aydınlanma’ya da-

² “Düzensiz Kapitalizm” Teorisi için, bkz.: S. Lash ve J. Urry, *The End of Organized Capitalism* (Oxford, 1987).

yanır. Aydınlanma projesinin, rasyonalizmi, teknosentrizmi, bilgi ve üretimdeki standardizasyonu, ayrıca doğrusal ilerlemeye ve evrensel, mutlak gerçeklere dönük inancı temsil ettiği iddia edilir. Her ne kadar kökü Aydınlanma’da temsil edilen modernite, septsizm, değişim hassasiyeti ve nihayet olasılık içinde görülebilecek olan *Post-modernizm* ise modernite projesine karşı bir tepki kabul edilir. Aslında postmodernizm dünyayı parçalanmış ve belirsiz varsayar, dünya ve tarihe ilişkin “bütünleyici” tartışmaları, “meta anlatı”ları, kapsayıcı ve evrensel teorilerin tümünü çöpe atar; başka bir deyişle bu teori, evrensel politik teorileri ve evrensel kurtuluş projelerinin tümünü reddeder. Yani, baskılar karşısında geliştirilen birçok kısmî çaba, “*insanlığın kurtuluşu*”nu içeren mücadele projelerine tercih edilir.

Öyleyse, kapitalizmin tarihini, modernite ve postmodernite olarak iki evreye bölmenin anlamı nedir? Akılda tutulması gereken ilk önemli şey, modernitenin kapitalizmle tanımlanıyor oluşudur. Bu tanımlama zararsız görülebilir, ancak böyle bir tanımlamanın maddî bir hatayı içerdiğini belirtmek gerekir. Esasında bir yanlış anlamadan kaynaklanan ve modernite projesi olarak telaffuz edilen düşüncenin kapitalizmle ilişkisi çok zayıftır.

İkinci nokta bu fasılalaştırmanın, kapitalizmde iki büyük evre olduğunu ve tek bir büyük kopuşun gerçekleştiğini ifade ediyor olmasıdır. On sekizinci yüzyıldan (muhtemelen) 1970’lere (Harvey bu konuda kesin bir tarih verir: 1972) kadar uzanan dönemde yaşanan her şey modernite kapsamında ele alınır. Moderniteye ait uzun evreleri, (Jameson ve Harvey’in yaptığı gibi) daha küçük evrelere bölebiliriz. Ancak o zaman da postmodernite, kırılmanın ayırt edici bir biçimini temsil edecektir. Bazıları, ortaya atılan görüşün bir kırılma olduğuna ya da taşıdığı öneme tamamen katılmıyor olsa bile, yaşananın kapitalizmin tarihindeki diğer dönemsel değişikliklerden farklı olduğu konusunda oydaşmış görünüyorlar. Bu, kapitalizmin sadece kendisini önceleyen dönemle değil, tüm tarihle yaşadığı kırılma gibi görünmektedir. En azından bu durum, moderniteyi Aydınlanma’nın izlerinde aramanın kaçınılmaz bir göstergesidir. Dolayısıyla, kapitalizmin tarihindeki bir yerde, modernizm ve

postmodernizm arasında büyük bir kesinti söz konusudur. Şimdi bu kesintinin ya da en azından bu tür bir bakış açısının temelde sorunlu olduğunu tartışacağım.

Bu noktaların her birinin ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekir. Üzerinde durulması gereken ilk nokta, modernite kavramı ve bu kavramın kapitalizmle tanımlanması; ikinci nokta ise, yirminci yüzyılın son yarısında yaşanan tarihsel kopuştur. Burada, kapitalizm *içinde* yaşanan kırılmalara vurgu *yapan* postmodernizm teorisinin, dolaylı ya da dolaysız bir biçimde, kapitalist toplumlarla kapitalist olmayan toplumlar *arasındaki* kırılmaları önemsemeyen ve kapitalizmin tarihsel özgüllüğünü gizleyen bir tarih teorisine dayandığına dikkat çekeceğim.

Modernite ve Kapitalizmin Olmayan Tarihi

Öncelikle söze modernitenin kapitalizmle tanımlanmasından başlayalım. Bunun için en başa, kapitalizmin *kökenine* geri dönmemiz gerekir.³ Bu konuyu ele almamı gerektiren temel nokta, kapitalizm üzerine yapılan çalışmaların çoğunda kapitalizme ait gerçek bir başlangıç noktasından hiç söz edilmemesidir. Kapitalizm daima oradaymış gibi görünür; büyüyebilmesi ve olgunlaşabilmesi için zincirlerinden, örneğin feodalizm zincirinden, kurtulması gerekir. Bu zincirler tipik bir biçimde *politik* olmalıdır: Lortluğun parazitik iktidarı ve otokratik bir devletin sınırlamaları; *ekonomik* aktörlerin özgürce hareket edebilmesini ve ekonomik rasyonalitenin bağımsız gelişimini bu politik sınırların içinde hapseder. “Ekonomik olan”, değiş tokuş ya da pazarla tanımlanır; bu yönde ortaya konulan önerme, kapitalizmin tohumlarının en ilkel değiş tokuş pratiğinde her tür ticaret ya da piyasa etkinliği dahilinde mevcut olduğunu var sayar. Söz konusu önerme, tarihin teknolojik gelişimin doğal süreci olduğunu söyleyen bir başka önermeye bağlanır. Kapitalizm, pazarlardaki genişleme ve teknolojik değişmelerin doğru düzeye ulaştığı herhangi bir zaman ve yerde az çok doğal bir

³ Bu makalede aktardığım bazı düşünceleri, “From Opportunity to Imperative: The History of the Market” başlıklı bir başka yazımda geliştirdim; *Monthly Review* 46, No.3 (Temmuz/Ağustos 1994).

biçimde kendini gösterir. Çoğu Marksist açıklama, temelde burjuva devrimlerinin zincirlerden kurtulmaya yardım ettiği fikrine katılır.

Bu açıklamalar, kapitalist olan ve olmayan toplumlar arasındaki ilişkinin *sürekliliğine* vurgu yapar ve kapitalizme ait *özgüllüğü* yadsır ya da saklar. Değiş tokuşun çok eski zamanlardan beri var olması gibi, kapitalist pazar da benzer bir biçimde ortaya çıkmıştır. Bu açıdan, kapitalizmin üretim güçlerini devrimcileştirmeye dönük ihtiyacının nedeni, yayılma ve tarihüstü büyüme ihtiyacının *doğal* eğilimler sonucunda genişlemesi ve hızlanmasıdır. Öyleyse kapitalizmin soy ağacı, erken dönem tüccarlarından ortaçağ tacirlerine ve oradan da Aydınlanma dönemi burjuvalarına ve nihayet endüstriyel kapitalistlere dek uzanır.

Her ne kadar kasaba kavramı yerine köy; tüccar yerine de kırsal mal üreticileri kavramları kullanılsa da, bu öykünün bazı Marksist yorumlarında da benzer bir mantık söz konusudur. Bu yorumlarda, feodalizmin bağlarından kurtulan küçük üretim, kapitalizme doğru neredeyse doğal bir büyüme yaşar. Başka bir deyişle, şans verildiği taktirde küçük üretici de kapitalistin yolunu izleyecektir.

Bu anlatımlarda, özgül bir sosyal biçim olarak kapitalist pazar anlayışına yer verilmemesi, dramatik tarihsel kopuş düşüncesinin sonuçlarından birisidir. Kapitalist pazar, *zorunluk*, *baskı*, zorunlu birikim ve kâr-maksimizasyonundan ziyade, özel sosyal mülkiyet ilişkilerinde kökleşen ve emek verimliliğini teknik araçlarla geliştirmeye dönük özel yöntemlerin geliştirilebildiği bir *fırsat* gibi kabul edilir.

Birçok kişi tarafından kullanılan modernite kavramı, böylesi bir tarih görüşüne aittir. Bu görüş, kapitalizmi halihazırda mevcut olan eğilimlerin, hatta doğal yasaların belirlediği zaman ve mekân da sunulan fırsatın bir çıktısı olarak değerlendirir. Değiş tokuşun ilk biçimlerinden modern endüstriyel kapitalizme kadar ilerleyen evrimsel süreçte yer alan prangalı ekonomik güçlerin ve burjuvazinin ekonomik rasyonalitesinin geleneksel kısıtlamalardan kurtulmasıyla birlikte, modernitenin etkisi de açığa çıkar.

O halde modernite kavramı, kapitalist ve kapitalist olmayan

toplumlar arasındaki uçurumu *dikine kesen* tarih görüşüne aittir. Bu tarih görüşü, özellikle kapitalizmin hareket yasalarını evrensel tarih yasaları biçiminde işleme tâbi tutar. Ayrıca birbirinden farklı tarihsel gelişmeleri, kapitalist ve kapitalist olmayan başlıkları altında bir araya getirir. Daha da kötüsü, bu görüş, kapitalizmi tarihsel düzlemde görünmez kılar. En basit biçimde, kapitalizmi *doğallaştırır*.

Ayrıca kapitalizmin *doğallaştırılmasında* anti-modernizmin de benzer bir etkiye sahip olduğunu unutmamak gerekir. Bu sonuç, Max Weber'in sosyoloji teorilerinde de açıkça görülmektedir: Weber'e göre modern tarih, uzun bir *rasyonalizasyon* sürecidir; devletin bürokratik örgütlenme sürecindeki rasyonalizasyonunu ve ekonominin endüstriyel kapitalizm sürecindeki rasyonalizasyonunu içerir. Bu sürecin koşulladığı, akıl ve özgürlüğün Aydınlanmayla ilişkilendirilen ilerlemesi, insanlığın geleneksel kısıtlamalarından kurtulmasına bağlıdır; ancak rasyonalizasyon, aynı zamanda modern örgütlenme biçimlerinin “demir kafes”ini ya da yeni bir baskı biçimini üreterek bunu saklı tutar. Elbette bu iddiaların çoğu, “aklın” ve “rasyonalite”nin çeşitli anlamlarının özümsemesine bağlıdır. (Her ne kadar modern tarih analizi her iki kavrama dayanıyor ve bu nedenle de kapitalizmin araçsal “rasyonalite”si “aklın” Aydınlanma'daki anlamıyla açıklanıyor olsa da, Weber bu iki kavramı ayırma konusunda öne çıkan bir isimdir.) Buradaki paradoks, kapitalizm ve bürokratik egemenliğin, akıl ve özgürlüğün doğal uzantısı olarak kabul edilmesidir. Bugünün postmodernizminde de görülen karakteristik bir paradoksu Weber'in teorisinde de bulabiliriz: Ama anti-modernizmin yapısında, matemle ve kutlama arasında genelde büyük bir mesafe yoktur.

“Aydınlanma Projesi” ve Modernite

Kapitalizm ve modernitenin teorik açıdan birlikte ele alınması, kapitalizmin özgüllüğünü gizler; böylesi bir sonuca ayrı düzlemlerde kavramsallaştırılmamaları yol açar. Bu önermenin ardından madalyonun *arka* yüzüne kısaca bakabiliriz. *Kapitalizm* tarihsel bir özgüllüğe sahiptir, ancak eğer sözü edilen modernitenin kapi-

talizmle cüzî bir ilişkisi varsa bile, kapitalizmin moderniteyle tanımlanması modernitenin özgüllüğünü de gizleyebilir.

Bu düşünce doğrudan, modernite olarak adlandırılan olgunun kaynağına giderek açıklanabilir: Aydınlanma. Modernite, Aydınlanma dönemine geri dönülmesini gerektirecek bazı temel özelliklere sahiptir: Rasyonalizm ve rasyonel düzenlemeler üzerinde yoğunlaşma, “bütünleştirici” dünya görüşlerine gösterilen aşırı müsamaha, bilginin standardizasyonu, evrenselcilik, evrensel hakikate ve değerlere duyulan inanç, doğrusal ilerlemeye, özellikle akıl ve özgürlükteki ilerlemeye dönük bağlılık. Bu özellikler, kapitalizmin gelişimi ile ilişkilendirilmek zorundadır. Bunun nedeni, hem erken dönem kapitalizminin kendini geliştirmesi süreci içinde onları yaratması hem de bu ilkelerdeki ilerlemenin, rasyonalizasyon gibi, kapitalizmi de beraberinde getirmesidir.

Bildiğimiz gibi modernite, Aydınlanma projesi denilen saldırı tarzının doruk noktasını teşkil eder. Aydınlanma’ya ait, yukarıda da belirttiğim ve burada ona dönük suçlamalardan birini alıntıladığım değerler, “bütün bir yüzyılın insanlığını enkaz haline getiren felaketlerin kökeni”⁴ olarak ele alınmaktadır: Ekolojik yok oluşun tek kaynağı, dünya savaşları ve emperyalizmdir. Ancak yine de, burada geçmişte bu tip makul aydınlanma eleştirilerini de aşan tüm Aydınlanma karşıtı saçmalıkları irdeleyecek yerimiz yok. Bu durumda, basit bir noktaya değinmek gerek: Kapitalizmin “modernite”yle birlikte ele alınması, bebeğin küvetiyle birlikte dışarı atılmasını ya da daha kesin bir ifadeyle, küveti bırakıp bebeğin dışarı atılmasını teşvik eder.

Postmodernistler bizi, Aydınlanma projesinin iyi olan tüm yanlarını, özellikle insanın evrensel kurtuluşunu sağlama vaadini bir kenara atmaya davet eder ve yıkıcı etkiler nedeniyle yukarıda sıraladığımız değerleri suçlamamızı bekler. Ancak bizim yapmamız gereken, bu yıkıcı etkilerin sorumluluğunu kapitalizme atfetmek olmalıdır. Harvey ve Jameson gibi postmodernizmin Marksist teorisi

⁴ Roger Burbach, “For a Zapatista Style Postmodernist Perspective,” *Monthly Review* 47, No.10 (Mart 1996); 37.

yenileri genellikle bu tuzağa düşmezler, ancak oluşturdıkları fası-lalaştırmalar bu bakış açısından kurtulamaz. Bu noktada, Aydınlanma projesini, “modernite projesi”ne değil de kapitalizme ait ağır fiilî koşulların tüm görünümlerinden ayırmak gerekir. Bu aynı zamanda, sadece Aydınlanma karşıtı postmodernizme değil, kapitalizmin zafer çılgınlıklarına (ki her ikisi de aynı anlama gelir) karşı konulması içinde yararlı olabilir. Ancak mücadeleye başlayabilmek için meseleye önce tarihsel açıdan bakılmalıdır.

Savunduğum ve üstüne basa basa vurguladığım temel düşünce şudur: Aydınlanma projelerinin çoğu, sadece *pre*-kapitalist değil, kapitalist *olmayan* tüm toplumlara aittir. Başka bir deyişle, Aydınlanmanın birçok özelliği, kapitalistleşmemiş toplumsal mülkiyet ilişkilerinde kökleşir; sadece kapitalizme giden yolun bir geçiş noktası değil, ayrıca feodalizmin dışına doğru gelişen bir toplum biçimine de içkindir.

Burada, kafamda hızla ve oldukça eksik biçimlenen bir örneği aktaracağım: İlk olarak, on sekizinci yüzyılda mutlakiyetçi bir yönetime sahip olan Fransa’nın, bu konunun tarihsel bağlamıyla ilgili kısımlarının hızlı bir anlatımını yapmak istiyorum. Mutlakiyetçi Fransız devletine ilişkin temel kanı, sistemin politik bir biçime sahip olmasının yanı sıra, köylü sınıfının büyük bir kısmına ekonomik kaynak da sağladığı yönündedir. Bu anlamda bu sistem, Aydınlanmanın politik içeriğinin yanı sıra, ekonomik ya da nesnel yapısını da temsil eder. Bu dönemde mutlakî yönetim, artık ürünün belirlenmesinde merkezî bir role sahiptir ve hükümet binası, mülk sahiplerine kırsal üretim artığından yararlanma hakkı tanıyan bir mülk sahibi konumundadır. Belirtilmesi gereken başka bir konu daha var; aşırı ekonomik ödeneklerin mülk edinilmesi, feodalizme ait artıklardır ve bunlar parsellenmiş hükümdarlıklar olarak ifade edilir. Başka bir deyişle, olağanüstü ekonomik artıkların buradaki tahsis edilme biçimi, *kapitalist* sömürünün saf *ekonomik* biçimiyle dolaysız bir karşıtlık içindedir.

Şimdi modernite olarak telaffuz edilen olgunun kaynağı olarak bilinen on sekizinci yüzyıl Fransa’sına geri dönelim. Bu dönemde köylü sınıfı çoğunluğu oluşturmaktadır (%85 ile %90 arasında).

Fransa bu dönemde, kapitalist olmayan kuralların geçerli olduğu sınırlı ve parçalanmış bir iç pazara sahiptir ki bu, ülkenin bu dönemdeki yapısının, iş gücünden elde edilen artık değerın mülk edinilmesine dayanmadığı ve bir üretim değerine sahip olmadığı anlamına gelir. Bu dönemde Fransa, ticarî kâr ediniminde, eski dönem ortaklıklar üzerinden kâr sağlama, ucuz alım ve pahalı satış, lüks malların ticareti ya da hükümet desteği gibi pratiklerden yararlanır. Aynı dönemde, tüketici kesimin oluşturduğu pazarla karşılık içeren köylü halk, ezici bir çoğunluğa sahiptir. Aydınlanma'nın, tabiri caizse, temeli sayılan burjuvazi ise henüz kapitalist bir sınıf değildir. Aslında, genel anlamda ticarî bir sınıf olduğu bile söylenemez. Bu dönemin ve Fransız Devrimi sonrasının burjuvazisini oluşturan aktörler; profesyoneller, devlet memurları ve entelektüellerdir. Bunlar ise aristokratlarla olan kavgalarında kapitalizmi, feodalizmin zincirlerinden kurtarmaya fazla ihtiyaç duymamışlardır.

Öyleyse, modernite olarak telaffuz edilen olgunun savunduğu ilkelerin kaynağı nedir? Bu ilkelerin kaynağı, yeni fakat büyüyen bir kapitalizm midir? Bu ilkeler, kapitalist sınıfın feodal aristokrasie karşı mücadele arzusunu mu temsil eder? En azından modernite projesinin kapitalizmin istenmeyen bir sonucu olduğunu söyleyebilir miyiz? Ya da bu kurgu, farklı şeyleri mi temsil eder?

Bu soruları cevaplayabilmek için Fransız burjuvazisinin sınıf çıkarlarını incelemek gerekir. Bu konuya yoğunlaşmanın bir yolu da, Aydınlanma projesinin doruk noktasını oluşturan Fransız devriminin ilerletilmesi projesine yoğunlaşmaktır. Burjuvazinin bu dönemdeki devrimci hedefi nedir? Programlarının özünü toplumsal eşitlik, *imtiyazlara* saldırı ve "kariyer kapısının yetenekli insanlara açılması" talebi oluşturur. Bu örneğin, aristokrasinin tek tipleştirdiği ve girişi herkese karşı kapatmakla tehdit ettiği üst düzey hükümet görevlerine eşit kabulün sağlanması anlamına gelir. Bu ayrıca, imtiyazlı sınıfların çıkarı için, çok daha özel imtiyazlara sahip olanlar arasında vergi muafiyeti getiren düzenlemenin yerine konulan daha eşit bir vergi sistemini ifade eder. Bu durum, Ruhban Sınıf'ın artık daha fazla vergi yükü taşımasını gereksizleştirir.

Bu şikâyetlerin temel hedefi, bir yanda aristokrasi diğer yanda kilisedir.

Burjuvazi, ideolojik düzlemde kendi çıkarlarını nasıl ifade etmiştir? Örneğin, tüm zaman ve mekânlarda insanlığa uygulanan belirli evrensel ilkelere duyulan inanç olarak nitelendirilen evrensellik kavramını ele alalım. Evrensellik kavramı, Batıda uzun bir geçmişe sahip olmakla birlikte, bu kavramın Fransız burjuvazisinde taşıdığı anlam oldukça özel ve dikkat çekicidir. Kısaca değinirsek, burjuvazi ayırma ve ayrımcılığa, soyluluğa ve Kiliseye meydan okuyarak, kendisini aristokratik *tikelciliğin* karşısında evrenselliliğin savunucusu olarak ilân etti. Burjuvazi aristokrasi karşısında; eşit kent yurttaşlığı ve akrabalık, soy, köy, statü, ruhbanlık ya da sınıf gibi özel ve ayrımcı kimlikleri aşan evrensel bir kimlik olan “ulus”a başvurarak meydan okumuştur.

Demek ki *evrenselliliğin imtiyazlara* karşı olması, özel ve ayrımcı bir temele dayanan evrensel bir yasaya karşı olmak kadar, farklı imtiyaz ve dayatmalar sonucunda elde edilen hakların da karşısında olmak anlamına gelmiştir. Geleneksel imtiyazlara ve emrivaki haklara meydan okunmadan ticaret ve tüketim ilkelerine saldırıya geçmek oldukça kolay bir adımdır. Bu meydan okuma en basit haliyle, burjuvazi ve organik entelektüelleri geçmişten kopuşun tarihsel ajanları, akıl ve özgürlüğün temsilcileri, ilerlemenin öncüleri olarak gören bir tarihsel teoriye dönüşü ifade eder.

Burjuvazinin mutlakiyetçi yönetime dönük tavrı fazlasıyla karmaşıktır. Bu dönemde burjuvazi, devlet işlerinde makul bir kazançta sahip oldukça, monarşik devlet bunu olumlu karşılamış, sonrasında burjuva devrimi mutlakiyetçiliğe dönük merkezileştirilme projesinin tamamlayıcısı olarak kabul edilmiştir. Gerçekte ise burjuvazi, bir biçimde geleneksel düzene meydan okurken mutlaki temelleri reddetmekten çok onun genişlemesini sağlamıştır.

Evrensellik ilkesini tekrar ele alalım. Monarşik devlet on altıncı yüzyılda bile, soyluluğun ve diğer rakip hükümetlerin ayrımcılığına karşı genelde evrenselliliğin temsiliyetini talep eden Ruhban Sınıfı, özelde ise burjuvaziye destekleyerek, soyluların feodal taleplerine meydan okumuştur. Burjuvazi bu dönemde, diğer mut-

lakiyetçi ilkelerin de varisi olmuş ve bunları devam ettirmiştir: Örneğin, rasyonel tasarının şekillendirilmesi ve dilde standardizasyonun oluşturulmasına mutlakiyetçi hükümet Richelieu ve Colbert gibi memurları ile öncülük etmiştir. Her şeyin ötesinde, Fransız dilinin standardizasyonu, hükümetin merkezileşme projesinin bir parçası olsa da, bu proje klasik kültürel ifadesini Verailles'ın resmî alanlarında bulan bir "rasyonalizasyon" projesidir.⁵

Önemli bir dipnot eklemek istiyorum: David Harvey (ve Marshall Berman⁶) gibi insanlar modernitenin *düalizmine* vurgu yaparak, modernite ve postmoderniteye ilişkin oldukça önemli bazı bakış açıları getirmişlerdir. Bu yaklaşım Modernist duyarlılığı, evrensellik ve dokunulmazlığı; geçicilik, rastlantısallık ve parçalanmaya karşı duyulan duyarlılıkla birleştirir. Harvey ve Berman, bu düalizmin Aydınlanma dönemine kadar gittiğine dikkat çeker. Bu iddia zihinleri, kapitalizmle ilişkili olan modern yaşamın geçici, gündelik ve sürekli devingen ve değişken deneyimlerini anlama çabası olarak tanımladıkları evrensellik ve mutlak hakikat kavramlarıyla meşgul etmektedir.

Berman, modernist düşünüşün ilk örneklerinden biri olan Rousseau'nun *New Eloise*'unu modernist duyarlılığın ilk anlatımı olarak alıntılar (onu "modernitenin erken döneminde modern bir arketipik ses olarak"⁷ tanıtır). Pasajda söylenen sözlerin çoğu Rousseau'nun Aziz Preux adlı karakterinin Fransa'ya gelişiyle birlikte yaşadığı deneyimleri anlatan bir mektuptan alınmıştır. Berman, burada modernist düşünüşün yeni imkânlarının, sürekli devinim, değişim ve çeşitlilikten kaynaklanan bir huzursuzluk ve belirsizlikle ilişkilendirildiğini görür. Bu çalışma Berman'ın, erken dönem kapitalizmle ilişkilendirme deneyimidir.

Buna karşın, *New Eloise*'de St. Preux'un sözlerini, hatta Berman'ın modern yaşamın "Büyük Girdabı" ile ilgili çalışmasını

⁵ Bu paragrafta kısaca değinmiş olduğum konu şu çalışmada daha geniş bir biçimde ele alınmıştır: "The Pristine Culture of Capitalism; A Historical Essay on Old Regimes and Modern States" (Londra, 1991)

⁶ Marshall Berman, *All That is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity* (New York, 1982).

⁷ a.g.e., s., 18.

okuduğumda, bir modern kapitalizm deneyimini değil, şehir tarafından yenilenmenin neden olduğu eski çağa ait korkuları ve şaşkınlığı görüyorum. Rousseau'nun St. Preux'su ve Berman'ın "modern yaşam" deneyimine ilişkin söyledikleri sözler, Antik Roma şehrine gelen bir İtalyan tarafından da söylenmiş olabilir. Rousseau'nun, Romalı filozof Seneca'ya özel bir sempati duyduğunu belirtmesi önemlidir. Seneca'dan *Emile* başlıklı bölümde, *New Eloise*'in ve genelde Rousseau'nun çalışmasının merkezî teması ile ilgili bir alıntı yapar. Alıntıda, doğal ilkelere dönülerek insanlığın sağlığının güçlendirilmesinden bahsedilir. Gerçekten de, Rousseau'nun tüm "romantizmi" ve *New Eloise*'deki hassasiyet, kapitalist modernizmden çok antik çağ stoacılığıyla benzeşir. Ancak Rousseau ve diğer Avrupalı yazarlar gibi "modernist" kabul edilen yazın insanların büyük oranda kentleşmiş bir toplumdan değil de, kırsal nüfusun ezici çoğunluğa sahip olduğu bir toplumdan geliyor oluşu her halde tesadüf değildir.

Benim üzerinde durduğum temel nokta, on sekizinci yüzyıl Fransız burjuvazisinin kapitalizmden çok, mülk ediniminin kapitalist olmayan biçimleri üzerinde yaşanan çatışmalar ve sömürünün ekonomi dışı güçleri üzerinde beliren çelişkileriyle ilgilidir. Burada, Aydınlanmanın sınıf ideolojisini reddetme niyetinde değilim; ancak tarihsel konjonktürde, özellikle kapitalist olmayan koşullarda, burjuva sınıf ideolojisi bile sadece burjuva sınıfının değil, tüm insanlığın kurtuluşunu temel alan çok daha geniş bir bakış açısına sahiptir. Başka bir deyişle, bu dönemde burjuva sınıfının sınırlarını evrensel kurtuluş düşüncesi belirlemiş ve bu nedenle söz konusu düşünce demokratik ve devrimci güçlerce daha fazla dikkate alınmıştır.

Kapitalizme Karşı Modernite

Buradaki güçlükleri görebilmek için Fransa ile İngiltere karşılaştırmasını yapmak yeterli olacaktır. İngiltere genelde, sözcüğün herkesçe kabul edilen anlamı içinde, "modernite"nin ana vatani olarak görülür, ancak o kesinlikle kapitalizmin yükselişiyle ilişki-

lidir. “Tarımsal Kapitalizm”in doruk noktasını yaşayan on sekizinci yüzyıl İngiltere’si, artan bir kent nüfusuna sahiptir ve bu nüfus, Fransa’nın tüm nüfusundan çok daha büyük bir orana ulaşmaktadır. Küçük mülk sahipleri, doğrudan zorlamayla değil, ekonomik baskılar aracılığıyla mülksüzleştirilir. Bu dönemde Londra, Avrupa’nın en büyük şehridir. Burada, çok daha bütünlüklü ve rekabetçi bir niteliğe sahip olan ve Avrupa’nın hatta dünyanın ilk ulusal pazarı bulunmaktadır. Yine burada, genellikle yiyecek ve tekstil ürünleri gibi ucuz günlük ürünlerin satıldığı kitlesel bir tüketici pazarının ilk nüveleri ve giderek proleterleşen bir iş gücü vardır. Bu dönemde, İngiltere’deki tarımsal üretimin temeli, kapitalist ilkelere göre sürdürülen, tarımsal kapitalizme ve tüketimin yeni biçimlerine fazlasıyla bulaşan bir aristokrasiye dayanmaktadır. İngiltere, endüstriyel bir kapitalizmin yaratılma süreci içindedir.

Öyleyse, aynı dönemde yer alan İngiltere’nin belirgin ve ayırt edici ideolojik ibareleri nelerdir? Bunlar, Kartezyen rasyonalizm ya da rasyonel planlama değil, klasik politik ekonominin ve İngiliz amprisizminin “görünmez el”idir; Versailles’ın resmî bahçesi değil, düzensiz, plansız ve “doğal” bir bahçedir. Burada elbette ki, İngiltere’nin Avrupalı komşularıyla paylaştığı bilim ve teknolojiye dönük bir ilgi vardır. Bununla birlikte Fransız Aydınlanması, Bacon, Locke ve Newton gibi insanlara çok daha fazla şey borçludur. Ancak İngiltere’yi diğer Avrupa kültürlerinden ayıran karakteristik ideoloji, tüm “ilerleme” ideolojilerinin üzerindedir: Bu ideoloji, insanlığın ilerlemesine dönük Aydınlanma düşüncesi değil, mülkiyetin ilerlemesi, üretim ve kar ahlâkı hatta bilimi, üretim ve işgücünü artırma vaadi, çitleme ve mülksüzleştirme ahlâkı ile ilgilidir.

Bu anlamda üretim ve ilerleme düşüncesi, on yedinci yüzyıla dek gider ve erken dönem teorik ifadelerini William Petty’nin politik ekonomisinde ve John Locke’un yazılarında bulur. Özellikle İngiltere’nin tarımsal gelişimi ve gelişme edebiyatı ilgili bir fikir olan bu ideoloji, üretimde köylülerin egemen olduğu ve toprak sahiplerinin, bu yolla burjuvazinin kendi rantiyelerine el koyduğu on sekizinci yüzyıl Fransa’sında bulunmaz. Tam da bu noktada,

bir istisnadan bahsetmek gerekir. İngiliz tarımına model sunan Fizyokratlar, yani Fransız politik ekonomistleri, bu söz konusu kuralın bir kanıtıdır.

Şimdi eğer *tahripkâr* “modernite”nin, yani teknosentrizm ve ekolojik yıkım olarak ifadelendirilen ideolojinin kökenlerini araştırmak istiyorsak, Aydınlanma’nın değil, tüm insanî değerleri ve rimlilik ve kârla ikâme eden “ilerleme” projesine bakarak başlamalıyız. Deli dana hastalığıyla ilgili skandalın Avrupa’nın başka bir yerinde değil de, “ilerleme” projesinin doğum yeri olan İngiltere’de ortaya çıkmasının bir kaza olmadığını söyleyebiliriz sanırım.

Dönemsel Bir Değişim mi?

Dönemsel değişim ifadesi, modernite için çok fazladır. Dönemselleştirme ve moderniteden postmoderniteye dönüşümü içeren daha kapsamlı bir soruna geri dönelim. Fazlasıyla kusurlu olduğunu ve kapitalizmin tarihsel özgüllüğünü bulanıklaştırdığını, kapitalizmi etkisiz hale getirdiğini düşündüğüm modernite kavramını, tersi bir durumda kendi varoluşunun dışında kavramsallaştırılmasına yol açacağından, tarihin içinde yer almış belirli bir kavram olarak ele almaya çalıştım. Buna rağmen, kapitalizm içindeki *değişimlere* değinmeyi elden bırakmamak gerekir. Kapitalizmi sürekli değişme ve gelişme olarak ifade eden tanım, devresel krizleri ima bile etmez. Ancak yine de, 1960 ya da 1970ler gibi bazı özel tarihler, belirli bir dönemin kopuşu olarak kabul edilebilir mi?

Burada, bu konuya ilişkin henüz yeni aydınlanmaya başladığımı itiraf etmem gerek. Ancak emin olduğum bir şey var: Modernite ve post-modernitenin ve ayrıca kapitalizmin bu kavramlar çerçevesinde yapılan fasilalaştırılmasının, tarihsel bir kopuşun olup olmadığı, eğer varsa bunun ne olduğu, ne kadar derinleştiği, ne ölçüde dayanıklı ve kesin görülebileceği ya da herhangi bir politik projede ne tür sonuçlara yol açacağı gibi konuların anlaşılmasında çok az yardım sunacağı açıktır. Bu tip kavramlar ve fasilalaştırma çabaları, bizi yanlış yerlere bakmaya sevk eder.

Halen kullanılan modernite kavramı, son zamanlarda teknolo-

jik determinizmle ticarî kaçınılmazlık düşüncesini birleştiren kapitalist ilerleme fikri ile ilişkilidir. Öyle ki burada kapitalizm, mutlak, tarihüstü ve neredeyse doğal süreçlerin basit bir uzantısı; ticari büyüme ve teknolojik gelişme sürecinin genişlemesidir. Kapitalizme dönük ne tür bir fasılalaştırma görüşü böylesi bir düşünceye bel bağlamamıza neden olur? Fasilalardaki değişimin işareti ne olabilir? Pazar içindeki değişimleri ve/ya teknolojik dönüşümleri işaretleyen bazı kilometre taşlarına umut bağlayabiliriz. Bu ise gerçekte, son dönemdeki moderniteden postmoderniteye geçişle ilgili sunulan düşüncenin bir getirisidir. Ve bu teoriler pek çok ilginç şey söylerken, kapitalizmdeki tarihsel kopuşa ilişkin çok az şey sunarlar.

Fordizmden esnek üretime geçiş olarak adlandırılan düşünceyi ele alalım. Bu iddianın hatırına, bunların iş gücündeki değişimler ve pazarlama stratejilerinin, “düzensiz” kapitalizm teorisyenlerinin söyledikleri kadar yaygın olduğunu kabul edelim. Bu değişimde yeni olan şey nedir? Burada şüphesiz pek çok yeni şey var; ancak dönemsel değişim dedikleri moderniteden postmoderniteye dönüşümü ve kapitalizmin tüm biçimlerinin belli bir dereceye kadar yeni biçimlere dönüştüğü söylemini haklı çıkaracak kadar yeni olan şey nedir?

Eski Fordizm, teknik bilgiye sahip zanaatkârların yüksek maliyetten kurtulmak için, sermaye tarafından gelişimleri kontrol altına alınan bir işçi sınıfını ve ondan daha fazla yarar sağlamanın açık yolu olan montaj bandını kullanmıştır. Şimdi de aynı amaçla, yeni teknolojiler kullanılmaktadır: Üretimi kolaylaştırmak ve montajı ucuza mal etmek (başka nasıl kaynak dışı üretim mümkün olabilir?), işçi sınıfındaki gelişmeyi kontrol altına almak, imâlat ve hizmet sektörlerindeki başarılı alanları birleştirmek ya da yok etmek, daha yüksek düzeyde olan ücretli çalışanların yerine daha düşük düzeyde olan ücretli çalışanları kullanmak, önceden olduğu gibi işçi sınıfından daha fazla yararlanmak adına “alttabaka”daki tüm işçilerden yararlanmak gibi başlıklar sıralanabilir. Öyleyse, yeni ekonomi olarak görülen bu dönemde, gerçekte *yeni* olan şey, dönemsel değişimin yegâne nesnesi olarak görülen yeni teknolo-

jiler değildir. Aksine bu ekonomi, eski seri üretime dayalı ekonomideki mantığın, çeşitlenerek ve *yayılarak* devam etmesine izin verir. Şimdi, bu eski mantık tüm yeni sektörlerle ulaşabilir ve işçi kesimini az çok eskiden olduğu ölçüde etkileyebilir.

Bu gelişmeleri dönemsel bir kopuş olarak görmek için, *teknolojinin* özerk mantığının, çalışma sürecine mi yoksa pazarlamaya mı dönük olduğuna dikkat etmek gerekir. Benim burada yaptığım vurgu, bazı özel teknolojilere, çalışma sürecine ya da sosyal güç ilişkilerine dönük anlayış değil, *kapitalizmin* mantığı ile ilgilidir. Burada, elbette ki teknolojik değişimler ya da pazarlama stratejilerinde değişiklikler yaşanmaktadır. Ancak bunlar, kapitalizmin hareket yasalarında büyük bir dönemsel dönüşüme neden olmaz.

Ya da belki de, Fordizmin bazı dönemsel değişimlerle kendini yapılandığı söylenebilir. Ancak bu iddia eğer Fordizm, Marx'ın resmî değil, fakat gerçek olarak nitelediği, emeğin sermaye tarafından denetim altına alınma sürecinin tamamlanmasını temsil ediyorsa, doğru kabul edilebilir. Bu anlamda yeni teknolojiler, Fordist üretimin bir *uzantısı* olmak dışında dönemsel bir dönüşümü temsil etmezler. Bu sadece, kapitalist birikim mantığının, yeni teknolojilerin genel içeriğine ya da yeni üretim ve pazarlama biçimlerine uygulanması değil, özelde sadece Fordizm'e ait mantığa uyum sağlandığını gösterir.

Genellikle, "postmodernizmin durumu"nın sadece kapitalizmin belli bir dönemine karşılık gelen *tarihsel* bir koşul olarak değil, Batılı sol entelijensiyanın yaşam öyküsünde belli bir döneme denk düşen psikolojik bir durum olması sebebiyle de dışarıda bırakılması taraftarıyım. Onun kapitalizmle yapacağı *bir şeyler* mutlaka vardır, ancak bu, savaş sonrası dönemde yaşanan hızlı yükseliş döneminin farklı bir momentinde belli bir olgunluğa erişen entelektüel neslin teorik düzlemdeki bilinçliliği de olabilir. Bazı entelektüeller, hızlı yükselişin ardından gelen düşüşü, doğal sürecin sonu gibi algılamıştır ve 1970'lerden itibaren meydana gelen düşüş onlar için oldukça özel, afete benzer bir durum gibidir. Diğerleri ise, özellikle "postmodern-ist"ler, bu dönemi, tüketime dayalı kapitalizmin başarılı bir evresi olarak görmeye devam etmiştir.

Yirminci yüzyılın son yarısında özgül ve dönemsel bir değişim yaşanmış olsaydı, bu değişimi farklı bir yerde aramamız gerekirdi. Eğer teknoloji ya da pazarlama stratejilerinde yaşanan bir değişimden çok daha büyük bir değişim arıyorsak, bu değişimi esnek birikim, tüketicilik, enformasyon teknolojisi, postmodern kültür gibi bildik açıklamaların dışında aramak gerekir, çünkü bu açıklamaların hiçbiri bu süreci yeterince iyi açıklayamaz.

Yirminci yüzyılın son dönemine ilişkin yaptığı tarih çalışmasında Eric Hobsbawm, bu yüzyılın son yarısını muazzam bir değişim olarak anlatır ve “bu dönem, yaşanabilecek en büyük, en hızlı ve en yapısal değişim (ekonomik, sosyal ve kültürel dönüşümler) olarak tarihe geçecektir”⁸ der. Bunun dramatik işareti ise, ona göre kırsal nüfustaki hızlı düşüş ve özellikle köylü nüfusun sona erişidir. Ancak kanımca bu değişimin nedeni, kapitalizmin ilk defa evrensel bir sistem olmaya yakınlaşıyor olmasıdır. İleri kapitalist toplumlar da bile kapitalizm, yaşamın her alanına, üretici ve yönetici sınıfların ideoloji ve pratiklerine, devlete ve egemen kültüre ancak bugün gerçek anlamda nüfuz edebilmiştir. *The Pristine Culture of Capitalism*’de ve daha birçok yerde, kapitalizmin Avrupa’da bile (ve bazı anlaşmaların aksine, Kıta Avrupa’sından daha çok İngiltere’de) devleti ve egemen kültürü yavaşça absorbe edebildiğini, ancak geçmiş birkaç on yıl içinde bu süreci tamamlama konusunda her şeyi yapabildiğini iddia etmiştim. Burada kısa bir süre içinde açıklayamayacağım bu meselenin, “küreselleşme” denilen o eski formülle bir ilişkisi yoktur. Ben sadece kapitalizmin kendisini, sosyal ilişkilerini, hareket yasalarını, çelişkilerini; yani metalaşma, birikim ve kâr maksimizasyonuna dönük iç mantığını evrenselleştirmesinden (ya da *bütünleştirmesinden*) söz ediyorum.

⁸ Eric Hobsbawm, *The Age of Extremes: A History of the World, 1914-1991* (New York, 1995), s.8, 289.

Küreselleşme mi Evrenselleşme mi?

“Küreselleşme” ve kapitalizmin evrenselleşmesi arasındaki farkın biraz daha açıklanması gerekmektedir. “Küreselleşme”, yaşadığımız çağın hemen her alanında boy göstermektedir. Fakat tümüyle yayılcı olan bu kavram, pek çok nedenden dolayı sorundur. Bugün, varolan ekonominin ne kadar “küresel” olduğu ile ilgili bazı özgül ampirik sorular sorulmaktadır. Ancak bu ampirik soruların ötesinde, soruların kendisiyle ve bu soruların temellendirildiği *cevaplarla* da uğraşılmasını gerekli kılan çok daha önemli meseleler vardır.

Burada küreselleşmenin konvansiyonel düşünceye dayandığını ve yeni teknolojilerin bu konvansiyonel bağlamın taşıdığı rolü ele geçirdiğini vurgulayan bir dizi sorgulanabilir önermeyi özetleyen kısa bir değerlendirme sunulmuştur. Marx’ın meşhur, ancak daha çok yanlış anlaşılmış bir sözünden; “el değirmeninin feodal beyleri olan bir toplumu, buhar makinelerinin ise endüstriyel kapitalistleri olan bir toplumu getireceği” düşüncesinden esinlenilerek oluşturulan küreselleşme tanımı “mikroçipin, küresel sisteme dayalı kapitalist bir toplum getireceğini”⁹ ileri sürmektedir. Yeni teknolojiler, kaçınılmaz biçimde, “küresel montaj bantları”, “uluslararası burjuvazi” ve ulus devlet’in ötesine geçip zayıf, aslında güçsüz olan işçi sınıfını (eğer hâlâ böyle bir sınıfın varlığının olduğu söylenebilirse) arkada bırakarak “iş gücünün ucuz ve bol olduğu dünyanın herhangi bir yerine gidebilen” serbest sermaye dolaşımıyla birlikte bir çeşit yeni kapitalist sistemin doğmasını sağlamıştır.

Bu analiz, öncelikle küresel ekonomiyle ilgili bir dizi gerçek üzerinden açıklanması gerekir. Dünya endüstriyel üretiminin %85’i, coğrafi yerelliklerde bulunan yerli anonim şirketler tarafından yapılırken, çok uluslu anonim şirketlerin yabancı şubeleri, bu üretimin yaklaşık %15’ini yapmaktadır.¹⁰ Mâli sermaye, elekt-

⁹ A. Sivanandan, “Globalization and Epochal Shifts; An Exchange,” *Monthly Review* 48, No.9:20.

¹⁰ Bkz. Robert E. Lipsey, Magnus Blomstrom, ve Eric Ronstetter, “Internationalized Production in World Output,” National Bureau of Economic Research, Inc., *Working Paper* 5385, Kasım 1995.

ronik araçlarla ulusal sınırlar içerisinde serbestçe dolaşırken, endüstriyel sermaye daha az devingendir ve sahip olduğu bu devingenlik geleneksel tabloya uymaz. Örneğin, 1993'te ABD'nin doğrudan imalat yatırımının %78.9'unu Kanada, Avrupa, Avustralya, Japonya gibi ülkeler oluşturmaktadır. Ucuz, kalifiye olmayan ve denetim altına alınmamış üçüncü dünya işgücüne dönük yatırımlar gerçekleşmektedir ancak, benim başından beri kapitalist sömürü mantığını izleyen bu eğilimi göz ardı etme niyetim hiç olmamıştır. Böylesi bir eğilimin güntümüzde arttığına ilişkin kanıtlar da bulunabilir, ancak söz konusu eğilimin ilerlediği kadar, hâkim ekonomik koşullara bağlı olarak gerilediğini de gösteren işaretler gösterilebilir. Bu tip bir yatırım tarzı bile "küreselleşme" modeline tam anlamıyla uymaz. Örneğin geleneksel modelin, daha ucuz ve az denetlenebilen emek piyasalarında yapılan yatırımın yerine, evde üretimi koyduğu varsayılır. Oysa bu tip emek piyasalarında, ABD'nin imalata dayalı yatırımı sonucunda üretilen metallerin büyük bir çoğunluğu bölgesel tüketim içindir ve ülke içinde satılmaz. ABD'nin imalata dayalı üretimi geçmiş on-yirmi yıla oranla çok daha büyük ölçülerde yine bu ülkede yapılır: Bugünkü ülke içi imalata dayalı üretim, örneğin, 1950'dekinden beş kat daha fazladır.

Bunların hiçbirisi kapitalizmi daha kötü yapmaz; ayrıca yeni teknolojilerin, daha önceki teknolojik değişiklikler gibi, yeni sömürü metotlarının ortaya çıkmasını kolaylaştırdığı gerçeğini de ortadan kaldırmaz. Bu girişimlerin hiçbirisi, kapitalizmin bugünkü krizini ve durgunluğunu, denetimsizliğin neden olduğu yıkıcı etkileri, iş sektörlerindeki küçülmeyi, kitlesel işsizliği, artan fakirliği ya da sosyal şartlara yapılan saldırıları tartışmaz. Ancak yine de, kapitalizmin uzun vadeli yapısal krizlerini açıklamak için "küreselleşme" ile ilgili basit formüllerin ötesine geçmek gerekir. Belki de insanların "küreselleşme" olarak nitelediği şey, basit bir nedenden çok bir sonuçtur.

Ancak, politik açıdan daha önemli olan bir şey varsa o da, üretimin uluslararasılaştırılması ve sermaye hareketliliğine dönük önermelere bağlanan devlet ve sınıf iktidarıyla ilgili sayılılardır.

Temelde bu sayılıtların geldiği nokta şudur: “küresel” sermaye, devletin yapabileceğinden daha fazlasını yapar; işçi sınıfı parçalandıkça, iktidar bir dizi ulusüstü organizasyon içinde birleşen uluslararası kapitalist sınıfın eline geçer. Hakkında tartışmaların sürdüğü bu yeni küresel düzen, “esnek” kapitalizmin daha iyi ve belki de daha insanî bir yönetim biçimi olan sosyalist projeye kesin bir biçimde son vermiştir.

İlk olarak, uluslararası sermayeyi ele alalım. Bugün artık küresel etkinliği daha yaygın olan şirketlerin ve sermayenin kazancına hizmet eden İMF ya da Dünya Bankası gibi daha büyük uluslararası kuruluşların olduğu doğrudur. Fakat aynı ölçüde, birleşik uluslararası bir kapitalist sınıftan ya da bir tür ‘kapitalist enternasyonal’ olarak hizmet veren her hangi bir organizasyondan söz edilemez.

Her şeyin ötesinde, eğer “küreselleşmiş” bir şeyler varsa ve ortalıkta gerçekten uluslararası ekonomik bir güç mevcutsa bu, pazarın ta kendisidir. Bu söylenenlerin, *rekabetin* uluslararasılaşması dışında bir anlamı var mıdır? Tüm kapitalist süreçlerde olduğu gibi, burada da elde edilen sonuçlar çelişkilidir. Bu anlamda “küreselleşme”, ulusal sınırların ötesinde gerçekleşen kapitalist birleşme ve işbirliğinin yeni biçimlerini ifade eder. Ancak bu ayrıca, sayısı giderek artan ulusal ve bölgesel kapitalistlerin birbirleriyle aktif bir rekabet içine girmeye mecbur oldukları anlamına da gelebilir. Hatta bu durum, ulusal ekonomiler dış sermayeye açık hale gelmesiyle, ulusal kapitalistlerin, iç yatırımdan elde edilen kazançlar üzerinden, yeni rekabet tarzlarının içine sürüklendiğini de gösterir.

Dolayısıyla, “küresel ekonominin” kapitalist bir birlik olmadığını gösterecek en küçük bir işaret bulunmamaktadır. Her ne kadar “küreselleşme”nin gidişatına ve bu gidişatın sonuçlarına ilişkin güvenilir açıklamalar yapmak için henüz erken olsa da, sermayenin bütünleşmesinin aksine, parçalayıcı etkiler yarattığını söylemek mümkün gözükmemektedir. Bunun yanı sıra, pazarın uluslararasılaşması sermayeye her hangi bir mutlak avantaj sağlamaz. Sermayenin, pazardaki uluslararası güçlere açık hale gelmesindeki ar-

tış, güç kaynağı olarak görülebileceği gibi, onun zayıf noktası olarak da değerlendirilebilir.

“Küreselleşme”ye bağlanan devlet ile ilgili önermeler bizi, bu ampirik sorunların ötesine, daha temel kavramsal soruların ve bu kavram ile daha önce eleştirdiğim tarihsel modeller arasındaki benzerliği ortaya çıkaran bazı önermelere götürür. “Küreselleşme”, modern ulus-devleti ve onunla ilişkili ulusal ekonomileri çıkış noktası olarak ele alır. Başka bir ifadeyle “küreselleşme”, coğrafi mekân ve politik hükümet ile ilişkili olan ilk örnek çerçevesindedir. Bugünkü tarihsel moment, kırılma, üstünlük kurma ya da ekonomik firmalarca sınırların yok edilmesi; ayrıca buna denk düşecek biçimde, yetkileri bu sınırlar aracılığıyla kısıtlanan siyasal otoritelerin güçsüzleşmesi ile açıklanmaktadır. Küreselleşme sadece pazarlardaki genişlemede değil, ulusüstü şirket organizasyonları içinde, bir o kadar da sermayenin ulusal sınırlar dışında gerçekleşen serbest dolaşımı içinde kendini gösterir.

“Küresel” ekonominin, ulus-devleti ya da yerel ve bölgesel sınırları gerçekte ne ölçüde güçsüzleştirdiğine ilişkin sorular artmaktadır. Bunlar kesinlikle önemli sorulardır; ancak aynı derecede önemli olan bir başka şey de bu zeminde süren tartışmanın kendisidir. Tüm bunlar arasında dikkati çeken şey ise küreselleşmenin, başlangıçta değinilen tarihi olmayan kapitalizme dönük ispat ettiği varsayılan önermeler ve işlemlerin yeniden üretilmesine ne kadar sadık olduğuyla ilgilidir.

Gördüğümüz gibi, geleneksel kapitalist gelişme modelleri, kapitalizmin mantığının gerçekleşmiş olduğunu varsaymıştır. Onlar temelde, sınırlamalardan kurtulan ve genişleyen kapitalizmle ilgilenmiştir. Onlar için kapitalizm, daimi bir “ekonomik” rasyonalitedir ve bu rasyonalite, her değiş tokuş eyleminin, ve hatta bunun en ilkel biçimlerinin dahi özünü oluşturmaktadır. Bu ekonomik rasyonalite, kaçınılmaz olarak kendini geliştirmiş ve kendini özellikle lortluğun siyasal asalaklığından, teknolojik gelişmelerle koordinasyon içerisinde ilerleyen otokratik devletin cansız elinden kurtarır kurtarmaz, “ticarî bir toplum”a dönüşmüştür (Örneğin Roma İmparatorluğu, Müslümanların “barbar” olarak adlandırıl-

malarına yol açan fetihlerine karşı, Doğu-Batı ticaret yolunu kapatan engeller kurmuştur). Bu ekonomik ilkeler, tüm dünyaya yayılabilmek için, giderek büyüyen ticarî bir ağ içinde hareket etmiştir.

O halde kapitalizmin yükselişi, ticaretin niceliksel ilerleyişinden, teknolojik ilerlemelerin belirleyiciliğinden ve siyasal engellerin aşılmasından daha fazlasını temsil eder. Eskiden feodalizmden kapitalizme geçiş için kapitalist gelişme teorilerinin yaptığı işi, bugünkü tarihsel durum için yapacak bir teorinin ortaya çıkabilmesi zamanla ilgili bir meseledir. “Küreselleşme” sadece, “ekonomik” rasyonalitenin coğrafi alandaki genişlemesi ve siyasal bir denetimden kurtuluş için atılan basit bir adımdır. Kapitalizmin yayılmasını sağlamış olan uzun jeopolitik süreçte, ulus devlete ait sınırlar son sınır, ulus-devlet iktidarı da parçalanma noktasına gelen son engeldir.

“Küreselleşme”, teknolojik determinizmin bir türü olan eski tarihsiz kapitalizm kurgusuyla ortaklaşır. Eski ekonomik ilerleme teorilerine göre kapitalist ilerlemenin en büyük sebebi, teknolojik ilerlemenin doğal sürecidir; bugün, yeni enformasyon teknolojileri, sadece küreselleşme için gerekli koşulları değil, onun nedensel açıklamasını da verir. Böylece kapitalizmin, teknik açıdan mümkün olması sayesinde ortaya çıktığı ve onun doğuşunun nedeninin de teknik imkânlar olduğu iddia edilmiş olur. Buradan şu sonuca varılır: O, teknik kapasitelerin basit bir gerçekleşimi sayesinde ‘küreselleşmiştir’.

Küreselleşmenin politik sınırlamalardan kurtulmak için kullanıldığı zorunlu ve/ya acımasız teknoloji, günümüz dünya düzeninin belirgin öğeleriyle başa çıkmakta yetersizdir. Örneğin “küreselleşme”nin tanımı, zayıf bir ulus-devleti dayatır; buna karşın bu kavramların çoğu, küreselleşme sürecindeki eksiklikleri görmemizi ve hâlâ devletin elinde bir miktar gücün kaldığını kabul etmemize izin verebilir, bu küresel ekonominin basit gerçeğine, piyasaların ve sermayenin ulusüstüleşmesine, uyum sağlamada çok daha büyük zorluklar yaratır; sadece ulus devletin gerekli olduğu düşüncesine değil, devletin bu sistemin temeli olduğu düşüncesi-

ne *dönük* inancı geçersizleştirir.¹¹ Yeni dünya düzeni ulus-devletlere ait bir dünyadan başka bir şey değildir; ayrıca eğer bu devletler sermaye hareketlerine karşı geçirgen ise, ulusal sınırlar ve devlet denetimi geçirgenliğin mantıksal bir sonucu, hatta onun koşuludur.

“Küresel” ekonomi ile sömürge emperyalizminin önceki biçimleri arasındaki karşıtlığın anlaşılması için şu noktanın aydınlatılması yeterli olacaktır: Eski tarz sömürgeler, emperyalist güç için etkin bir siyasal engel oluşturmamıştır. Sermayenin kolonyal dönemdeki sınırlarının karşısında olan sermaye hareketi, sayfa transferleri ya da elektronik iletilerin dışında, baskıcı gücün zorlamalarını da kullanmıştır. Diğer bir deyişle bu dönemde, jeopolitik sınırlar sadece düşünsel değil, fiziksel açıdan da sermaye piyasalarını geçirgen kılmıştır. Bugün ulusüstü sermaye, dünyanın her köşesini etkilemede belki de tüm dünyayı etkisi altına alan eski tip askerî emperyalizmden çok daha etkilidir ve bu işi yerel sermaye ve ulus-devletlerin durduğu zemin üzerinden tamamlama eğilimi içindedir. Piyasanın egemenliğini devam ettirebilmek için eninde sonunda bir çeşit yeni askerî emperyalizme, tek bir ulus-devletin askerî gücüne, geriye kalan son “süper güç”e bel bağlayabilir, ancak kârlı yatırımın koşulları olan ekonomik istikrar ve çalışma disiplininin elde edilmesi, Hindistan ve Çin gibi birçok yerel politik hükümete bağlıdır.¹² Ayrıca ulusüstü işbirliği için ele edilen her yeni fırsata, emperyalist devletler arasındaki rekabetin yeni biçimlerine dönük fırsatlar denk düşer. Burada ulus-devlet merkezî konumunu kaybetmemiştir.

O halde, tanım olarak bile kusurlu olan “küreselleşme”, bir

¹¹ Bkz. Ed.: R. Milliband ve L. Panitch, “*Socialist Register 1994: Between Globalism and Nationalism*” içinde Leo Panitch, “Globalization and The State,” (Londra, 1994).

¹² Aijaz Ahmad bu düşünceye son olarak *Monthly Review*'da yapılan bir görüşmede değinmiştir (Monthly Review 48, No.5: 16 - 18). Hem sermayenin global yayılışını hem de “ulus devletin güçlenmesini” içeren günümüz emperyalizminin “yapısal diyalektiğini” tartışmak için onun “*Race and Class*” adlı eserinde yer alan “The Politics of Literary Postcoloniality” adlı yazısı okunabilir. Bkz. Race and Class 36, No.3 (1995), özellikle s.10 - 12.

açıklama olarak da anlamsızdır. Kapitalizmin kökenlerini doğru biçimde açıklamak için, açıklama gerektiren birçok şeyin olduğu varsayımını terk etmek ve bunun yerine mülkiyet ilişkilerindeki değişimi açıklayarak yeni tarihsel dinamiğin kökenlerini, kapitalist birikimin daha önce görülmemiş zorunluluklarını, anlatmak önemlidir. Aynı şekilde bugün, yeni dünya düzenini açıklarken sadece coğrafi terimlerden ya da basit bir şekilde özgürleşme ya da uzun soluklu “ekonomik” mantığın uzamsal genişlemesinden bahsetmemek, bunun yerine küreselleşme sürecini sosyal değişimin devamı olarak ele almak gerekir. Söz konusu sosyal değişim, sermaye birikiminin getirisi olmakla, insanlığın varoluşunu, sosyal ilişkilerini ve pratiklerini emri altına almaya devam etmektedir.

Bu sebeple, kapitalizmin “küreselleştirilmesinden” çok “*evrenselleştirilmesinden*”; kapitalist zorunluluklara ait haksız taleplerdeki artıştan, sosyal yaşamın her alanını belirleyen bir “kapitalist ilerleme” mantığından bahsetmeyi tercih ederim. Bu, birçok şeyin yanı sıra, *küreselleşme* sürecinin birçok alanda sınırlı olduğu anlamını taşıırken, *kapitalizmin* dönüştürücü ve belirleyici etkilerinin aynı şekilde sınırlı olduğunu göstermez. Örneğin, ulus-devletler ayakta kalabilir, yerel ve bölgesel özellikler devam edebilir, ancak yine de birikim yasaları, rekâbet, ve kâr maksimizasyonuna dayanan evrensel temel, devam eder.

Kapitalizmin ‘ekonomik’ mantığının evrenselleştirilmesi coğrafi bir boyuta sahiptir; eskiden bu mantığın dışında kalan ya da dışarıdan emperyalist zorlamalara maruz kalan alanlar artık sanki içeriden yönetiliyormuş gibi doğrudan yönetilmektedir. Dünün “emperyalistler arası rekabetinin amacı”, kapitalist olmayan bölgelerin paylaşılmasıyla ilgili olmuştur; klasik emperyalizm teorileri, kapitalist genişlemeye dönük zorunluluklara rağmen kapitalizmin, bu alandaki rekabetin yaratacağı krizin sıkıntısını çekinceye kadar, bunun her zaman böyle olacağını sanmıştır. Bugün ise, rekabetin temel nesnesi sadece ucuz iş gücü, hammadde ya da büyüyen pazarlar değil, aynı zamanda kapitalist rakiplerin kendileridir.

Ancak bu açıdan, kapitalizmin küresel alanı “küreselleşme” ile

eş anlamlı değildir. Bugün, neredeyse bütün dünyanın kapitalist olduğunu söylemek, bütün sermayenin “küreselleştiği” anlamına gelmez. Örneğin bu kapitalistleşme, ulus devletin çözüldüğü ya da rolünün azaldığını göstermez. “Küreselleşme”, özellikle sermaye hareketinin ve dünya pazarlarındaki “rekabet” yasalarının çıkarları doğrultusunda, devletin düzen sağlama ve sosyal refaha dayalı fonksiyonlarından vazgeçmesi anlamında, doğal yasaların başarısı ya da tarihin kaçınılmaz hedefinin bir sonucu değil, politik tercihlerin bir ürünüdür.

Bu anlamda “küreselleşme”, kesinlikle tesadüfi ya da keyfi bir tercih değildir. Bu süreç, yapısal değişimlere bir cevap niteliğindedir; aslında, tam da eski tip emperyalizmin sermaye çıkarlarını temsil eden, kapitalist olmayan bir dünya oluşturma politikasında olduğu gibi bu teori de, kapitalizmin evrenselleştirilmesi teorisine bir cevap olarak, kapitalizm mantığına uygun bir biçimde, ekonomik etmenlerin tümünü içeren küresel sisteme ait sermaye ihtiyacının karşılanmasını sağlayan politik tercihleri temsil eder.

Şâyet “küreselleşme”, sermayenin yapısal koşullarına verilen politik bir cevapsa, aynı koşullar karşısında oluşturulacak sosyalist cevapların da yolları vardır. Eğer dünün Keynesyen düzenlemecilik gibi politik eylem biçimleri, eskinin daha sınırlı olan “küresel” yapısına nazaran bugün yetersiz kalıyorsa bu, politik eylem alanının daraldığını göstermez. Sadece, politik eylemin kapitalist ekonomiye *müdahale* edemediğini; maddî yaşamın kapitalizmin mantığından *koparılması* gerektiğini anlatır. Bu durum solun, küreselleşmenin kendini felç etmesine izin vermek yerine, üzerinde düşünmesini gereken bir meseledir.

Şimdi dönemsel değişimlerle ilgili soruna geri dönelim: Eğer 1970’lerden bu güne büyük dönemsel bir değişim yaşanmışsa bu değişim, kapitalizmin sona erdiğini değil, aksine olgunlaştığını gösterir. Bu aslında küreselleşme düşüncesiyle kuşatılmış çok daha sağlam ve büyük bir değişimdir. Belki de, kapitalizmin kapsamlı bir sistem olarak gördüğümüz ilk gerçek etkileridir. Kapitalizmi sonuçları itibariyle, sadece etkili rakipleri olmayan bir sistem olarak değil, aynı zamanda gerçekçi kaçış yolları olmayan bir

sistem olarak da görüyoruz. Kapitalizm, kendi iç çelişkileriyle yalnız yaşamaktadır. Kendi iç mekanizmalarından başka, bu çelişkilerin yıkıcı etkilerini telafi edecek ya da düzeltecek çok az kaynak vardır. Kapitalizmin son sığınağı olan emperyalizm bile artık, kapitalist güçlerin, kapitalist olmayan topraklarda, “ekonomi dışı” yollardan toprak için mücadele ederek, sömürge savaşları aracılığıyla rakiplerini ve çelişkilerini devre dışı bıraktığı zamanlardaki görünümünde değildir. Artık bu düzeltici mekanizma bile yerini büyük ölçüde kapitalist mekanizmaların ekonomik üstünlüğüne ve finansal emperyalizme bırakmıştır.

Bu nedenle küreselleşme kapitalizmin *bir evresi* değil, kapitalizmin *ta kendisidir*. Eğer ‘modernite’nin bununla ilgili yapacağı her hangi bir şey yoksa, o zaman modernite gerçekten de sona ermiş, kapitalizm tarafından yaratılmamış, aksine yıkılmıştır. Aydınlanma bitmiştir. Belki de sosyalizm onu canlandıracaktır, ancak şimdilik “ilerleme” kültürü hüküm sürmektedir. Ve şâyet hikâyenin bahsettiği şey buysa, gerçekten de postmodernite düşüncesine ihtiyacımız yok demektir. Bu yeni gerçeklikte ilgilenmemiz gereken tek kavram *kapitalizmdir*. Bunun antitezi de elbette postmodernizm değil, sosyalizmdir. O zaman kapitalizmin evrenselleştirilmesi, onun zaferine bağlananların inandığı şeyin aksine, sosyalist projeden vazgeçilmesine zemin sunmaz. Aksine, kapitalizmin “bütünleşmesi”, onun kendi iç çelişkilerine ve muhalif politikalara giderek daha çok maruz kalması anlamına gelir.

SANAL KAPİTALİZM

Tekelci Sermaye, Pazarlama ve Enformasyon Otobanı

Michael DAWSON
ve John Bellamy FOSTER

Günümüzün teknolojiye dayanan en büyük mitlerinden birisi, örgütlü kapitalizmin bütünlüklü sisteminin yerini “elektronik cumhuriyet”in aldığı düşüncesidir. Endüstri Devrimine (hatta daha öncesine) kadar giden eski sistem, Newt Gingrich’in dediği gibi, artık yenisine geçit vermelidir:

“birçok insan, Enformasyon Devriminin kuytu köşelerde yarattığı hiyerarşilerin ve ortaklık yapılarının dışında kalacaktır. Endüstri Devrimi insanları devasa toplumsal kurumların içine sürüklemiştir – Büyük şirketler, büyük birlikler ve hükümetler – Enformasyon Devrimi bu devasa yapıları zaptederek, bizi Tocqueville’in 1830’lardaki Amerika’sına götürmektedir.”¹

Yeni sağ için bunun anlamı, kapitalizmin küçük girişimciler dünyası olarak yeniden doğmasından başka bir şey değildir; burada teknoloji, tüm toplumsal engelleri, kusursuz rekabetin ideal dünyasını yaratmak için ortadan kaldırır. Bu nedenle, yeni sağın âlimi George Gilder’a göre yeni enformasyon teknolojisi;

“hiyerarşilere, tekele, endüstri bürokrasisine ve baştan aşağı tüm sistemlere düşmandır. Bilginin ve kontrolün, devasa yapılardan kişisel bilgisayarlara, merkezî veri tabanlarından masa üstüne ve oradan yeni donanımlı iletişim araçlarına; bir dizi yayın ağından milyonlarca programcıya geçmesi gibi, ekonomik güç de kitlesel kurumlardan bireylere geçer.”²

Bu yaklaşımların büyük bir bölümü şirketler arasında yankı bulmuştur. Buradaki vurgu sadece küçük girişimcilere dönük değildir.

¹ Newt Gingrich, *To Renew America* (New York: HarperCollins, 1995), s. 57.

² George Gilder, *Life Television* (New York: Norton, 1992).

(Dünyayı şirketler yönettiği için bunu düşünmek saflık olur.) Microsoft'un başkanı Bill Gates'in kapitalizmin yeni aşaması olarak tanımladığı "Sürtünmesiz Kapitalizm"deki kusursuz bilgi, pazarın kusursuzlaşmasının temeli haline gelmiştir.³

İlericiler ve hatta radikaller bile, böylesi fantezilere hazır değildir. "Örgütlü kapitalizmin sonu" sadece bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin 'post-fordist' ve 'post-modern' dünyada yarattığı kaçınılmaz devrime bağlanmamakta; yeni siber-uzay teknolojisinin yarattığı yeni elektronik demokrasi çağının başlamasının da bu gelişmeyi etkilediği düşünülmektedir. Eşitliğin, kontrole çok fazla izin vermeyen ve evrensel nitelikte olan internet sayesinde gerçekleşeceği sık sık iddia edilmektedir.⁴

Bu tip dinamik görüşleri, bilgisayarlaşmanın ya da dijital teknolojinin gelişiminin ötesinde, internetin olağanüstü büyümesi ve gelecekteki enformasyon otobanına dönük beklentiler beslemektedir. Bilindiği gibi internet kullanımı son birkaç yılda yaşanan gelişmelerin sonucunda büyük bir hızla artmıştır. Bunun en önemli nedeni World Wide Web'in (www) üretilmiş olmasıdır. Enformasyon otobanı ise, üç iletişim aracı – ev, okul ve iş yerlerine bağlanan tek ya da dijital ağların içindeki kişisel bilgisayarların, telefonun ve televizyonun – arasındaki yakınlaşmayla gerçekleşen muazzam genişlikteki interaktif iletişim sistemlerine denk düşer. İş dünyasının ve hükümet planlamacılarının beklentisi, birçok kişisel bilgisayarın büyük bir çoğunluğunun bugünkü interneti fazlasıyla aşan bir interaktif ağa bağlanması ve televizyonun da (her ne kadar geleceğe ait bir proje de olsa) (bilgisayar ara yüzeyleri ile geliştirilmiş) set üstü kuların üretilmesi sonucu interaktif hale gelmesi yönündedir. Ancak

³ Bill Gates, *The Road Ahead* (New York: Viking, 1995).

⁴ Bkz.: Scott Lash ve John Urry, *The end of Organized Capitalism* (Madison: University of Wisconsin Press, 1987) ve *Economies of Signs and Space* (Thousand Oaks, CA: Sage, 1994); Lawrence Grossman, *The Electronic Republic* (New York: Viking, 1995) *The Whole Earth Review*, siber uzayın sınırsız sunumu ile yeni çağda enformasyon otobanına dönük halkçı yaklaşımlar arasındaki en iyi örnektir. Yeni enformasyon teknolojisinin demokratik imkânları ile ilgili sabit referanslar, internetin ticarileşmesi ile ilgili oldukça sınırlı ve yüzeysel eleştiriye bağlanmıştır.

yapılan birçok araştırma, enformasyon otobanının bir iletişim aracı olarak henüz hazır olmadığını göstermektedir.⁵

Yeni sistemin teknolojik karakteri, kuşkusuz enformasyon otobanı ile bağlantılı olarak, değişkenlik arz etmektedir. Yeni teknolojinin neden olduğu devrim yadsınamaz, ancak bu bizim yeni sistemin ne sunacağı ya da bundan kimin yararlanacağı konusunda fikir sahibi olmamıza yaramaz. İletişim tarihi, teknolojinin hâkim olacağını söyleyen görüşlere karşı bizi uyarmaktadır. Hâkimiyet daha çok politik-ekonomik sistem ve onun etrafında dönen mücadele üzerinden gerçekleşir.

Gerçekte tarih bize, demokratikleşme potansiyeli ne durumda olursa olsun, iletişimdeki her teknolojik devrimin, verili sosyo-ekonomik iktidara dayanan yeni enformasyon tekellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırladığını göstermiştir. Bu durumun bir kez daha yaşanmasını teknolojinin doğası değil, halka ait güçlerin hâkim olma ve örgütlenme derecesi belirleyecektir. Robert McChesney'ye göre; "yeni teknolojilerdeki dünya-tarihsel potansiyeli bakımından, yazılı basının ve Endüstri Devriminin sahip olduğundan farklıdır. Ancak bu tip teknoloji düşkünleri, yeni teknolojilerin, kapitalizmin mantığının ve iktidarının hakkından geleceğine inanmaktadır. Oysa ortada buna ilişkin her hangi bir kanıt bulunmamaktadır."⁶

Yeni enformasyon teknolojileri üzerinde büyük bir mücadele yaşanmaktadır. Ancak eğer halkçı demokratik güçler zafer kazanırsa, bu mücadele teknolojinin kontrolü için verilecek bir savaşın ötesine geçmek zorundadır. Buna iletişimin ardında duran toplumsal ilişkiler de dahildir. Bu ilişkileri anlamak için politik-ekonomik sistemin oluşmakta olan enformasyon otobanı ile kurduğu bağlantıları çok iyi kavramak gerekiyor.

⁵ Burada "enformasyon otobanı" hem interneti hem de telefon, kişisel bilgisayar ve televizyon gibi temel iletişim teknolojilerinin beklenen yaklaşmasını ifade eder. Biz özellikle tekelleri kapitalizmde yaşanan bu dönüşümlerle satış çabası arasındaki ilişkiyle ilgileniyoruz.

⁶ Robert W. McChesney, "Public Broadcasting in the Age of Communications Revolution," *Monthly Review* 47, no. 7 (Aralık 1995): 18-19.

Tekelci Sermaye ve Evrensel Pazar

Gingrich ve Gilder gibi sağcılar, ABD (ve bir bütün olarak yükselen dünya) ekonomisinin görece az sayıda şirketin hâkimiyeti altında olduğunu söylerken bir noktada haklıdır. Ancak onlar, bu durumun enformasyon ekonomisine ait teknolojilerle yer değiştiren, modası geçmiş bir gerçeklik olduğunu ve devre dışı bırakılması gerektiğini düşündükleri için bu sözü sarf ederler. Bu tip görüşlere karşı, şirketlerin hâkimiyetlerini devam ettirmek amacıyla, büyük ölçüde kontrol ettikleri yeni teknolojiler üzerinden ne tür bir mücadele vereceklerini anlamak için daha akılcı bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

Bu noktada, tekelci sermaye ve modern pazar koşullarının doğası ve mantığına dönük geniş bir inceleme yapılmalıdır. Günümüzün gelişmiş kapitalist ekonomileri, kutuplaşmış sınıflardan oluşmaktadır. ABD'deki bütün finansal gelirlerin % 94'ü toplam nüfusun % 20'sini oluşturan yukarıdakilere aittir ve % 80'lik bir orana sahip aşağıdakilere de sadece % 6'sı kalmaktadır. Yukarıdakilerin % 1'i finansal gelirlerin % 48'ine sahiptir ve bu oran aşağıdakilerin sahip olduğu oranın sekiz katıdır. Bu ülkede ilk 200 içindeki imâlatçı, imâlat sektörünün % 60'ından fazlasını elinde bulundururken, ilk 710 imâlatçı toplam imalatçıların % 25'ini oluşturur ve % 80'in üzerinde bir hakka sahiptir. 1990'ların başında ABD ekonomisinin ilk 600 şirketi tüm satış gelirlerinin % 80'inden fazlasını elinde bulunduruyordu.

Böylesi bir sermaye birikimi sadece ABD'ye özgü değildir. Dünyadaki en büyük 300 şirket, dış ticaretin % 70'ine ve dünya aktif sermayesinin % 25'ine sahiptir. ABD'de bir avuç şirket, medyanın önemli bir bölümünü kontrol etmektedir. Telekomünikasyon alanında da görülen bu durum küresel ölçekte de yaşanmaktadır. TCI şirketi yöneticisi John Malone'nun, biraz da abartarak, belirttiği gibi; iki ya da üç şirket, dünyayı kuşatan enformasyon süper otobanlarının sunacağı telekomünikasyon hizmetlerinde hâkim duruma gelecektir. Büyük kabarcıklar daha da büyüyecek, küçüklerse yok olup gidecektir." MCI Başkanı Gerald H. Taylor 1996'da yaptığı bir gözleme göre, telekomünikasyon alanında "ge-

lecek beş yılda” sadece dört ya da altı küresel şirket hâkim olacaktır. Medya devi Rupert Murdoch’ın dediği gibi; “Tekel, siz ona sahip oluncaya kadar berbat bir şeydir.”⁷

Günümüzde, küresel tekeller kapitalist düzeninde fiyata dayalı rekabetinin rolü, on dokuzuncu yüzyılın rekabetçi kapitalizmine oranla azalmaktadır. İlk dönemlerde, yani her girişimin pazarda küçük de olsa bir paya sahip olduğu zamanlarda, rekabetin esas silahları maliyeti düşürmek ve kaliteyi arttırmak için kullanılıyordu; bu sayede, şirket ayakta durabiliyor, hatta kârını ve pazar payını arttırabiliyordu. Sonrasında rekabet umumi ve anonim bir nitelik kazandı ve birkaç şirketin çekişmesi ile sınırlı olmaktan kurtuldu. Tek bir şirket, tüm pazar üzerinde etkili değildi. Bu durum ücret, çıktı ve yatırım seviyesinin pazar koşulları ya da kişisel sermaye tarafından belirlenmediği anlamına geliyordu. Her şey birikim ve merkezileşmenin üzerinden değişti. Endüstride rekabet edenlerin sayısı bir elin parmakları kadar olunca (neo-klasik ekonomistler bunlara oligopolistler demektedir), rekabet de ‘danışıklı dövüş’ haline geldi. Şirketlerin varlığını tehdit eden ve tekeller (ya da oligopolist) şirketler arasında ücret savaşına neden olacağı düşünülen fiyat kırma politikası yasaklandı. Aynı zamanda, temel silahları ürün farklılaştırma ve saldırgan pazarlama teknikleri olan pazar paylaşımına dönük rekabet de yoğunlaşmasıyla birlikte bu türden bir tekeller rekabet tarzı, geleneksel fiyat rekabetinin yerini alarak şirketler arası rekabetin asıl savaş alanı haline geldi. (Kişisel bilgisayarlar ve bilgisayar yazılım endüstrisi gibi) yeni endüstriler ortaya çıktığında rekabet normal olarak başlangıçta katı bir niteliğe sa-

⁷ Edward Wolff, *Top Heavy* (New York: Twentieth Century Fund, 1995), s. 7; *Statistical Abstract of the United States*, 1986 (Washington, DCC: US. Government Printing Office, 1986), s. 524; Richard Du Boff, *Accumulation and Power* (Armonk, NY: M. E. Sharpe, 1989), s. 171; Robert Heilbroner, *The Making of Economic Society* (New York: Prentice Hall, 1992), s. 117; John H. Dunning, *Multinational Enterprises and the Global Economy* (Reading, MA: Addison-Wesley, 1993), s. 15; Richard Barnett ve John Cavanagh, *Global Dreams* (New York: Simon ve Schuster, 1994), s. 15; Grossman, *The Electronic Republic*, s. 173-4; Robert W. McChesney, *Corporate Media and the Threat to Democracy* (New York: Seven Stories Press, 1997), s. 32.

hipti ve fiyat kırmaya da izin verebiliyordu. Bu süreç, gelişkin oligopolist pazar oluşumunun sarsıcı sonuçlarına kadar devam etti.⁸

Tekelci sermaye koşullarında, gelişkin endüstrilerdeki çıktılar potansiyelin altındaki düzeylerde sınırlandırılırken, kâr marjı yüksek tutuluyor, bunun sonucunda da donanım ve demirbaşlarda birikim meydana geliyordu. Böylesi bir birikim rejimi, etkin talep büyümesini engelleme ve yatırımı durdurma eğilimine sahipti. Paul Sweezy bu durumu şu şekilde değerlendiriyordu: “Büyümekte olan bir ekonomiyi ayakta tutmak ve onu genişletmek için gerekli olan sermaye birikimi başarısız olmuştur.” Şirketler, gelişmiş kapitalist ekonomi koşullarında oluşan durgunluk aracılığıyla yeni üretken kapasitelere doğru yapacakları yeni yatırımlardan daha fazla artık elde edebiliyorlardı. ABD ekonomisinin meydana getirdiği ekonomik artık üzerine yapılan bir çalışma, (Baran ve Sweezy’nin 1966’da yazdıkları *Tekelci Sermaye* adlı kitapta sundukları yöntemle bakıldığında) toplam ekonomik artığın 1963’te Gayriîsâfî Millî Hasıla içinde % 50’den % 55’e yükseldiğini gösterir.⁹

Bunun etkileri, bugün yüzyılın ilk çeyreğinde yaşanan ekonomik durgunlukla tanımlanan ekonominin genel durumunda da görülür. ABD’nin yıllık büyüme oranı 1960’ta % 4.4 iken 1970’te % 3.2’ye, 1980’de % 2.8’e ve 1990-95 yılları arasında da % 1.8’e kadar gerilemiştir. Bu düşüş 1960’lardan 1996’ya kadar geçen süreçte yaklaşık % 60 oranındadır. Bu konuda ABD yalnız değildir. Aynı dönem içinde benzer veriler tüm gelişmiş kapitalist ekonomilerden alınabilir. Sermaye bu krize cevabını, küresel ekonominin yeni-

⁸ Paul M. Sweezy, “Competition and Monopoly”, John Bellamy Foster ve Henryk Szlajfer (ed.), *The Faltering Economy: The Problem of Accumulation Under Monopoly Capitalism* (New York: Monthly Review Press, 1984), s. 27-40.

⁹ Paul M. Sweezy, “Can Capitalism Be Saved?” *The Nation*, 9 Temmuz 1984, s. 704; Michael Dawson ve John Bellamy Foster, “The Tendency of the Surplus to Rise, 1963-1988”, John B. Davis (ed.), *Economic Surplus in the Advanced Economies* (Brookfield, VT: Edward Elgar, 1992), s. 42-70. Durgunluğun tek başına ekonominin teknelci karakterinin değil ayrıca (ve belki daha önemlisi) ilgili endüstrinin olgunlaşması eğiliminin sonucu olduğu not edilmelidir. Bkz.: Harry Magdoff ve Paul M. Sweezy, *The Irreversible Crisis* (New York: Monthly Review Press, 1988); ve John Bellamy Foster, “The Long Stagnation and the Class Struggle” *Journal of Economic Issues* 31, no. 2 (Haziran 1997): 445-451.

den yapılanması yönünde bir çaba harcayarak vermiştir. Bu yapılanma süreci, sendikalara ve devlete saldırarak, ücretlerin azaltılmasını, kamu harcamalarının kısılmasını ve dünya üzerindeki sermaye hareketliliğine dönük engellerin kaldırılmasını amaçlamıştır.¹⁰

Ancak sermaye, içine düştüğü bu genel yapısal krizi hafifletmek için politik-ekonomik nitelikteki çabalar dışında bir şey yapmamıştır. En yüksek refah düzeyine sahip ekonomilerde çok sayıda pazar dağılmış, bu nedenle yapay talep yaratma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bir pazarlama uzmanına göre, 35 yıl önce “iş dünyasındaki sorun, ürünün nasıl işleneceği ve üretileneceğiydi, artık esas sorun ürünün nasıl pazarlanacağı ve satılacağıdır.” Sistemin çekim merkezi hızla üretimden satışa (ve finansa) doğru kaymıştır.¹¹

Tabii bu kayma uzun bir süre boyunca, gelişmiş kapitalizm koşullarının karakteristik özelliği olan aşırı birikim ve durgunluk olgusu ile birleşerek ekonominin şiddeti içinde gelişmiştir. Otuz yıl önce, Baran ve Sweezy, *Tekelci Sermaye*’de, ABD ekonomisindeki ‘satış çabası’nın klasik değerlendirmesini sunmuştur. Onlara göre reklâma ayrılan pay, on dokuzuncu yüzyıldaki serbest rekabetçi kapitalizm koşullarında çok azken, tekelci kapitalizmin yıldızının parladığı 1920’li yıllarla birlikte, hem nitel hem de nicel anlamda, büyük miktarlara ulaşmıştır. 1962 yılından itibaren yıllık reklâm harcamaları 12 milyar Dolara çıkmıştır. Bu miktar GSMH’nin % 2’sine denk düşmekteydi. Pazar üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilen büyük şirketler reklâm, marka, ürün isimleri, farklı ambalaj, tarz ve model değişiklikleri gibi araçlarla satıcıların gözünde önemli ürün farklılaştırması yaratabileceklerini keşfetmiştir. Bu tarz araçlarla, alıcıların güduları manipüle edilirken şirketler kâr marjlarını yükseltme ve küçük rakiplerini bertaraf ederek büyüme oranlarını arttırabilmiştir. Fiyat rekabetinin azalmasıyla satılabilir görüntüler yaygınlık kazanmıştır. Satış çabası, tekelci kapitalizmin

¹⁰ *Economic Report of the President*, 1997, s. 303; John Miller, “Is the Boom and Bust Cycle Over?” *Dollars&Sense* no. 211 (Mayıs/Haziran 1997): 10-12.

¹¹ Stuart Henderson Britt, *The Spenders* (New York: McGraw Hill, 1960), s. 52. Paul A. Baran ve Paul M. Sweezy, “Theses on Advertising” den Akt.: Baran, *The Longer View* (New York: Monthly Review Press, 1969), s. 224.

talep belirlenimli dünyasında, hem artığın emilmesinin hem de üretim zinciri yönetiminin temel aracı olarak ortaya çıkmıştır.¹²

Bu tip değişiklikler, sonradan Harry Braverman'ın *Emek ve Tekelci Sermaye* (1974) adlı çalışmasında da açıklanmıştır. Braverman'ın da belirttiği gibi, yaşanan değişim süreci şirketlerin örgütlenme tarzına da yansımıştır. Üretim birçok imâlatçı şirketin en büyük bölümünü teşkil etmeye devam etse de ve finans 'tüm organizmanın beyni' olsa da, şirket faaliyetlerinin bütün alanlarında pazarlamanın üstünlüğü inkâr edilemez. Şirket içinde,

"pazarlama, mühendisliğin nüfuz ettiği ve çoğunlukla tâbi olduğu bir ortamda baskın hale gelmiştir. Tasarım, ambalaj ve üslup yaratma ihtiyacı, örgütün üretim birimi tarafından karşılanırsa da, pazarlamanın mühendisliğe yüklediği yükleri simgeler. Ürün yıpranmasının planlanması, hem tasarım hem de yapımın süreksizliğinden hareketle, mühendislerin üzerinde çalıştığı pazar talebidir. Çünkü üretim zinciri kavramı içindedir ve tüketicinin ihtiyaçları üretimin ihtiyaçlarına uydurulmalıdır."¹³

Tekelci Sermaye'nin basılmasından otuz, *Emek ve Tekelci Sermaye*'nin yazılmasından yaklaşık yirmi yıl sonra bu analizin uygunluk arz edeceği gerekli koşullar oluşmuştur. Pazarlama, (reklâmcılıktan ayrı olarak) sahip olduğu tüm öğelerle tekelci kapitalist ekonominin sürekli hazır gücü haline gelmiştir. ABD iş dünyası, 1992 yılında, pazarlama için yaklaşık 1 trilyon Dolar (GSMH'nin % 6'sı) harcamıştır. Bu harcamayı, insanları daha fazla tüketmeye ikna etmek için yapmıştır. Reklâm bu miktarın çok küçük bir bölümüdür. 1993'te ABD'de reklâma 140 milyar Dolar harcayan şirketler, bu miktarın üç katını satışa dönük promosyonlar için harcamışlardır.¹⁴

Üretimdeki emek gücünün ayrıntılı yönetimiyle benzeşen ve hedefi alıcı olan pazarlama, 1990'larda olduğu gibi bugün de bilimsel yönetimin özünü oluşturur. Dört öğeden meydana gelir:

¹² Baran ve Sweezy, *Monopoly Capital* (New York: Monthly Review Press, 1966).

¹³ Harry Braverman, *Labor and Monopoly Capital* (New York: Monthly Review Press, 1974), s. 266.

¹⁴ Kevin J. Clancy ve Robert S. Shulman, *Across the Board*, Ekim 1993, s. 38; *Marketing Myths that Are Killing Business* (New York: McGraw Hill, 1994), s. 140, 171.

Hedef belirleme, motivasyon araştırması, ürün geliştirme ve satış için temas. Hedef belirleme, pazarlama kampanyaları için demografik bilgiler üzerinden muhtemel ‘hedefler’i (alıcıların pazar kesitlerini) belirleme çabasıdır.

Günümüzde ise yüksek hedeflerin belirlenmesine odaklanılmakta ve pazar kesiti genelde aile ya da birey olarak alınmaktadır. İş Danışmanı Regis Mckenna’nın *İlişkilerin Pazarlanması* (1991) adlı çalışmasında belirttiği gibi;

“pazarlamacı (yakın gelecekte) sadece mevcut teknolojilerle değil, ayrıca onların kişisel bilgisayarlar, veri tabanları, CD-Romlar, multi-medya, bilgisayar-video teknolojisi gibi bir birine yaklaşan imkânlarına da sahip olacaktır... Her yerde her şeyin içinde kullanılabilen işlemciler yeni bir tür zekâyı ve geniş bilgi ağına ulaşmanın imkânlarını yaratabilir... Teknoloji ve pazarlamanın evliliği tüketiciyi şirkete taşımanın bir aracı olmalıdır.”¹⁵

Enformasyon otobanının interaktif doğası, her potansiyel müşteriye dönük ayrıntılı bilgi sunma imkânını da içerir. Halihazırda, Time Warner’ın veri tabanında 52 milyon haneye ait bilgiler bulunmaktadır, fakat bu daha başlangıçtır.

Hedef belirleme, motivasyon araştırması olmadan bir işe yaramaz. Motivasyon araştırması, potansiyel alıcının satın alma güdüsünü belirleme ve bu davranışı Veblen’in ‘tüketicinin niceliksel üretimi’ fikri yönünde manipüle etme amacını taşır. Modern pazarlamada, Daniel Pope’un da açıkladığı gibi, “pazarları kesitlere bölmeye dayalı nokta stratejiler, yaşam tarzları ve kişilik özellikleri titizlikle düzenlenmiş tüketiciler üzerine kurulur.”¹⁶

Pazarlamanın üçüncü ögesi olan ürün yönetimi, ihtiyaç duyulan ürün geliştirme ve ambalajlamayı içerir. Baran ve Sweezy’nin gözlemlediği gibi, bu sayede “üretim ve satış çabası karşılıklı olarak pekişmiş olur.” Ürün tasarımının önemli bir bölümü pazardaki kullanım değerinden çok marka ve tarz belirleme ile ilgilidir. Ürünün eskimesi, çoğunlukla pazarlama stratejisinin bir bölümü

¹⁵ Richard Mmckenna, *Relationship Marketing* (reading, MA: Addison-Wesley, 1991), s. 18.

¹⁶ Daniel Pope, *The Making of Modern Advertising* (New York: Basic Books, 1983), s. 288-90.

olarak planlanır. Her şeyin ötesinde ürün yönetimi, ürünün dış görünüşünün satın alınması için uyarımlar yaratmak amacıyla manipüle edilmesidir. Pazarlamanın ters yüz edilmiş dünyasında, ürünle ilgili görsel sembol, bizzat ürün haline gelir. Pepsi şirketinden bir yöneticinin belirttiği gibi; “söylediklerinizin onda dokuzunu görsellik oluşturuyor... Yaşanabilecek olan canlı günlük hayaller üretiyoruz, bunlarla ilişkimizi ise Pepsi-Cola şişesi kuruyor.”¹⁷

Reklâmcılık, iletişimin satışında kullanılan en çok bilinen unsurdur. Ancak son dönemde doğrudan pazarlama ve satış promosyonları tercih edilir hale gelmiştir. Satış promosyonları, alıcıların ürünleri hemen satın almalarını sağlamaya çalışır. Bu çaba bir kimyasal reaksiyon içindeki katalizöre benzetilebilir, spor ve sponsorluk, cesaret gösterileri, oyunlar ve kuponlar gibi bazı araçları kullanılır. ABD’de belli bir sayıda dağıtılan kataloglar, ortalama yıllık büyüme oranını 1980 ve 1994 yılları arasında % 14 arttırmıştır. Gelecekte, satış promosyonları ve doğrudan pazarlama trafiği büyük ölçüde enformasyon otobanı üzerinden akacaktır.¹⁸

Kuşkusuz enformasyon otobanına dönük şirket çıkarlarındaki yoğun ilginin altında yatan neden, onun yeni pazarlara açılma imkânı sunmasıdır. Bunun yanı sıra, alan genişletmenin, hedef belirlemenin, motivasyon araştırmalarının, ürün yönetiminin ve iletişim satışının, yani tüm pazarlama stratejisinin etkililiğini artırma fırsatını da sunar. Raymond Williams, enformasyon teknolojileri ile ilgili tartışmada, “imâlatçıların ve ortaklarının yeni pazarlama evresine geçiş için hükümetler üzerinde büyük baskı oluşturması gerektiği”ne dikkat çeker. Ortaya çıkmakta olan ‘evrensel pazar’ın henüz tekelci dönemini yaşadığını söyleyen Braverman ise; “kapitalist üretim tarzı, birey, aile ve toplumsal ihtiyaçları ve bunların pazara tâbi kılınması sürecini kontrol altına alırken, bir yandan da onları sermayenin ihtiyaçlarına göre yeniden biçimlendirir.” de-

¹⁷ Baran v Sweezy, *Monopoly Capital*, s. 131-3; Michael Dawson, “The Consumer Trap: Big Business Marketing and the Frustration of Personal Life in the United States Since 1945” Ph. D. Dissertation, University of Oregon, Eugene, 1995, s. 300-5.

¹⁸ Clancy ve Shulman, *Marketing Myths*, s. 171-2, 221.

mektedir. İleride gerçekleşmesi umulan enformasyon otobanı da bu durumu pekiştirecek özelliklere sahiptir.¹⁹

Evrensel bir pazarın ortaya çıkışı, hayatın her alanında gözlenmektedir. İnsanlar ‘boş zamanlar’ını eğlence dünyasının içinde geçirmektedir. Braverman’a göre, toplumdaki körelme ve doğal ortamdan kopuş, ‘özgür’ saatler içinde hükmünü kaybeder ve anlamsızlaşır.” Sonuç olarak;

“iş dışında kalan zamanı değerlendirme pazara bağımlı hale gelir. Eğlenceler ve gösteriler, şehrin sınırlı ortamını doldurur ve hayata farklı araçlar sunar. Boş zamana ait bütün saatleri doldurduğu için kullanılan eğlence ve ‘spor’, sermayenin genişletilmesine dönük üretim sürecine ait araçlarla dönüştürülür.”²⁰

Lu sürecin sonunda kitle eğlencesi, pazarın büyümesini sağlayan en önemli kanallardan biri haline gelir ve toplum üzerinde pazarlamanın temel eksenini oluşturur. Medya ve eğlence sektörü, zaman içinde birleşme eğilimi gösterir ve birbirinden ayırt edilemeyecek bir noktaya gelir. Yaşanan bu süreç, interaktif enformasyon otobanı ile tam olarak bütünleşen dijital çağda hız kazanmıştır.

“Yeni teknolojilerin ortaya çıktığı her moment”, Williams’ın *Modernizmin Politikası*’nda hatırlattığı gibi, “bir tercih momentidir”. Ancak böylesi tercihler, belli bir düzeye kadar, ekonomik ve kültürel koşullar içinde ele alınmalıdır. Fiili sistem:atik eğilimler kontrol edilemediğinde;

Yeni enformasyon sistemleri finansal kurumların, posta yolu ile pazarlama yapan şirketlerin, seyahat acentelerinin ve reklâmcıların hâkimiyeti altına girecektir. Ekonomik sistemin gücü göz önüne alındığında bu durum, gelişmiş elektronik eğlence ve enformasyonun bütünü ya da ihtiyaç duyulan içeriği olarak görülecektir. Daha da önemlisi, eğlence ve bilginin açıklanması ve pratik beklentilerin biçimlendirilmesi noktasına gelecektir.”²¹

Elde edilen bu sonuçlar en güçlü karşılığını iş dünyasına ait literatürde bulur. En deneyimli analistler, dijitalleşmenin teknoloji-

¹⁹ Raymond Williams, *The Politics of Modernism* (New York: Verso, 1989), s. 122; Braverman, *Labor and Monopoly Capital*, s. 271.

²⁰ Braverman, *Labor and Monopoly Capital*, s. 278-9.

²¹ Williams, *Politics of Modernism*, s. 134-5.

nin basit bir sonucu olmadığını, yeni bir birikim sürecine ait altyapıya öncülük ettiğini düşünmektedir.

“Sürtünmesiz Kapitalizm”in Fantezisi

Tüm bu arka plan üzerinden, daha eleştirel bir bakış açısı ile enformasyon çağının ideolojisine bakabiliriz. Daha önce gördüğümüz gibi, enformasyon otobanı ile ilgili cazip fütüristik görüşler çokça kullanılmaktadır. Kamusal alanda yayılan görüşlerin büyük bir bölümü, yeni teknolojilerin demokratikleşme üzerinde önemli etkileri olacağını savunur. Diğerleri ise, yüksek teknoloji kullanan küçük şirketlerin büyüyen ekonomik hâkimiyetlerini ve bunun sonucunda büyük şirketler ve hükümetlerin modasının geçmesini sevinçle karşılamaktadır.

Oysa, enformasyon otobanının kamuoyunda pek tartışılmayan bir başka yönü daha vardır. O da, otobanın şirket topluluklarının hapsinde oluşudur. Bill Gates bu durumu ‘altına hücum’ olarak niteler.

Birçok şirket analizi, iletişim hizmetlerinin birleştiğini doğrulamaktadır. Gates’e göre bu, enformasyonun kontrolünde aslan payını kapmak isteyen şirketlerin harekete geçmesi anlamına gelir. Bu sayede evlerin, sınıfların ve çalışma alanlarının içinden geçen yollar inşa ederler. Buralarda bilginin aktarımı kablo ve telefon şirketleri tarafından kontrol ediliyor gibi görünmektedir. Oysa, Gates’e göre, “kablo ve telefon şirketlerinin sahip oldukları hırs, temelde bilgilerin aktığı borular tesis etmek yönündedir.” Aslında bu şirketler aslında ‘ekonomik besin zinciri’ni dağıtım ve taşıma aracılığıyla aşağıdan, bilgisayar uygulama ve hizmetleri üzerinden en tepeye doğru hareket ettirmektedir. Bu tip şirketler, sadece bilgiyi dağıtmak değil, ona sahip olmak da isterler. “Bu, kablo şirketlerinin, bölgesel telefon şirketlerinin ve elektronik eşya üreticilerinin neden Hollywood stüdyoları, televizyon ve kablo yayıncıları ile çalışmak istediğini de açıklar.”²²

Biz hâlâ, yeni iletişim sistemlerinin yönünü kendi çıkarı doğ-

²² Gates, *The Road Ahead*, s. 241-2.

rultusunda çizen bir güç tarafından kontrol edildiğine inanıyoruz. Bu açıdan Bill Gates, tüm şirket görüşlerini en iyi şekilde temsil etmektedir. O, enformasyon otobanının ‘sürtünmesiz kapitalizm’in yeni bir dönemini başlatacağını öngörmektedir.

Adam Smith’e ait “her alıcı satıcının fiyatını, her satıcı da alıcının ne kadar ödeyeceğini bilir” görüşünü ilk kez Gates tartışır. Ekonomistlerin ‘kusursuz enformasyon’, ‘kusursuz bilgi’ ya da ‘kusursuz rekabet’e dönük öngörü olarak nitelediği olguların yeni teknoloji aracılığıyla gerçekleşme imkânı bulacağını düşünür. Gates’e göre bu durum, bizi “sürtünme katsayısının ve masrafların az, enformasyonun çok ve geçiş maliyetlerinin düşük olduğu bir kapitalizme götürecektir. Bu satıcılar için cennet olacaktır.” Dahası, gerçekleşecek olan sürtünmesiz evrensel pazara hedef belirleme, motivasyon araştırması, ürün yönetimi ve iletişim satışı gibi görsel gerçekliğin tüm unsurları nüfuz edecektir. Gates’e göre; “kapitalizmin tüm mekanizmaları, elektronik pazar tarafından geliştirilecektir.”

Potansiyel alıcıların, reklâmcılar tarafından hedef olarak belirlenmesi, Gates’e göre, daha önce hiç olmadığı kadar etkili olacaktır. “Enformasyon otobanı, müşterilerin bireysel farklılıklarına göre sınıflama yapma imkânı verecek ve böylelikle her müşteriye farklı bir reklâmcılık yöntemi ile yaklaşacaktır.”²³

Eğer enformasyon otobanı üretim üzerinde etkili olarsa Gates’e göre bu, interaktiflik ürün tüketim kapasitesini arttırmasıyla gerçekleşecektir. “Bugün bilgisayarlar, kitlesel üretimin sonucu olan malların hem kitleler hem de özel müşteriler için üretilmesini sağlayacaktır.” Alıcılar, özel ürünleri (örneğin kot pantolon) önceden belirlenmiş seçeneklerin bulunduğu bir mönüden seçerek satın alabilecek ve bu işlemi bilgisayar aracılığıyla yapabilecektir. Oysa ısmarlama özel ürünler daha kişisel ve esnek olsalar bile, temelde kitlesel pazarlamanın bir kolu olacak ve satın almanın yeni bir sebebi olarak kalacaktır.²⁴

Pazarlama, sadece tüm enformasyon otobanını kuşatmakla

²³ A.g.e., s. 171; Bill Gates, “Keynote Address”. O’Reilly (ed.) *The internet and Society* içinde. (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997), s. 32.

²⁴ Gates. *The Road Ahead*, s. 166-7.

kalmayacak, enformasyonu da pazarlanabilir hale getirecektir. Gates'e göre; "internetin enformasyonu özgürleştirdiğini düşünenler vardır. NASA fotoğraflarından kullanıcıların yönlendirdiği bültenlere kadar enformasyona dönük tüm ilgi serbest olmaya devam edecek ve ben inanıyorum ki, en etkileyici enformasyon Hollywood filmleri ya da ansiklopedik veri tabanlarında bile, akılda kâr amacıyla üretilmeye devam edecektir."²⁵

Yeni sistemin ticarete sağladığı imkânlarla işaret eden sadece Gates değil. Başkan Yardımcısı Al Gore'a göre bu; "Yirmi birinci yüzyılın en önemli ve en kazançlı pazar alanıdır. Enformasyon otobanının sunduğu eğitimsel ve politik imkânları tartışan *Time* Dergisi ise konuyla ilgili olarak şu sonuca varır: "Daha fazla kazanç sağlamak için istismar edileceğini görmek artık çok kolay."²⁶

Enformasyon otobanında reklâmcılık genel olarak pazarlamaya daha az mesafeli olacaktır. Modern reklâmcılığın içinde geliştiği tarihsel bağlam, özellikle elektronik medyada, kitap, gazete, resim, vb örneklerde yaşanan önceki enformasyon dönüşümlerine hiç benzemez. Eskiden yayımcılık satışa doğrudan etkide bulunmamıştır. Bu nedenle yayımcılar sponsorlara güvenmişlerdir. Enformasyon otobanının karşılıklı etkileşimi doğrudan satış noktalarının çoğalması için gerekli olan potansiyeli arttıracak ve buna paralel olarak milyonlarca seyirciye yayın yapma imkânları azaltacak, günümüz reklâmcılığındaki birçok ayırt edici özellik de kaybolacaktır.²⁷

Reklâmcılar artık tepkileri teşvik etmeyecek ve fiilî teşviklere cevap vereceklerdir. Reklâmlar, alıcılar ve satıcılar arasında bir 'işbirliği ortamı'na dönüşecektir. *Wired* yazarı Michael Schrage'in açıkladığı gibi reklâmlar; "görsel konuşmalar, video oyunları ve simülasyonlar biçiminde algılanıp yaşanacaktır."²⁸

Tüm bunlar bizi hangi noktaya götürür? Hiç kimse bildiği şey-

²⁵ A.g.e., s. 100.

²⁶ *Time*, 12 Nisan 1993, s. 52-4; *Business Week*, 5 Eylül 1994, s. 61.

²⁷ William S. The Politics of Modernism, s. 126; Nicholas Negroponte, *Being Digital* (New York: Vintage, 1995), s. 170.

²⁸ Michael Schrage, "Is Advertising Finally Dead?", *Wired*, Şubat 1994, s. 124.

den emin değil. Ancak verilebilecek cevaplardan biri ‘birebir pazarlama’ olgusu içinde bulunabilir. Müşterilerin, ‘pazarlamada enformasyon devrimi’ üzerinden elverişli hale gelen bireyselleştirilmiş verilere dayanarak izlenebilmesi, geleneksel kitle pazarlamacılığı ve hatta istatistiksel analiz aracılığıyla pazarların parçalanması olan hücresel pazarlama, bugün doğrudan belli evlere ve kişilere dönük, bazen ‘dar kalıp’ olarak nitelenen pazarlama tarzına yönelmiştir. Pazarlama ile ilgili en çok satan kitabın (*Birebir Gelecek*-1993) yazarlarına göre, pazarlamanın yeni dönemine ilişkin öncelikli konuların; (1) pazar payını arttırmaktan ziyade şirketlerin ‘tüketici payı’ nı arttırmak; (2) iki yollu (interaktif) iletişim üzerinden müşteri ile işbirliği olduğunu söylemektedir.

İletişim Devrimini Pazarlamak adlı kitabın yazarları, ‘merkez-sizleşmiş pazarlardaki farklılaştırılmış ürünler’in bu yeni dünyasında her müşterinin pazarın bir parçası olduğu konusunda hem fikirdirler. O halde amaç, yeni interaktif ortamın, ‘müşteri kontrolü’ için kullanılabilir hale getirilmesidir. Bu da modüler ürün tasarımı ile mümkündür. Bu, müşterilere her hangi bir menü üzerinden seçim yapma hakkını verirken, onların karar alma sürecini de kolaylaştırır. Böylesi bir ortamda kazananlar, “ilişkilerini iyi kuranlar, müşterileri doğrudan ilişki ve bilgi alışverişi ile en iyi kontrol edenler” olacaktır. Esasında burada, küreselleşmiş tekelci kapitalizm koşulları altında birikimi arttırma amacıyla, alıcının bölümlenmesi ve eski iş bölümünün tamamlanması önerilmektedir.²⁹

Bu noktanın altını çizecek bir başka önerme de iş dünyasının sunduğu ‘sanal kapitalizm’ modeli olarak adlandırılan şeydir. Bu önerme, enformasyon otobanı üzerinde asıl bilgi sağlayıcılarının, bilginin toplanma merkezleri olduğu kadar, büyük iletişim ve eğlence şirketleri de olacağını söyler. Şirketlerin hâkim olduğu kapitalizm koşullarında Gates bizi bilgilendirir: “Enformasyon otobanı, alıcıların satın almak istediklerini görmek için ürün üretenlere,

²⁹ Don Peppers ve Martha Rogers, *The One to One Future* (New York: Doubleday, 1993); Richard Blattberg, Rashi Glazer ve John D. C. Little (ed.), *The Marketing Information Revolution* (Boston: Harvard Business School Press, 1994), s. 17-29.

her zamankinden daha etkin bir biçimde izin vereceğini ve potansiyel müşterilerin o ürünleri daha yetkin bir biçimde satın almalarını sağlayacaktır.” Burada sözü edilen yetkinlik, “sürtünmesiz kapitalizm” fikrinden ziyade, satmak ve satın almakla ilgilidir.³⁰

Bu süreç ‘sanal gerçeklik’ üzerinde yaşanır: Üretim sistemindeki durgunluk, dijital teknolojinin genişlemesi ve finans, pazarlama, eğlence, medya ve iletişim alanında hâkim bir rol oynaması nedeniyle, devam eder. Durgunluğu düşük büyüme oranları, işsizlik ve zengin/yoksul arasındaki hızla genişleyen uçurum izler. Bir yandan, “katı olan her şey (görünüşte) buharlaşır”, diğer yandan, nüfusun büyük bölümünün içinde olduğu maddî koşullar durgunlaşır ve toplumdaki geniş kesimler, ekonomik anlamda kötüleşir.³¹

Sisteme Karşı Çıkmak

Enformasyon otobanının düzenlenmesi için sermayenin hazırladığı planların en yüzeysel analizi bile George Ginder’in komik ifadesine neden olur: Yeni teknolojinin bir sonucu olarak “ekonomik güç, kurumlardan bireylere geçer.” Aynı şekilde Bill Gates’in sür-tünmesiz kapitalizmle ilgili görüşü de bu meseleyle ilgilidir ve şirketlerin hâkim olduğu pazarda, sayısız insanın yetersiz maddî kaynaklara sahip olduğu koşulları dışarıda tutar: “Sanal dünyada hepimiz eşit yaratılmışız.” der, ancak “sanal eşitlik, gerçek dünyadaki eşitliği gerçekleştirmekten daha kolay değil.” diye ekler. Enformasyon otobanı çağı, ABD’de milyonlarca yoksul insanı, dünya ekonomisinin kıyısındaki büyük çoğunluk gibi, arkasında bırakır.³²

Küresel kapitalist sistemin çıkarına kullanılacak olan enformasyon otobanı büyüyen eşitsizlik, ekonomik durgunluk, pazarın çözülmesi, finansal istikrarsızlık, toplumsal kutuplaşma ve çevresel sorunlarla birlikte tanımlıdır. Pazarlama ve yeni enformasyon

³⁰ Gates, *The Road Ahead*, s. 183.

³¹ Karl Marx ve Friedrich Engels, *The Communist Manifesto* (New York: Monthly Review Press, 1949). s. 7.

³² Gates, *The Road Ahead*. s. 258.

teknolojilerin oluşturduğu bileşke, bazı şirketlerin daha yüksek kâr marjları ve pazar payları elde etmesini sağlayacak, daha fazla sermaye birikimine ulaşılmasına vesile olacak ve geniş anlamda meta fetişizminin daha geniş bir evrenini yaratacaktır. Ancak, kapitalist toplumun temel maddî krizini (hatta talep yokluğunu) çözmeyecek ve çelişkileri daha fazla derinleştirecektir. Kapitalizmin pazarlama olmadan ayakta duramayacağı kesindir, ancak pazarlama şu an durduğu nokta itibarıyla giderek sistemin tükenmesine de neden olabilir. Gates'in resmettiği kusursuz enformasyon dünyası, belli bir değere sahip bilginin zamanla tekelci sermaye tarafından kontrol edildiği ve yayıldığı bir toplumsal-ekonomik düzende imkânsızdır.

Yeni enformasyon teknolojisini devre dışı bırakmak yanlıştır. Hiçbir şeyin teknoloji tarafından belirlenmediğini söyleyen Raymond Williams'a göre; "yeni teknoloji, eski sistemin kültürel ilişkilere sunamadığı imkânlar sunar." Yeni iletişim teknolojisi, Williams'a göre, "eğitimli ve katılımcı demokrasi üzerinden yaşanan uzun soluklu devrime, karmaşık şehir ve endüstriyel toplumlardaki yetkin iletişimin temin edilebilmesi için modern araçlar" sağlar. Yeni teknolojilerin en büyük faydalarından birinin her çeşit gönüllü kurumlar için gözle görülür ilerleme sağlaması olduğunu ifade eder. Bu kurumlar, pazardan ve devletten ayrı sivil toplum örgütleridir. Ancak bu araçlar yalnızca toplumsal mücadele sonucunda hedefe kilitlenir, çünkü hâkim güçler yeni teknolojiyi farklı sonuçlara ulaşmak için kullanmaya niyetlidirler.³³

Toplumsal mücadelede başarılı olmak için çok çaba sarf etmek gerekir. Ticarî olmayan iletişim için verilecek mücadele, en geniş anlamda, her tür toplumsal hareket ve onlar arasındaki radikal bir ittifakın yürüttüğü savaşın merkezinde olmalıdır. Var olan iletişimin eleştirisi ticarîleşmenin yüzeysel eleştirisinin ötesine geçmeli, tekelci sermaye ve küresel sistemin eleştirisine doğru genişle-

³³ Williams, *The Politics of Modernism*, s. 135-38; *Problems in Materialism and Culture* (New York: Verso, 1980), s. 170-95; ve *Television* (New York: Schocken, 1974), s. 151-2.

melidir. Her şeyin ötesinde, sisteme karşı çıkmadan hiçbir şeyin kazanılamayacağı ve hiçbir şeyin elde tutulamayacağı anlaşılmalıdır. Sermaye için hiçbir şey hatta azizlerin kemikleri bile kutsal değildir. Marx'ın söylediği gibi, her şey paraya indirgenmiştir.³⁴

Sermayenin yeni enformasyon koşullarındaki en büyük korkusu yurttaşların bilgilenererek ticarîleşmeye karşı çıkması, ticarîleşmiş otoban planlarına itiraz etmesi ve genelde tüm politik-ekonomik evrene karşı, bugün olduğu gibi, meydan okuyacak olmasıdır. Korkmakta haklılar. Toplumu kökten değiştirmek yolunda gerekli olan güç bugün dışlanmış çoğunlukla birlikte olmaya devam edecektir. Sermayenin kuralı, yönetilenin rızasının kazanılması ihtimali fikrine dayanır. Eğer Bill Gates'in rüyası olan sanal kapitalizm, tüm insanî kültürün pazara hizmet ettiği ters yüz olmuş bir dünya ise, tek direnme imkânı tüm bu alanları daraltma ya da hep birlikte aşabilme umuduna sarılmaktır.

³⁴ Marx, *Capital I* (New York: Vintage, 1977), s. 229.

KÜRESEL KÖY MÜ KÜLTÜREL YAĞMA MI? İletişim Devriminin Eşitsiz Mirası

Peter GOLDING

Mayıs 1997’de İngiltere’de iş başına gelen İşçi Partisi hükümeti, on yıl boyunca yapılan eleştirinin ve 1986’daki çekilmeyi takip eden ayrılışın ardından, UNESCO’ya yeniden katılma niyetinde olduğunu açıkladı. Çok az ilgi uyandıran bu açıklama, İngiltere hükümetinin yeni ve uyumlu bir küresel kültür düzenine dönük bir çağrısı olarak kabul edildi. Çok daha az kişi ise bu girişimi, yeni bir enformasyon düzeni ile ilgili kahramanca taleplerde bulunan bir değişim aşaması olarak niteledi. Söz konusu talepler, önceden İngiltere ve ABD’nin 1985’de UNESCO’dan çekilişi için üretilen bir bahaneyi ifade ediyordu.

Gerçekte çok az şey değişmektedir. Bu yazının yazarının da yaşadığı İngiltere’nin iç kesimlerindeki şehirlerde, yeni ve canlı ‘boş zaman alanları’ bulunmaktadır. Bu alanları çok ekranlı sinema kompleksleri ve bowling salonları tamamlamaktadır. Geniş park alanları fast food zincirlerinin en önemli özelliğidir. Etnik yemek lokantaları, İngiltere’de yolculuk eden insanların aynısını Florida ve Kaliforniya’daki oyun alanlarında gördükleri zincirlerden türetilmiş ve ayrıca onlardan acentelik almışlardır. Dışarıdaki sıcaklığı ve arabadaki havalandırma eksikliğini unutun, birden Atlantik’in öte yakasına geçmiş olduğunuzu hayal edin. Çok katlı bir sinema salonunda sunulan *Yıldız Savaşları* filmi bizi kuşatır ve hemen ardından da Hollywood’un üretim hattı dünyamızı bombalamaya başlar. Küresel ticaretin bildik bütün diğer ikonları gibi uluslararası düzeyde değiş tokuş edilebilen burger barları ve New York de-

lislerinin taklitleri ortalıkta dolaşır. Bu tip ortak gözlemler son birkaç on yıl içinde gözlemcileri tedirgin etmiştir.

Ardından, ‘Amerikanizasyon’a karşı gelişen kızgınlık Avrupa’ya, özellikle 1950’lerin ilk yıllarında İngiltere’ye gelen ticarî televizyona duyulan kamusal antipatinin içinde güçlü bir akım haline gelmiştir. Bu yaklaşımlar iki temel model türetmiştir. Modellerin hiçbirisi, imparatorluklar sonrası dünyada, alıcı kültürlerin hâkim üreticilerden gelen kültürel ürünlere ve kitlesel medyaya nasıl tepki vereceğini anlamamanın tatmin edici bir yöntemini sunmaz. İlk model oldukça etkileyicidir, fakat tümüyle uluslararası barışın uluslar dışında konuşulduğu; mübadeleyi geliştirerek yaratılan ortak kültürün sanal küreyi küçültmesiyle kargaşanın ve kaosun ötesine geçilmesini ve ortak, şefkatli bir düzenin üretilmesini sağlayan ‘küresel köy’ projesine dönük hayalî bir kutlamadan ibarettir. Diğer bir model ise, mirasın hâkimiyeti içinde gelişen eşitsizlikleri ve zararlı etkileri, kültürel ürünlerin ‘tek yollu trafiği’ olarak niteler, ancak bunu; hem medyaya hem de basit bir Davud/Golyat karikatürü olarak ele alınan, politik ve analitik açıdan yetersiz bir ‘kültürel emperyalizm’ modeline dönük dar bir bakış açısı içinde ele alır.¹

Bu yazının birinci bölümünde küresel kültür sistemini, zorunlu olarak, yüzeysel bir yoldan ele alacağım. Burada insanlararası eşitsizliklerin, köklü ve etkin bir biçimde, genel ekonomik eşitsizliklerde temellendiğini açıklamaya; ardından da, bazı karşı eğilimleri verili durumla ilişkilendirmeye çalışacağım.

Dijital Değil Parasal Yakınlaşma

İletişim ve bilgi endüstrilerinin giderek birbirine yakınlaştığını sıkça duyuyoruz. Bununla anlatılmak istenen şey mesafelerin teknolojik anlamda çözülmesidir. Çözülme özellikle telekomünikasyon, bilgisayar ve yayıncılık gibi dijital teknolojinin uygulanabildiği alanlarda yaşanmaktadır. Böylece, iletişimin dağıtım ve servis

¹ P. Golding ve P. Harris (ed.), *Beyond Cultural Imperialism* (Londra: Sage Publications, 1997).

gibi birbirinden ayrı biçimleri potansiyel olarak tek bir biçim ve genel bir format içinde kaynaşır. İletişim teknolojisinin sahip olduğu potansiyel haldeki devrimci nitelik, birçoğumuzun içinde yaşadığı sembolik manzarayı şekillendiren kültürel ürünleri üreten ve sunan büyük küresel şirketlerin koşulladığı yakınlaşmadan daha açıktır.

Dünya ticareti 500 civarında şirket tarafından kontrol edilmektedir. Bu durum özellikle televizyon programcılığı, sinema, kayıt ve reklâmcılık gibi kültürel ürünlerin kontrolüne ve üretimine yansımaktadır. Kültür sektöründe kilit rol sahibi şirketler artık hepimizce tanınmaktadır. Bu şirketler, şirket evliliklerinde görülen artış nedeniyle son yıllarda sayısal olarak azalmış ve bu sayede kendilerini takviye edebilmişlerdir. Bu durum onlara daha fazla yatırıma yönelik sermaye avcılığı ve daha az stok imkânı sunmuştur. Rupert Murdoch idaresindeki News Corporation tabii ki ilk örnektir. İngiltere’de *Sun*, *Times* ve *Sunday Times* ile birlikte dünya genelinde yüzden fazla gazetenin sahibi News Corporation ayrıca Twentieth Century Fox, HarperCollins Yayınevi, Fox TV şebekesi ve kablolu yayını elinde bulunmaktadır. Bunun dışında ABD’deki yerel televizyonculuğun büyük bir dilimini ve BSkyB, Asya Star TV, Sky Latin Amerika ve Japonya Sky Yayıncılığın yaptığı uydu televizyonculuğundaki büyük bir hisseyi kontrol eder. Küresel iletişim faaliyetlerinin önemli bir bölümünü elinde tutar.²

Ancak son yıllarda, Murdoch’ı temsil eden gökdelenin ötesinde ardı ardına yaşanan evlilikler de göze çarpar. Disney Union’ın ABC şebekesi ile birleşmesi, Time Warner’ın (1989’da gerçekleştirilen birleşme) CNN ile bağlantılandırılması ve çeşitli telekomünikasyon evlilikleri korku verici şirket birleşmelerine ait bir yapıyı miras bırakmıştır. Gezegendeki en büyük medya şirketi olan Time Warner, *Time* Dergisi’ni, Warner müziği ve Warner Bros’u, stüdyoları, Home Box Office kablo TV kanalını, kablo sistemleri

² Bunların ayrıntıları ve diğer şirket yapıları için bkz.: Herman, E.S. ve McChesney, R.W., *The Global Media: The New Missionaries Of Corporate Capitalism* (London: Cassell, 1997).

ve kanallarındaki en büyük holdinglerin yanı sıra Time-Life Books'un işlettiği kitap satışına dönük kapsamlı faaliyeti içerir. Disney hâlâ film ve sinema üzerine kuruludur. 1995'te devasa bir yapıya dönüşmüştür. Bunun nedeni, Capital Cities/ABC'nin ona katılmış olmasıdır. Ayrıca Disney, kablolu yayınla ilgili bazı istasyonlarda, spor ve çocuk kanallarında, gazetelerde ve beyzbol takımlarında faaliyet yürütmektedir.

Özel şirket sektörünün dışında temellenen iletişim ve kültür organizasyonlarının değişen yapısı ve işlevi, mega şirketlerin oluşturduğu yığını tamamlamaktadır. Özellikle Avrupa'da bu durumu PTT'ler, posta ve telefon kuruluşları, ayrıca kamusal hizmet yayıncılığına dönük örgütlenmeler temsil eder. Son yirmi yıl içinde, saldırgan bir tutum içinde yürütülen özelleştirme ve ticarileşme, kamusal düzenlemenin ve müdahalenin böylesi örgütlerin ticaret sektörü içine yerleştirilmesi sebebiyle engellenişini ifade eder. Bu süreç dahilinde kamusal hizmetlere dönük istek ve taahhüt toptan ya da kısmî olarak terk edilir. Oysa, kamusal hizmetlere dönük istek ve taahhüt, Batı Avrupa ve diğer birçok yerde telekomünikasyonun ve yayıncılığın tarihsel misyonudur. Eğlence dünyasındaki devlerin küresel pazarlarda sahip olduğu hâkimiyet çarpıcı niteliktedir. Birleşmeler kazançlı pazarlardaki ellerini güçlendirdikçe, ABD ve yatırımcılar yeni fırsatları değerlendirmek için deniz aşırı bölgelerde araştırmalar yapmaktadır. Yeni pazarlara dönük yatırımların içerdiği düşük riskler daha büyük mahsul alınmasını sağlayabilir. Maliyetleri azaltmak için, Tayvan ve Filipinler gibi ülkelerdeki hükümetler, kablolu TV dahil birçok alana yabancı yatırım yapılmasını kolaylaştırmaları konusunda ikna edilmektedir. Latin Amerika kablolu yayıncılığı ve telekomünikasyon operatörleri ile ABD'li ortaklar arasında kurulan ortaklıklar; TV Globo, Televisa ve Venevision'a ait olan Hughes ile News Corporation ve ABD'deki TCI'nın yaptığı bağlantılar ikna çabalarının ürünüdür. Ayrıca Cable TV ve üretim evleri, Uzak Doğu ve Avustralya'da büyüyen pazarlara yönelmiştir. ABD'nin eğlence dünyasına sunduğu ürünler, ulusal televizyon seyircilerinin aldığı yerel ürünlere dönük isteğe rağmen, uluslararası pazarlardaki yüksek döngü-

yü güvence altına alır. *Baywatch*, *The X-Files* ve *ER* küresel programcılıkta güçlü bir biçimde kendini gösterir, hatta çocuk programcılığı ticaretinin küreselleşmesinde bile bu durum etkileyici bir nitelik arz eder. Nickelodeon, Disney, Fox ve diğer oyuncuların komuta merkezinde olduğu küresel çocuk televizyoncuğundaki pazar payının 100 milyar Dolar olduğu tahmin edilmektedir. Çizgi film ve macera-aksiyon dizilerinin çok uluslu pazardaki potansiyeli, sundukları satış imkânları ile birlikte oldukça büyüktür. ‘Eğlence ürünleri’ üzerinden yapılan bütün satışın % 65-70 civarında bir oranla çocuklara dönük olduğu görülmektedir. Bu durum, programlamayı önemli ölçüde belirleyen tüketici ürün dağılımlarını tesis etmek üzere şirketlerin hızla eğlenceyi desteklemelerine neden olur. Bu noktada, hem Mattel oyuncaklarında hem de MTM eğlence sektöründe yöneticilik yapan bir kişinin söylediği şu sözleri not etmek gerekir: “Ürünlerin eğlence dünyasında piyasaya çıkış yapması onların yaygın markalar olmasını sağlar. Bu, ürün lisansı ve satışı konusundaki görüşlerin önceden, yaratıcı bir süreç üzerinden üretilmesinin sağlanması nedeniyle çok önemlidir.”³ Televizyonun aksiyon filmlerine yönelmesi kitap ve bilgisayar oyunları ile benzer bir ekonomik sinerjiyi açığa çıkartır.

Fakir ülkelerdeki yerel üreticilerin ABD eğlence dünyasının ithal ürünleri ile girdiği rekabette karşılaştığı sorunlardan biri de maliyetin çok yüksek olmasıdır. İthal ürünlerle etkileşim, yerel üreticilerin hiçbir zaman sahip olamayacakları yüksek üretim değerlerini gündeme getirir. Çünkü onların, pazarın sunduğu mevcut ölçeğe girebilmesi imkânsızdır. Büyük ABD stüdyoları, seyircileri reklâmcıların ön gördüğü belli mecralar içinde tutan ve orada kuran uzun soluklu dizileri etkisizleştirebilir.

Şimdi kültürel endüstriler üzerinden, henüz finansal nitelik kazanmadığı için dijitalleşememiş olan yapıların yaşadığı değişime, ardından özellikle ‘üçüncü dünya’ya ait toplumlara ve onların yaşadığı verili somut sonuçlara bakabiliriz.

³ Johnson, D., “TV Toy Story: Kids’ fare drives international merchandising bonanza” *Broadcasting and Cable International* 8, No. 2 (Nisan 1966): 30-34.

Dayatılan Akıbet

1980'lerin kayıp on yılı dünyanın fakir ülkelerine müşfik davranmamıştır. 5.4 milyarlık nüfusa sahip olan dünyanın yaklaşık 1.4 milyarı yoksulluk içinde yaşamaktadır; bu nüfusun 1.2 milyarı ise en düşük endüstrileşme düzeyine sahip olan ülkelerde yaşamaktadır.⁴ Aradaki uçurum giderek genişlemektedir. Endüstrileşmiş ülkelerde kişi başına düşen ortalama Gayri Safi Milli Hasıla, 1965 ve 1969 arasında % 2.4 oranında büyümüştür. Ancak bu oran endüstrileşme düzeyi en altta olan ülkelerde neredeyse sabit kalmıştır. Uluslararası ekonomide, dönüşümü sağlamak için girişilen çabalar öz çıkar engeline takılıp iflas etmiştir. Yardımlar, ısrarla ekonomik çıkarın küflendirdiği politikalara bağlanmıştır. Özellikle, refah düzeyi yüksek ülkelere gelen yardımlar giderek azalmıştır. (Örneğin ABD'de GSMH ile kıyaslandığında yardımlar, 1960 ve 1990 yılları arasında 0.56'dan 0.19'a düşmüştür.)

1980-83 arasında yaşanan küçülme, gelişmelerin bu yönde yaşanmasına neden olmuştur. Korumacılık, kitlesel borç artışı ve doğrudan yatırımlardaki azalma süreci hızlandırmıştır. Fakir ülkeler için borç yükü ekonomilerini toplamda mahvetmiştir. 'Yeni uluslararası ekonomik düzen' için yapılan çağrı büsbütün susturulmuştur. İlk 1970'lerde petrol fiyatlarındaki dalgalanma, ardından borç dağlarının yükselmesi ve son olarak, 1980'lerin sonlarında son elli yılın en düşük düzeyine ulaşan temel eşya fiyatlarındaki düşüş bunun nedenidir. 1980'den beri Dünya Bankası gibi çok uluslu örgütlere olan borç beş kat artmıştır. Nikaragua, Kongo ve Mozambik gibi ülkelerin borç yükleri toplam ulusal üretimlerinden daha fazla olmuştur. Yüksek düzeyde borçlandırılmış fakir ülkelerin sahip olduğu borç yüklerini hafifletmek için yapılan tüm girişimler uzun vadede felâketle sonuçlanmıştır. 1995'ten beri serbest ticaret anlaşmalarını zorlayan Dünya Ticaret Örgütü, borçlu ülkeler için hazırlandığı söylenen 'yapısal uyum' paketlerini dayatan rekabeti desteklemiştir.⁵

⁴ Bkz.: Townsend, P. *The International Analysis of Poverty* (Sussex: Harvester Wheatsheaf, 1993).

⁵ Brazier, C., "State of the World Report," *New Internationalist* No. 287 (1997).

Biz, dünya üretiminin yaklaşık % 80'inin nüfusun dörtte biri tarafından tüketildiği bir dünyada yaşıyoruz.

Daha güncel olan ise, dünya kapitalizminin yükselen yıldızları olan ve 'ekonomik mucize' olarak adlandırılan Asya ülkelerinin de sarsılmış olmasıdır. 1990'ların ilk yıllarında Doların gücü ve küresel küçülme, ihracattaki artışı şiddetli bir biçimde vurmuştur. Yaşanan bu sarsıntı, bir önceki on yıl içinde yaşanan büyümeyi engellemiş olan yeni teknoloji ürünlerine de yansımıştır. Uzun vadeli tahminler yapan kişiler, Asya yüzyılından sonra beklentileri yeniden gözden geçirmeye başlamışlar ve dikkatlerini Latin Amerika'ya çevirmişlerdir. Dünyadaki eşitsizlikler her zamankinden daha fazla yoğunlaşmıştır.

İletişim ve enformasyon teknolojileri hızla bu ekonomik değişimlerin ve yapıların merkezine oturmuştur. Zengin endüstrileşmiş ülkelerdeki teknolojik keşiflerin sunduğu ölçek ve gidişat, üretimin doğasını ve teknolojik açıdan aşırı gelişmiş üretim merkezlerinin karşılaştırmalı avantajını değiştirmiştir. Enformasyon teknolojileri, iletişimi ve işlem maliyetlerini azaltmış, hizmetlerin ticaret yapabilirliğini artırmıştır. Ancak bu noktada üç mit, yüksek teknolojideki ilerlemenin cazibesini ve parıltısını besleme eğilimine girmiştir.

İlki küreselleşme mitidir. Küreselleşme, ulus-devletlerin tümüyle ulusal sınırların ve yasal düzenlemelerin elektronik ihracına yenildiğini söyler. Her ne kadar küresel ekonomilerin gücü, ulus-devletin hissedilir olmasını göz ardı etse de, ulus-devlet her şeye rağmen maddî bir gerçeklik olarak kalmaya devam eder. Bu durum, hem kültürel hem de malî açıdan halkın önemli bir bölümünün somut tecrübesinde yaşadığı bir olgudur. ABD'nin önemli ve müstesna bir yapısı vardır. Onun iç yatırıma dönük çekiciliğine karşın, söz konusu yatırım ABD'deki toplam stok ve bono miktarının sadece % 6'sıdır. İhrâcât ve ithalatın toplam ülke içi üretime oranı ise 1980'den beri hiç değişmemiştir.⁶

⁶ Piven, F. Fox, "Is it Global Economics or Neo Laissez-faire?" *New Left Review* no. 213 (Eylül-Ekim 1995): 107-14.

İkinci mit yeni teknolojilerin sihirli gücünün verimliliği arttıracığını söyler. Bu noktada, bilgisayarların kusurlarından çokça bahsedilir. Bir seyahat acentesi uçuş biletinizi ayırtır ve yolculuk gerekli uzunlukta tamamlanır. Enformasyon teknolojilerine (IT) yapılan büyük yatırımlara rağmen (ABD’de araç gereçlere yapılan masraflar 1970’te % 7 iken 1996’da % 40 olmuştur.) verimlilik artışları sınırlı kalmıştır. Neredeyse 1970’ten beri bütün büyüme, artan emek ve sermaye girdilerine bağlı olarak yaşanmıştır.⁷ Zengin ülkeler, IT aracılığıyla artan randımana bağlı olarak emek maliyetlerinden kurtulabiliyorlarsa ya da IT üretimini, düşük emek maliyetli alanlara yönelerek, iletişim maliyetlerinde önemli artışlar yapmadan gerçekleştirebiliyorsa IT, düşük emek maliyetli ekonomilerin ticarete dönük avantajları konusunda ne işe yarar?

Üçüncü mit, IT’nin yeni bir ‘bilgi ekonomisi’ yarattığı iddiasıdır. Bu karmaşık konunun tartışılması için gerekli yerimiz yok; ancak IT kullanımındaki artış, bunun emek gücü istatistiklerine yansımaları ve ‘bilgi işçileri’nin yeni bir toplum biçimi inşa ettiği ile ilgili düşünce son yıllarda birçok kişinin ilgisini çekmiştir. Dünya işletim kâtibi General Motors’un otomobil üretiminden ziyade diğer konulara yönelmesi, çalışma yöntemleri ve ekonomik düzen arasında yaşanan karmaşa, bu tartışmayı ilginçleştirmektedir.

Bu değişimlerin net sonucu, iletişim araçlarına geçilmesi ve onlara sahip olmakla büyük küresel eşitsizliklerin üretiliyor olmasıdır. Tablo I, bu durumu anlatır. Tablo, dünyadaki birbirinden farklı bölgelerin gazete, kitap ve yayıncılıkla ilgili durumunu sunmaktadır.

⁷ Woodall, P. “The Hitchhiker’s guide to cybernomics,” *The Economist*, 28 Eylül 1996.

Tablo I. Bazı Bölgelerin İletişim İmkânları

	1 Milyon Kişiye Düşen Kitap Basımı		1000 Kişiye Düşen Günlük Gazete		1000 Kişiye Düşen Radyo Sayısı		1000 Kişiye Düşen TV Kuruluşu	
Bölge	1970	1991	1980	1992	1980	1993	1980	1993
Afrika	22	20	16	16	104	173	17	39
K. Amerika	366	365	159	143	926*	982*	331*	406*
Asya	59	70	56	63	96	179	37	69
Avrupa	515	802	193	267	604	628	350	390
Gelişmiş Ülkeler	428	513	242	279	879	968	422	494
Gelişmekte Olan Ülkeler	39	55	37	44	98	178	25	60
Dünya	182	160	88	96	294	350	125	154

Kaynak: UNESCO 1995 İstatistik Yıllığı

Dünyanın birçok bölümünde, özellikle Afrika'da, son yirmi yıl boyunca çok küçük bir hareketliliğin yaşandığı gözlenmektedir. Afrika, dünyadaki televizyon kuruluşlarının % 3'üne, günlük gazetelerin % 2'sine ve radyo vericilerinin % 6'sına sahiptir. Bu oranlar, ancak zengin ülkeler teknoloji yarışında ileriye gittiğinde değişebilmektedir. UNESCO tarafından belirlenen ve 'gelişmekte olan' ülkeler başlığı içinde, hem Güney Doğu Asya'nın endüstrileşen ülkelerini hem de Afrika'da Aşağı Sahra'nın fakirleşmiş çorak bölgelerini bir araya getiren ham kategorileri kullansak bile, iki dünya arasındaki uçurum korkunçtur. Gelişmiş bölgeler gelişmekte olan ülkelere nazaran on kat daha fazla kitap basmakta, altı kat daha fazla gazete yayınlamakta, radyo alanında beş, televizyon alanında sekiz kat daha fazla yayın yapmaktadır. Tablo II, ulusal düzeyde, temel geleneksel iletişim araçlarına bağlanan dünya ülkelerinin kullanım oranlarını göstermektedir. ABD'yi baz alan tablo, en fakir ve en zengin ülkelerin görece konumlanışlarını vermektedir. Bu temel araçlar yayılırken ve dünyanın zengin

bölgelerinde yaşayan insanların günlük yaşamlarını biçimlendirirken, aynı zamanda birçok fakir insanın yaşadığı ortamlara da bağlanmaktadır.

Medya alanını meydana getiren en büyük pay, tâbii ki, reklâm-cılığa aittir. Bunların, gizli kapaklı bir biçimde hoş karşılanması gereken lütuflar olarak değerlendirilmesi kolaydır. Ancak teknolojiler kendi kullanımlarını belirlemez. Bu figürlerle tarif edilen büyük teknoloji açığı yalnızca fakir ulusların Disney ve Murdoch'ın boyunduruğundan kurtulmasına işaret etmez. Ayrıca bilgi teknolojilerinin temin ettiği demokratik potansiyeli ve iletişimi de imkânsızlaştırır. Bu durum, özellikle eğitim ve politik altyapıların yüksek maliyetle elde edildiği ve her türden yardımın sağlandığı dağınık ve geniş nüfus bölgelerinde yaşanır.

Bu çatışma önemlidir. Dünyanın önemli bir bölümünün "ABD'deki özel kanallara ait kuralların dayattığı, kan, sakinleştirici ilaçlar ve reklâmcılıktan oluşan kokteyl tarafından işgal edilmiş" olduğu kesinlikle doğrudur.⁸ Bunun en açık biçimi Avrupa'da yaşanır. İngiltere'de, Kanal 4'e ait çıktıların % 25'inden fazlası Amerikan ürünüdür. Ancak, Avrupa'nın kalan kısmında ise oran daha yüksektir. Alman özel kanallarında Amerikan kaynaklı üretim, elde edilen malzeme açısından, % 32 (RTL) ile % 56 (ProSieben) arasında değişir. Tüm bunlara rağmen Avrupa kaynaklı şebekeler özerk üretim kapasitesini elinde tutar. Yerel programcılık halk tarafından sürekli ilgi görmektedir. Bir başka yerde bunun daha azı gerçekleşir. Canlı Latin Amerika pazarı, Amerikan TV ihracatçıları için verimli bir topraktır. Geniş ve önemli ölçüde tek dilin hâkim olduğu bu pazarın potansiyeli muazzamdır. Tüm Latin uydu hizmetlerinin önemli bir bölümü büyük ABD stüdyolarınca işletilmektedir. Bu pazarın 1996-2005 yılları arasında % 26 oranında büyümesi beklenmektedir. Stüdyolar büyük ölçüde doğrudan katılım imkânlarını arttırmışlardır. Sony Eğlence Televizyonu (SET) Latin Amerika'da bir milyon eve yayın yapmakta ve insanlara

⁸ Galeano, E., "Notes on inequality and incommunication," *Media development* 1/96, s. 22.

Sony'nin zengin imkânlarını sunmaktadır. WB, Warner Şebekesi, kıtanın ilk yirmi dört saat yayın yapan eğlence kanalını kurmuş, 1995'te de sistemi Karayipler'e taşımıştır. Yabancı mülkiyetle ilgili sınırlamalar ortaklık anlaşmaları ile aşılmıştır. Bu türden bir anlaşma, Country Music Television ve TVA Brazil arasında imzalanmıştır. Meksika televizyonu TV Azteca gibi ABD'den alınan ithâl ürünlerin hâkim olduğu birçok kanalın NBC ile sıkı ilişkileri vardır ve çıktılarının % 40'ı ABD kaynaklıdır.

Tablo II. İletişimin Eşitsiz Dünyası: Karşılaştırmalı bir Analiz

Tablo, seçilen ülkelerin iletişim imkânlarını ABD'yi 100 üzerinden temel alarak göstermektedir. UNESCO'nun 1995 İstatistik Yıllığı'ndan alınan veriler üzerinden hesaplanan bu göstergeler, iletişim imkânlarının göreceli karakterini vermektedir. Verilerin ifade ettiği yıllar ülkeden ülkeye değişmektedir, ancak genelde ele alınan zaman aralığı 1992 ve 1994 arasındır.

ÜLKE	1000 Kişiyeye Düşen Günlük Gazete	1000 Kişiyeye Düşen Televizyon	1000 Kişiyeye Düşen Radyo	Yayınlanan Kitap Sayısı
Botswana	12	2.1	5.6	0.3
Benin	0.9	0.7	1.3	1.3
Etiyopya	0.4	0.4	9.3	0.5
Mali	1.7	0.2	2.1	— — —
Nijerya	7.6	47	9.2	3.2
Zaire	1.3	0.1	4.6	0.1
ABD	100	100	100	100
Nikaragua	9.7	8.2	12.3	— — —
Brezilya	23.3	26	18.3	55.9
Penu	30	12	11.9	4.3
Afganistan	5.1	1.2	5.6	— — —
Çin	18.2	4.6	8.7	189
Hindistan	13.1	4.9	3.8	26
İran	8.5	7.7	10.8	13.8
Pakistan	2.5	2.2	4.2	0.6
Arnavutluk	37.8	11.4	8.3	0.8
Almanya	137	68.5	42	136
İsveç	217	57.6	41	26.2
İngiltere	162	53.3	54	193

Asya'daki fotoğraf da hemen hemen aynıdır. SET Hindistan pazarına 16 milyon kablolu bağlantısıyla girmiştir. Asya-Pasifik'in on üç en büyük ülkesinin, 1990 ve 1995 arasında elde ettiği televizyon gelirleri % 50 artmıştır. Çoğunlukla zayıf bir basın sektörüne sahip olan yayımcılık, kaynayan Asya ekonomilerinden güç alan reklâmcılık aracılığıyla yaygın bir biçimde kullanılmaktadır.⁹ Ancak bu noktada tabii ki Çin en büyük avdır. Sahip olduğu 230 milyondan fazla televizyon seyircisi ve tüketim harcamalarındaki artış ile Çin her türlü eğlence şirketi için yoldan çıkarıcı bir serap gibidir. Ancak tüketici sayısındaki artışın yanında kitlesel işsizlik, zor çalışma koşulları ve artan eşitsizliklerden de bahsetmek gerekir.¹⁰

Acımasız gibi görünen bu gelişmelere rağmen, iletişim teknolojilerinin sahip olduğu alternatif potansiyel, hem analitik hem de politik açıdan ele alınmalıdır. Gazeteler ve yayımcılık gibi telekomünikasyon da bu bağlamda değerlendirilmelidir. Bu yaşanan gelişmelerle birlikte ortaya çıkan geniş imkânlar, hem kişisel iletişim ve zaman/mekânsal sınırlardan kurtulma hem de ticaret kolaylığı ve hızı için gereklidir. Bu imkânlar, ağır eşitsizlikler aracılığıyla, yaygınlaşır. Telekomünikasyon ticareti, 1990'da 50 milyar Doların altındayken, 1995'te 96 milyar Dolara; telekomünikasyon hizmetleri pazarı 400 milyar Doların altındayken, aynı dönem içinde 600 milyar Dolara çıkmıştır. Pazardaki sermaye artırımını konusunda telekomünikasyon sektörü, sağlık ve bankacılıktan sonra dünyada ikinci sıradadır ve küresel ekonomi içindeki oranı iki kat artmıştır.¹¹

Telekomünikasyonun içinde bulunduğu yol küresel sermaye yapısının basit bir yansımasıdır. Uluslararası telekomünikasyonun tepesindeki beş isimden dördünün mutlaka bir ABD'li ortağı var-

⁹ Johnson, D., "Asia Pacific and revenue booms." *Broadcasting and Cable International* 8, no. 3 (Haziran 1996): 7-8.

¹⁰ Bin Zhao, "Consumerism, Confucianism, Communism: making sense of China today." *New Left Review* no. 222 (Mart-Nisan 1997): 43-59.

¹¹ ITU, *World Telecommunication Development Report* (Zürich: International Telecommunications Union, 1997a).

dır ve ABD uluslararası telefon trafiğinin en tepesindeki elli hattın % 51'ine ortaktır.¹² Japonya ve ABD, dünya telekomünikasyon ekipman ihrâcatına hâkim durumdadır ve bu tepedeki on büyük ulusun sahip olduğu ihracat değerinin % 48'idir.¹³ Gelişmekte olan ülkelerde trafik yoğunluğu, Hong-Kong, Singapur, Çin ve Malezya'nın arasında tepedeki yirmi beş hat dahilinde, büyük ticaret seçkinleri arasında ve onlarla birlikte işlemektedir. Gelişmekte olan ülkeler listesinde on beşinci sıraya (Namibya ve Güney Afrika) inene kadar hiçbir Afrika ülkesine rastlanmaz. Paradoksal bir biçimde, uluslararası telefonculuğun en büyük kullanıcıları zengin aşağı Sahra'daki abonelerin çok küçük bir bölümüdür. Bu kıtada her yüz kişiye bir hat bile düşmemektedir. "Yirmi dört OECD ülkesi dünya nüfusunun % 15'ine sahipken, bütün telefon hatlarının % 71'ini elinde bulundurmaktadır."¹⁴ Dünya nüfusunun yarısı henüz bir telefon konuşması bile yapmamışken, diğer yarısı rahatça konuşarak bu imkânın önemli etkilerini ve yararlarını görmektedir.

Yeni Teknolojiler: Eski Güçler

Yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin elde edilmesi daha fazla eşitlik, katılımcılık ve ilerici yapılar taahhüdünü beraberinde getirmiştir. Ancak pratikte bu teknolojiler hızla, gerçek eşitsizliğin ve ticarî sömürünün bilindik yapıları ile işbirliğine yönelmiştir. İnternet bu durumu yeniden yaratmıştır. 1994'te, doğrudan internete bağlı bilgisayar şebekesine sahip tek bir Az Gelişmiş Ülke bulunmamaktadır. Paket programlı veri şebekeleri sadece beş AGÜ'de mevcuttur. 1994'te, Hindistan'da her 1000 kişiye 0.002 İnternet kullanıcısı düştüğü tahmin edilmektedir. İsveç'te bu oran

¹²ITU/TeleGeography Direction of Traffic Database tarafından ölçülmüştür. (1997b), <http://www.itu.int/tiindustryoverview/top50int.html>. adresinden elde edilebilir.

¹³ITU, *World Telecommunication Development Report* (Zürich: International Telecommunications Union, 1997a).

¹⁴Winseck, D., "Contradictions in the democratisation of international communication," *Media, Culture and Society* 19, no. 2 (1997): 234.

48.9'dur. Eğitim hizmetleri ve elektronik sağlık gibi alanlarda böylesi şebekelerin olası kullanımı çok büyük olmasına rağmen, birçok Afrika ülkesinin henüz internet bağlantısı bulunmamaktadır. Kıta üzerinde iletişim hattı kuracak olan fiber-optik denizaltı kablo şebekesi Africa One, bu hedefine 1999'da bile ulaşamayacak durumdadır. İş, potansiyel kullanıcılardan daha çok, Africa One'ı destekleyen AT&T Submarine Systems'a kalmış gibi görünmektedir. Hiçbir Afrika ülkesi 6 milyar Dolarlık bir projenin gelişim aşamalarına dahil edilmemiştir.

Yakınlaşma, teknolojik alandan çok örgütsel ve ticarî alanlarda yaşanmaktadır. Bir ya da iki kilit oyuncu bu eğilime işaret etmektedir. 1996'da yaptığı 1.094 milyon Dolarlık satışla dünyanın en büyük on-line servis sağlayıcısı olan America Online, Knight-Ridder, Time Warner ve Turner Broadcasting gibi bazı medya şirketleri ile anlaşmalar imzalamıştır. Avrupa'da, sunulan hizmetlerin etkileyciliğini artırmak için yayımcılık şirketi Bertelsmann'la birlikte bir grup kurmuştur. En yakın rakibi CompuServe, 1996'daki 793 milyon Dolarlık satışı ile Avrupa'nın lider on-line servis sağlayıcısıdır. Diğer şirketler farklı yerlerden gelerek bilgi kubbesinin içine yerleşmişlerdir. Basın ajansı Reuters, 154 ayrı ülkede, haberleri ve finansal bilgileri bilgisayar terminallerine nakletmekte ve ayrıca finans piyasalarına veri desteği sağlamaktadır. 1973'te, elektronik pazar alanı olan Monitör'ü kurduğundan beri, içinde gerçek zaman hisse satıcısı olan Quotron'un da bulunduğu çeşitli on-line servisleri sağlamaya devam etmiş ve Reuters Para Hattı'nı kurmuştur. 1995'teki toplam satış 4.198 milyon Dolar'dır ve bu satışın % 70'i bilişim ürünlerinden elde edilmiştir.

Ticarî alandaki gelişmeler internetin gücünü, dünyadaki zengin bölgelerde pazarlama aracı olarak kullanılması için hızla artırmakta ve interneti bu amaçla dönüştürmektedir. Bunun sonucunda internet parçalanma (balkanization) sürecine girmiştir. Bu süreç dahilinde servis sağlayıcıları, tarayıcı (browser) ve sunucu (server) içine yerleştirdikleri hususi vasıflarını kapalı bir alan içinde çalışan kullanıcıların ağdaki bölgelerine yerleştirmiştir. Yakınlaşma bu noktadaki kilit kavramdır. "Telekomünikasyon sektörünün

bilgisayar ve yayımcılık dünyası ile yakınlaşması yeni bir sinerji yaratmıştır. Bunun en göze çarpan biçimi de internetin son yıllardaki kat be kat büyümüş olmasıdır.” “...İnternetin önemi, şimdiki fiili durumunda değil ileride alacağı biçimde yatmaktadır.” (ITU Şubat 1997) Şaşırtıcı olmamakla beraber “yayımcılar, üreticiler ve dağıtımıcılar siber uzayda mallarını pazarlamak ve bağlılıklarını artırmak için yeni bölmeler inşa etmektedirler.”¹⁵ CNN’in 1995’te kurduğu on-line servis bittiğinde, sadece bugün içinde olduğu reklâmcılık alanında değil, katma değer hizmetlerinde de kullanılacaktır. Sony’ye bağlı kredi kartları şirketi olan Visa ile mal satın almak isteyenler için on-line işlemler konusunda çeşitli düzenlemelerin altına imza atmıştır.

Sonuçta bu durum büyük oyuncuları etkiler. 1996’daki 8.671 milyon Dolarlık satışıyla yazılım sektörünün Godzillası olan Microsoft, hızla internetteki büyümenin kendisini yolda bırakmayacağını farkına varmıştır. Şirket kendi ağ tarayıcısını Windows işletim sistemi ile birleştirmiş ve ilgili şirketlerdeki değişikliklerin hızla peşine düşmüştür. 1996 yılı boyunca Microsoft Dimension X’i üretmiş, bu sayede interaktif medyayı ağ tarayıcısına taşımıştır. Beraberinde ürettiği WebTV aracılığıyla televizyon üstü kutular üzerinden internet dağıtımını sağlamıştır. 1994’te NBC ve MSNBC ile bağlantılı olarak, yirmi dört saatlik kablolu yayın yapan televizyon kanalı için 420 milyon Dolarlık yatırım yapmıştır. Bill Gates’in de kendisine ait Corbis adında bir başka şirketi vardır ve bu şirket üzerinden, içinde Smithsonian (Washington) ve National Gallery’deki (Londra) dünyanın en iyi koleksiyonlarının resim ve fotoğraflarına ait dijital hakları satın almıştır.

Rupert Murdoch ters yönde hareket ederek, bilgi teknolojilerine dönük yaptığı bazı hatalı girişlerin ardından, oradaki yeni, ucuz ve entegre olmuş dağıtımın geniş imkânlarını keşfetmiştir. News Corporations’ın TV Rehberi Eğlence Şebekesi göreceli olarak önceki tüm diğer yatırımlardan daha az gösterişlidir. Daha büyük

¹⁵ Scott, T., “Broadcasters, producers, go online to increase rand recognition.” *Broadcasting and Cable International* 8, no. 2 (1996): 42.

maceralar İngiltere ve Çin'deki girişimlerde yaşanmıştır. Chi-naByte, Çin pazarı için tercüme edilmiş batılı internet hizmetleri için geniş bir imkân sunmuştur ve önemli bir kısmı Murdoch'ın News Corporation'ına aittir. Murdoch, Çin pazarında yaşanacak olası patlamaya hazırlıklı olmak için Çin'deki konumunu dikkatle belirlemiştir. Şirket, küresel dijital televizyon hizmetleri üzerinden, yayıncılık ve internetin yakınlaşmasını sağlamıştır. Telefon aracılığıyla interaktif hizmetler sağlamak, ileriye dönük maliyetlere önemli ölçüde etki eder ve kârı artırır. Ayrıca en ilerici ve toplumsal açıdan farklı olan fiber-optik bağlantıların kullanımına tercih edilir. 1997'de İngiltere'de Murdoch LineOne'ı kurmuş, bu sayede Embriyon halindeki yeni İngiliz on-line pazarını ele geçirmek istemiştir. Muhtevası Murdoch'ın gazetelerinden çıkmış ve sadece on-line popüler gazetecilikten, astrolojiden ve eğlenceden etkilenen yeni kullanıcılara hitap etmek için değil, ayrıca hizmeti geleneksel bağlantılara bırakmak için de düzenlenmiştir.¹⁶ Bu sayede, yeni teknolojilere bağlanan yüzyılın iletişim mimarisini parçalamış olan küresel eşitsizlik güçlerini emri altına almaktadır.

Kötümserlik ve Direniş Biçimleri

Kültürel ürünlerin üretim ve dağıtımındaki küresel dengesizliğin yıldırıcı hesabını çıkartmak sıkıcı olabilir. Uluslararası iş dünyasına ait dergilerin parlak sayfaların önerdiği dolambaçlı yol, her alternatifi ve ilerlemeyi çarçur eden güven, kontrol ve yayılma rüzgârına kılavuzluk eder. Ancak kötümserlik determinizm değildir. Elimizdeki resim, ne politik ne de analitik açıdan, daha eşitlikçi ve demokratik bir düzenin inşasına dönük çeşitli çabaların içindeki “prefigüratif biçimler” düşüncesi olmadan tamamlanmış olmaz.

1970'lerde, hızlı dekolonizasyonun ortaya çıkışında, dengesizliğin git gide artan tanıklığında biçimlenen üçüncü dünyaya ait nefret, 'kültürel egemenlik' ve yeni dünyanın ekonomik düzenini tamamlayan yeni bir dünya iletişim düzeni ihtiyacı arasında yapı-

¹⁶ Bracken, M.. "Gotcha! Murdoch Online," *Internet Magazine* no. 29 (1997): 63-67.

lan tartışmaya yönelmiştir. Tartışma en yüksek noktasına, retoriksel oyunların oynandığı bir UNESCO çalışmasıyla ulaşır. 1980’de basılan bu yayının adı McBride Raporu, “*Seslerin Çokluğu, Dünyanın Tekliği*”dir.¹⁷ Rapor, küresel çapta gerçekleştirilen bir dizi konferansta ifade edilmiş olan öfkenin kristalize edilmiş halidir. Birçok deklarasyonun, bildirinin ve manifestonun arkasındaki güç olan bu raporun öne çıkan bir diğer önemli ve yaygın başlığı da “Yeni Dünyanın Enformasyon ve İletişim Düzeni”dir. Çalışma cesur ve göz ardı edilemeyecek bir çabanın ürünüdür. Ancak geriye sonuçta acı, keder ve kaybolmuş imkânlar bırakmıştır. 1990’larda, geç de olsa bayrak açılmıştır, çünkü bazı zengin ülkelerin, küresel enformasyon ve iletişimin kontrolünde hâkim olan güçlerin kendilerini yaralama olasılığı görülmüştür.¹⁸ Ancak uluslararası işbirliğine ait iyi niyetli yapıların gerçekleştirdiği makro düzenleme etkili olduğunu henüz yeni ispatlamıştır. Gerçekte, küresel arenada en çok bahsi geçen dönüşümlerden birisi, bu tür örgütlenmelerin uluslararası sermayeye dahil olmasıdır. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği bunlardan biridir ve aynı zamanda işbirliğine ait düzenleyici bir organdır. Ancak diğer taraftan bu organ bir serbest piyasa altyapı sistemini küresel telekomünikasyona dayatan ve onaylayan katı ticarî bir güçtür. Direnişin alternatif potansiyellerini ve tarzlarını bir başka yerde incelemek kaydıyla, özet halinde beş ayrı yaklaşımı sıralayabiliriz.

1. *Pasif olmayan seyirci*. Son dönemde yapılan kültürel teori çalışmalarında, seyircilerin aldıkları mesajlara karşı direnç gösterme kapasiteleri çok yönlü olarak tartışılmıştır. Bu sayede, *Dallas* ve *Yıldız Savaşları* gibi sonsuz sağanakların etkisinden endişe duymadan, tüketicilerin bu tarz ürünlere kendi anlamlarını, şen, alaycı, postmodern ve tahrip edici bir biçimde dayattıkları yorumlama kapasitelerine güvenmek gerekir. Büyük bir bölümü dev kültür şirketlerince ihraç edilen bu tarz ürünler böylelikle, sınırla-

¹⁷ Bkz.: Hamelink, C., “MacBride wit hindsight,” P. Golding ve P. Harris (ed.) *Beyond Cultural Imperialism* içinde.

¹⁸ Schiller, H., *Information Inequality* (New York: Routhledge, 1996), s. 121.

malar ne olursa olsun, kurbanı olmayan bir suçun aksesuarları olur.

Bu analizin iki ayrı biçimi vardır. İlki, seyircilerin fiili kapasitesi üzerinde durur ve mülkiyet, içerik ve etki arasında basit bir denklemi keşfetmek biçiminde yorumlanabilecek bir çabayla, iletişimin politik ekonomisi için mevcut determinizmi sorgulamaya çalışır. Bu yaklaşıma, tartışma ve ispat noktasında, şiddetle itiraz edilmiştir.¹⁹ Mattelart ‘etnografik’ açıdan yapılan muhasebeye, “amprisizmin bu yeni tarzı içinde, yaşadıkları toplumu unutan, böylece ağacı ve ormanı gizleyen oldukça somut alıcılar sunar bize” diyerek itiraz eder. Kendisi, küresel eşitsizliğin tümüyle ve kasten göz ardı edildiği yeni bir görececilik sunar.²⁰

İkinci tarz genelde daha ilerici bir görünüme sahiptir ve istila tarafından zehirlenen eski zamana ait herhangi bir kültürel saflığın olmadığını söyleyen fikir etrafında döner. Aslında kültürler dinamikler ve bu nedenle melez bir yapıya sahiptir. Bölge ve kültür arasında var sayılan ilişki devreden çıkmıştır ve kültürler, kişisel tercih ve tat aracılığıyla, küflenmiştir.²¹ Bu analiz sonuçta, katı sınıfsal ve kültürel hâkimiyetin yapısal belirleyiciliğinin reddine ve bireysel tüketicilerin kültürel belirleyiciliğine izin veren boşlukların yaratılmasına dönük inanca varır.

İthal edilen ve ticarî olarak satılan ideolojinin emilmesi için seyircilerin *tabula rasa* olmadığını söyleyen böylesi bir analiz, fazla belirlenimci olan düşüncenin düzeltilmesi için gereklidir. Ancak, metinlerin yorumlanabilme derecesi ve tüketici özerkliğinin sonlu sınırları hâlâ büyük ölçüde önemlidir. Seyirci özerkliğinin geliştirdiği direniş sıklıkla, romantikleştirilmiş bir aşırılıktır ve çoğunlukla tüketim üzerindeki dolaylı özerkliğin bir biçimidir, ancak asla üretimle bir ilgisi yoktur.

¹⁹ Bkz.: Ferguson, M ve Golding, P., “*Cultural Studies in Question*”ın çeşitli bölümleri. (Londra: Sage Publications, 1997).

²⁰ Mattelart, A., *Mapping World Communication: War, Progress, Culture* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994), s. 237.

²¹ García Canclini, N., *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995).

2. *Yerel güç*. Üçüncü dünyadaki birçok merkez, etkin ve geniş dağıtımı yapılmış ürünlerin, filmlerin, TV programlarının ve müziğin önemli kaynağı olmaya başlamıştır. Örneğin Mısır, Brezilya, Hindistan ve Meksika büyük üretici ülkelerdir. Bombay, Şangay ve Cakarta gibi bazı üçüncü dünya kent merkezleri telekomünikasyon merkezleri haline gelmiştir. Aynı zamanda, ülke içlerinde, yerel radyo ve video üretimine dönük özerk merkezler, sadece kültürel ürünlere olan acil ihtiyaçları karşılamak için değil, bölgedeki halkı eğitmek ve kültürel üretim sürecinin gizemini dağıtmak için de önemli bir rol oynar.

3. *Bölgecilik*. MacBride Raporu'nun vardığı en önemli sonuçlardan birisi de, özellikle haber ajanslarının bölgesel işbirliğine dönük beklentidir. Karayipler, Afrika ve Orta Doğu'daki önemli teşebbüsler, üçüncü dünyadaki seyircileri büyük uluslararası ajanslar tarafından aldatılmış hissettiren New York, Paris ve Londra'daki batılı haber tekellerine ait algılamaların çarpıtmadığı haberlerin akışını sağlamak için tesis edilmiştir. Ancak bu teşebbüsler süreci zorlamaktan başka bir şey yapamamıştır.²² Her şeye rağmen, ulusal olmayanın potansiyeli, kültür ve dil alanındaki küresel işbirliği, örneğin Latin Amerika'da, keşfedilememiştir.

4. *İletişim Politikası*. Sıradan bir dünyada, küresel kültürdeki şirket işbirliklerine karşı direnmek için gerekli olan her şey, ulusal politik forumlar aracılığıyla ilgili politikanın etkin işletimi üzerinden, demokratik bir biçimde gerçekleşebilir. Gerçek dünyadaki iletişim politikası her zaman bir kâbustur. Birçok üçüncü dünya devleti ezici bir karaktere ve etkiye sahip olmuş; kültürel araçların kontrolünün kilit rolünü hızla kavramışlardır. Kolay üstünlük ve kuralların kozmopolit kültürüyle bütünleşen yerel seçkinler, kültürel emperyalizme karşı direnişten ziyade, ayrıcalığın ve gücün sürekliliği ile ilgili iletişim politikaları belirlemişlerdir.

Devlet birçok ülkede, küresel işbirliğinin kilit mekânizması olmuştur. McDowell, Hindistan'daki iletişim politikalarının evrimi-

²² Musa, M., "From optimism to reality: an overview of third world news agencies," P. Golding ve P. Harris (ed.) *Beyond Cultural Imperialism* içinde.

ni incelemiş; özel sektörün inşası ve genişlemesi için, “ulusal yayımcılığın ticarileşmeye, özelleştirmeye ve görsel-işitsel servis üretiminin ulusüstü bütünleşmesine katkı sunduğunu; dağıtımaya yardım eden uzun vadeye dayalı güçler”in²³ tesisi için çok gerekli olduğunu göstermiştir. Bu açıdan politikanın rolü nötr değildir ve tümüyle politikayı yönlendiren politik güçlere dayanır. İletişim politikası, sektörün demokratik kontrolü için potansiyel güç olarak anlaşılmalıdır. Ancak gerçekte şefkatli bir şey olarak da görülmemelidir.

5. *Farklı bir biçimde yapmak.* Yerel ve demokratik kontrol altındaki alternatif medya, modern iletişim tarihinde her zaman var olmuştur. Amazon ormanlarında yaşayan Kızılderililerin çevrelerindeki yağmaya dikkat çekmek için videoyu kullanması, etkili ve cesaret isteyen bir davranıştır. Güney Afrika’da yaşanan ırk ayrımına (Apartheid) yönelik alternatif gazetecilik, Chiapas’taki direniş hareketinin düzenlediği internet kampanyaları, samizdat* ve Doğu Avrupa’daki e-posta politikaları, Güney ve Orta Amerika’daki cemaat radyolarının da içinde olduğu bu listenin sonu yoktur. Avustralya’daki Ulusal Yerli Medya Kuruluşu, Aborjinlerin hakları için, gazete ve kitap yayınlarının yanı sıra radyo ve televizyon arasındaki şebekeyi de koordine eder.²⁴ Bolivya maden bölgelerinde yaşayan halk arasında yapılan radyo yayımı, sendika hakları ve temsiliyeti için can alıcı bir niteliğe sahiptir.²⁵

Bu tarz alternatifler sadece, kitlesel olarak üretilmiş ve ideolojik açıdan doyurulmuş küresel şirket kültürüne ait çıktıların bütünlenmesini sağlamaz. Ayrıca kültürel üreticiler ve tüketiciler arasın-

²³ McDowell, S.D., “Globalisation and policy choice: television and audiovisual services policies in India,” *Media, Culture and Society* 19, no. 2 (1997): 162.

* Kendi kendine yayımlama anlamında Rusça bir sözcüktür. SSCB’de, yasaklanan yazıları yetkililerin haberi olmadan çoğaltmak için kullanılan, el yazısı, daktilo, fotokopi, mikrofilm gibi teknikleri içerir. Soljenitsin gibi muhaliflere ve Batılı yazarlara ait kitaplar bu sayede basılabilmektedir. – ç.n.

²⁴ Pattel-Gray, A., “Australian Aboriginal communication as resistance,” *Media Development* 2/196: 18-19.

²⁵ O’Connor, A., “The miners’ radio stations in Bolivia: a culture of resistance,” *Journal of Communication* 40 (1990): 102-10.

daki ilişkiler için alternatif ve örnek modeller sunar. Etkilerini ve büyüklüklerini abartmak tehlikeli bir gurura neden olabilir. Onların verdiği dersleri göz ardı etmek ise miyobik negativizmdir.

Bu direniş birimlerinin her biri umut kaynağıdır, ancak aynı zamanda sınırlar ve gerçeklikle ilgili hayırlı derslerdir. İdare kesinlikle ticaret ve şirket kaynaklı aç gözlülüğün elindedir. Daha ileri gitmek için, insanın ve toplumun iletişim kapasitesini ve onun özgürlüğe, eşitliğe ve topluma dönük duygularını karşılayan bir uluslararası düzenin yaratılması için, araştırma içinde yer alan modernlik projesine dayanan kurumsal merkeziliği tanınmak zorundadır. Aksi takdirde teknolojik gelişme, ileride dünyanın fakirleşmiş ve dışlanmış bölümü ile tüm bağı kopartacaktır.

SİBER-UZAYDA KAPİTALİZME KARŞI MÜCADELE

Enformasyon Otobanı,
Post-endüstriyel Ekonomi ve Halk

Heather MENZIES

“Katı olan her şey buharlaşır” ifadesinden hiçbir zaman hakikî bir ses duyulmamıştır. Kapitalizme ait yapılar dijitalleşmekte; maddî niteliğini de küresel iletişim ağları içinde, dosya klasörlerinden elektronik birimlere doğru yaşadığı evrim üzerinden yitirmektedir. Bununla birlikte şirket faaliyetleri, zaman ve uzayda yeniden örgütlenmekte; bu faaliyetler ‘sanal’ şirket ortaklıklarına ve ortak girişimlere doğru genişlemektedir.¹ ‘Ani tepki’ üzerine kurulu perakende satış ve ‘anında’ üretim hız kazanmaktadır. Ayrıca metalaşmış faaliyetle birlikte çalışma, performans ölçümü ve bunlarla ilgili telafiler parçalanmakta; merkezileşmiş finansal ve yönetsel kontrolün sibernetik sistemlerine doğru yeniden inşa edilmektedir.

Kısacası yaşanmakta olan, her zamanki intikam meselesidir. ‘Enformasyon’ toplumu retoriği ve internet düşkünlerinin (‘sürtünmesiz kapitalizm’e benzer) kovboy bölgeciliği arasında tekelci kapitalizm ideolojisi bütün olarak gözlenememekte, aynı anda mevcut olan biçimler içinde pekişmekte ve hâkim hale gelmektedir.

Mücadele, tüm bu gelişmelerin halka verdiği zararlar ve halkın bu konuda neler yapabileceği ile ilişkili olmalıdır. Bu makalede kısmen bu ilişkiyi kurmayı deneyeceğim. İlk önce, yeniden yapı-

¹ *Sanal şirketleşme ve sanal çalışma alanı* terimlerini bu makale boyunca kullanacağım. Bu terimler elektronik dosyalar, giriş protokolleri, dijital adresler üzerinden elektronik simülasyon oluşturmayı ayrıca bilgisayar, modem ve iletişim ağlarını bunlara her hangi bir yerde uygunluk arz eden bir aygıtla sanal genişlemeyi amaçlayan şirketlerin kapasitelerini ifade eder.

lanmanın tokasındaki teknolojinin kısa bir açıklamasını sunacağım; ardından yeniden yapılanmanın ima ettiği şeyleri keşfetmeye, onları anlamak ve çözümlmek için gerekli yolları bulmaya çalışacağım. Son olarak, algılarımızı ve alternatif fikirlerimizi oluşturmak ya da harmanlamak için kullandığımız dil üzerine bazı düşünceler aktaracağım.

Yeni Ekonominin Ekseni Olarak Enformasyon Otobanı

Enformasyon otobanı ile başlamak yararlı olacaktır; çünkü ‘otoban’ bu devasa teknolojik yeniden yapılanmanın merkezindedir. Şebekelerin karşılıklı bağlantıları yeni ekonominin eksenini oluşturur ve burası iş pazarlıklarının yapıldığı, çalışma hayatının yönlendirildiği ve ‘esnek birikim’in ölçülüp yönetildiği yerdir. ‘Enformasyon otobanı’ kavramı, ABD Başkan Yardımcısı Al Gore’un 1993’te ilân ettiği 2 milyar Dolarlık ‘Ulusal Enformasyon Altyapı Programı’nın bir ürünüdür. Program, ABD endüstrisini çok hızlı bilgisayar ve şebekeler aracılığıyla yeniden biçimlendiren araçlarla donatmayı öngören 1980’deki Yüksek İcra Kanunu’nun devamı niteliğindedir. Amacı “ülkenin Japonlara birdirbir oynatmasını sağlamak”tır.² Federal Hükümetin 1994’te (CANARIE adı verilen geniş bir özel sektör konsorsiyumu aracılığıyla) yürürlüğe soktuğu benzer bir enformasyon altyapı destek programında olduğu gibi, burada da ‘ekonomik yenilenme’ öncelikli meseledir. Başlangıçtan itibaren yoğunlaşma, multi-medya pazarlaması, dağıtım ya da tele-alışveriş değil, iş sahasına dönük olmuştur. 1994’te basılan, *Kanada’daki Enformasyon Otobanı: Kanada’da Enformasyon ve İletişimin Altyapısını İnşa Etmek* başlıklı çalışmadaki anlam açık ve yalındır: “rekabete dönük bu anahtar şirketler tarafından enformasyon otobanı için uygun araçların geliştirilmesi, tedariki ve tatbikine dönük beceri ile mümkündür.”³

² Peter Coy, “Bir Enformasyon Otobanını Nasıl İnşa Edersiniz?” *Business Week*, 16 Eylül 1991.

³ Industry Canada, *The Canadian Information Highway: Building Canada’s Information and Communications Infrastructure* (Ottawa: Supply and Services Canada 1994), s. 8.

Gore, otoban imgesini senatör olan büyük babasından esinlenerek, onun 1950'lerde ABD ekonomisini ve savunma kapasitesini desteklemek için ülkenin her yanına süper otoban ağları inşa etme girişimini yeniden kullanıma sokmuştur. Ancak gerçekte metafor yanlış yola sapmıştır. Yalnızca yaşamsal geleneklerimizin dışında akan bir başka iletişim hattını öngörmektedir. Ancak fiiliyatta bu elektronik otoban, geleneklerin içinden geçerek, üzerine bastığı toprağı dönüştürmektedir. Bilgisayarlaşmayla birlikte, birçok bilgi destek çalışması ve çalışma yönetimi dijitalleşmektedir. Böylece şebekeleşmeyle, yani iletişimle birleşen bilgisayarlarla birlikte, bütün veriler ve yönetsel kontrol, köklü alışkanlıklardan enformasyon otobanının yüksek kapasiteli şebekelerine doğru kaymakta; tuğla, harç ve sabit bir coğrafya üzerine kurulu olmaktan çıkarılmakta, enformasyon otobanına ait altyapı sistemlerinin oluşturduğu küresel şebeke üzerinde yeniden kurumsallaştırılmakta ve küresel düzlemde hareket edebilir kılınmaktadır.

Çalışma süresi; evde tele işçiler, çağrı merkezleri, 'hareketli' fabrikalar, laboratuvarlar, ev ve uydu ofisleri ve atölyelere dayalı yeni küresel ve yerel iş bölümü üzerinden kısaltılabilir. Bütün bunlar bir kereliğine enformasyon otobanı içine kapatıldığında, tüm üretim modülleri sanal şirketlerin, sanal kolej ve üniversitelerin, sanal hastanelerin ve hükümet departmanlarının şebekeleşmiş örgütsel yapıları tarafından uzaktan yönlendirilebilir. Otobana ait şebekeler, zamanın her hangi bir anında, her türden fizikî alanda; bir apartmanın üst katından, kenar mahalledeki bir bodrum katına ya da garaja ya da herhangi bir otomobilden kamyonu kadar her yerde toplu işleyen bir çevre oluşturabilir. Bu fiziksel alanların her biri sanal bir çalışma sahası ya da müşteri hizmeti ve dağıtım bölgesi olabilir.

Bilgisayarlaşmaya dayalı yeniden yapılanmanın şebeke-bütünleme aşamasını işaret eden enformasyon otobanının tarihi 1970'lere kadar gider. O günden beri endüstriyel paradigma değişmektedir. Makineye dayalı ulusal ekonomiler, küresel ve post-endüstriyel sistemlere dayalı ekonomilere doğru yeniden yapılandırılmaktadır. Böylesi bir ekonomide, küresel ölçeğe sahip şirketler hâkim-

dir. Özellikle; enformasyon, finansal enformasyon ve haberleşme-
de hâkim olan bu şirketler üretim, pazarlamaya dayalı dağıtım ve
tüketimin oluşturduğu 'birleşik bir sistem' olan otoban şebekesini
istismar eder.⁴

Bu tam anlamıyla bir teknolojik gelişme olmadığından belirle-
yici bir niteliğe sahip değildir. İdeolojik ve tarihsel tercihler çoklu-
ğu iş başındadır. Buradaki tercihler; kesintileri ve hükümet ayarla-
maları dahilinde özelleştirmeyi, serbest ticaret ve düzensizliği, ek
olarak toplumun ve emeğin standartlarını düşüren önlemleri içerir.
Bütün bunlar, daha geniş bir yeniden yapılanma sürecinde rol oy-
nar: Ekonomik birimleri yerel ve ulusal toplulukların sosyal sınır-
lamalarından ayırarak, beklentilerin ve ölçütlerin düzeyi aşağı çe-
kilir; mallar kamu sektöründen özel sektöre aktarılır ve güç daha
büyük şirket birimlerine doğru pekiştirilir. Son iki başlık özellikle
iletişim alanında uygulanır. İletişim araçları, hem üretimin post-en-
düstriyel araçları hem de düzenin temel araçları olunca şirketler,
iletişimi kontrol altına almayı öncelikli görür.

Bu küresel sistemler ekonomisinden çıkan şey bir Lego seti
üzerindeki çeşitlemeden ibarettir. Beraberinde; yatırımların ve an-
laşmaların giriş tuşuyla yapılabildiği, hızla sonlandırılabilirdiği stan-
dartaştırılmış ödeme seti ve çalışma ölçütleri üzerinden işleyen
karşılıklı değiştirilebilir üretim birimleri bulunur. Bu, ABD'de
Agility Forum adı verilen hükümet ve endüstri arasında oluşturul-
muş bir düşünce havuzunun desteklediği oyun planıdır. 1980'lerin
sonunda, sermayesi ABD Savunma Bakanlığı tarafından sağlana-
rak kurulmuş bu forum, askerî endüstrinin başlıca destekçileri
içinden bazı kıdemli görevlileri ve bilgisayar, iletişim ve otomobil
sektörünün önemli şirket temsilcilerini bir araya getirmiştir.

Forumun yayınları, otoban ağlarının sanallaştırılmış birimleri
üzerinden son noktasına ulaşan tekelci kapitalizmden ve tekelci
şirketlerin, kartellerin ve holdinglerin temel yapılar olarak bütün
halinde gözden kaybolduğundan bahsetmez. Sanal şirketlerin gö-

⁴ Dr. Steven Goldman, *Agile Manufacturing: A New Paradigm for Society* (Bethle-
hem, PA: The Agile Forum, 1993), s. 110.

rünmez elektronik yapılarının ve “birleşmiş... sanal girişimler”in,⁵ David Harvey’in, kapitalizmin kendi kriz eğilimlerine bulduğu “çözüm” olarak tarif ettiği, “esnek birikim”in mükemmel aracı olduğunu söylemez.⁶ Bunun yerine yayınlar, bugün biri çözülürken yarın bir başkasının olduğu sanal acentelerin “rutin”leşeceğini;⁷ paralel bir araştırma içinde farklı şirketlerin farklı bölümleriyle farklı zaman dilimleri için diğer üretim çemberi faaliyetleri ve üretim gelişiminin bağ kuracağı üzerinde durur. “Eski rakipler”⁸ arasındaki “yeni dostluk” olarak adlandırılan ittifaklar, “yirmi birinci yüzyıl dünyasının baskın endüstriyel düzeni”⁹ne dönük beklentiyi temsil eder. Bu ittifaklar; ‘elverişli yasal pratikler’, “ayarlanmış ara yüzeyler” ve “yaygın bağlaşıklık”¹⁰ sayesinde mümkün hale gelmiştir. Forum bu ittifakları, Amerika’nın Fabrika Ağı adını verdiği enformasyon otobanı üzerindeki gelenekselleşmiş özel bir yol üzerinden ilerletir. Entegrasyon “elektronik”tir: Tedarikçiler, danışmanlar ya da dağıtımcılar olarak rol oynamayı kararlaştıran şirketler, projenin yaşaması için belli dosyalara, programlara ve diğer teknolojilere izin verir.

Acil Sanal Girişimlerin Entegrasyonu İçin Gerekli Anahtar Alanlar başlığını taşıyan bir doküman, her şeyin teknolojiden ve yasal protokollerden halkın ölçülerine ve yeteneklerine – küresel ‘koşula bağlı emek gücü’ne – doğru akabilmesini sağlayacak bir oyun planını önerir. Böylece teknolojik ve insanî ölçüler, şirketin en az işletme maliyetiyle enformasyon otobanı üzerinden çalışması için gerekli müşterek kombinasyona doğru kapanır. Bu, General Motors’un anında otomobil parçaları; ya da Benetton mağazaları

⁵ a.g.e., s. 27.

⁶ “Finansal sistem, reel üretimden ayrı olarak kendi özerkliğini bir dereceye kadar elde etmiştir. Bu, kapitalizmin tarihinde daha önce görülmemiş bir durumdur.” David Harvey, *Postmodernliğin Durumu* (Cambridge, MA: Blackwell Publishers, 1992), s. 194.

⁷ a.g.e., s. 5.

⁸ Davidow & Malone, 1992, s. 140.

⁹ Goldman, *Agile Manufacturing*, s. 1.

¹⁰ Steven Goldman, *Key Need Areas For Integrating the Agile Virtual Enterprise* (Bethlehem, PA: Agility Forum, 1994), s. 41.

için evde çalışan örgücülerin kazak imal etmesi anlamına gelir. Ayrıca, perakende satışta ‘anında tepki’nin bir türünü de ifade eder. Wal-Mart bu sayede birçok geleneksel perakendeciyi saf dışı bırakmış ve ABD’deki en büyük dördüncü iletişim kullanıcısı olmuştur.¹¹

Oyun planı bunun dışında, daha fazla ve daha iyi ‘ölçüm’ yapan bilgisayarlar ister. Böylece her bir toplu modülün ‘katma değer’ primi (contribution) ya da her bireyin saatlik performansı değer belirlenimli “telâfi”¹² ve kâr paylaşımı için ölçülebilir. Bu, ileride ortaya çıkacak düzensizliği; tröst karşıtı yasaların gevşetilmesini, asgari ücret ve eşit istihdam standartlarını ve ürün taahhütlerinin parçalanmasını tasavvur eder. Bu sayede sürece katılan her üretim birimi “taahhüt riski”ni¹³ paylaşır.

Karşılıklı değiştirilebilir üretim birimlerine ait ‘Lego seti’ kendince biçimlenmiş kuralların üzerinde işlerken, sürekli hareket halindeki bir makinenin işaretlemelerine sahiptir. Aynı zamanda bu uluslararası yatırım pazarının teknolojik genişlemesine denk düşer; böylece karar alma oranlarını yönlendiren üç aylık kâr hadlerine dönük sonsuz iştah artar, sermaye tedavül oranları yukarı çekilir, çevrim oranları hızlandırılır ve halk bitim noktasına sürüklenir ya da hep birlikte ekonominin dışına itilir. Bu tümüyle zaman-mekân sıkışmasının gerçek bir suretidir.

Gelişen bu yeni ekonomi, seçmenlerin, tüm politik sınırlılıkların ve özellikle en geniş ulusal hükümetlerin ulaşabileceği yerin çok ötesindedir. Kanada’da, 1994’te hazırlanan dış politika raporu zımnî olarak, küresel şirketlerin gücüne teslimiyeti ifade eden sözlerle başlar: “Küreselleşme... sınırları delik deşik eder... Ulusal egemenlik yeniden şekillendirilmekte ve ulusal hükümetlerin olayları kontrol etmedeki yeteneği azaltılmaktadır.”¹⁴ Dünya Tica-

¹¹ *Information Week*, 10 Ekim 1994, s. 38.

¹² Goldman, *Key Need Areas*, s. 17.

¹³ a.g.e., s. 26.

¹⁴ A. MacEachen & J. R. Gauthier, co-chairs, “Canada’s Foreign Policy: Principles and Priorities for the Future,” Report of the Special Joint Committee of the Senate and House of Commons Reviewing Canadian Foreign Policy, Ottawa, November 1994, s. 1.

ret Örgütü, OECD (onun planlanmış Çok Uluslu Yatırım Anlaşması, MAI ile birlikte), Dünya Bankası, IMF ve bunlara ek olarak dünya bankerlerinin resmî toplantıları dünya ölçeğinde yeni bir “görünmez hükümet” biçimi meydana getirmektedir.¹⁵ DTÖ’nün Genel Yöneticisi Renato Ruggiero MAI’yi “tekleşmiş küresel ekonominin anayasası” olarak açıklar.

Bu kuruluşlar genel olarak demokratik topluluklar biçiminde tesis edilmiş halka karşı sorumlu değildir. Bunlar, vatandaşlık hakları üzerinden değil, sadece yatırımcılara ve mülkiyet ya da şirket topluluklarının tayin ettiği rolleri yüklenmiş insanlara karşı sorumludur.¹⁶

Kapitalizmi Siber-Uzayda Anlamak

Bu gelişmeleri kendi terimleri üzerinde bile anlamlandırmak zordur: İçinde iş araştırdığımız, işi gerçekleştirdiğimiz, öğrendiğimiz ve yaşadığımız çevreyi biçimlendiren koşulları ve siber-uzayın politik ekonomisini, dinamik sürecin ve yapının bir bölümü olan organizasyonun şebekeleşmiş biçimleriyle birlikte incelemek önemlidir. İletişim uzmanı Vincent Mosco eleştirel ve içeriden bir bakış açısı geliştirmeye yardımcı olan bazı yeni araçlar ortaya koyar. İlki *uzamsallaşma* kavramıdır. Bu kavram, Harvey’in uzay-zaman sıkışması anlayışını, coğrafi uzayı bir çırpıda geçen yapılara yoğunlaşarak tanımlar.¹⁷ Sanal şirketler ve sanal yedek girişimler (co-venturing) bu kavramı, ölçek ekonomilerini saha ekonomileriyle (çoklu üretim, çoklu tür, vb.) ve hız ekonomilerini dinamik şebekeleşmiş işlemler üzerinden birleştirerek somutlaştırır. Onun *yapılaştırma* nosyonu da oldukça yararlıdır. Bu nosyon, “sosyal

¹⁵ Ekonomist Tom Naylor, bu ifadeyi sadece dünya bankacılık ağına gönderme yaparak kullanıyor. Ben bunu DTÖ ve diğerlerini kapsayacak biçimde genişlettim. Bkz: *Bleeding the Patient: The Debt /Deficit Hoax Exposed* (Ottawa: The Canadian Centre for Policy Alternatives, 1994), s. 6.

¹⁶ John Ralston Saul, *The Unconscious Civilisation* (Toronto: House of Anansi Press, 1995) Bu çalışma günümüzde ortaya çıkan korporatist toplumla ilgili mükemmel bir eleştiridir.

¹⁷ Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (London: Sage Publications), s. 175.

hayatın kopyalanması sürecinde”¹⁸ karşılıklı diyalektik etkileşime vurgu yaparak, yapı ve araç analizlerine ilişkin mesafe arasında köprü kurmaya çalışır. Bu diyalektik, halkın yeni sistem ekonomilerinin pasif bir elemanı olmadığını varsayar. Bir araca sahiptir; bu aracı, şirket gündemine karşı durmak ve eğer kendi şartlarını şirket şebekelerince belirlenen sosyal alanın dışında tarif edebiliyorsa, katılım şartlarını kendi aralarında uzlaştırmak için kullanabilir. Ancak Mosco’nun, Marx’ın metalaşma ve meta fetişizmi analizini genişleten üçüncü kavramı *metalaşma*, bunun ne kadar zor olduğuna işaret eder. Sadece dijital şebekelerin sermaye birikimini, çeşitli iletişim servislerini birim başına ödeme yapılan ürünlere (yerel ölçümlü telefon servisleri ve program başına ödeme yapılan televizyon gösterimi gibi)¹⁹ parçalayarak kuvvetlendirmesine izin vermez. Ayrıca işin Taylorist anlamda parçalanmasına, dijital şebekelerin evde ya da fabrikada çalışan işçilere doğru çekilmesiyle, metalaşmış görevlere doğru şiddetini arttırmasına neden olur. Buna ek olarak, devam eden ilişkiden ve yatırım topluluğundan anında üretim yapan meslekî görevlere doğru yaşanan dönüşümlerde eksik olanı, halkı yapılacak işin tümüyle metalaşmış ifadesi içine hapsederek örter. Böylece işin uygulamasını ölçen ve görüntüleyen dijital sistemler, (metalaşmış) *x* olarak adlandırılacak olan saat başı ölçüme ve (metalaşmış) *x* değişime göre belirlenen hasta-bakım sıraları ya da toplama arabalar ve diğerlerine göre çıktı verir. Doğrudan performansla bağlı ödemeyle birlikte, özellikle performansla bağlı telafi, Kuzey Amerika’da son yıllarda yaygınlık kazanmıştır. İşçiler işlerini bu metalaşmayla tanımlamaya ve kendilerini daha hızlı çalıştırmaya başlar. İçeriği parçalanmış görev ve performanslarının istatistiksel ölçümleri dışında bir anlamı olmayan işlerin dışında hiçbir alternatifleri yoktur. Yeni içerik ve sosyal alan, işverenin herhangi bir özel iş istasyonu içinde, bilgisayar ekranı üzerinde projelendirdiği (ya da sürgülediği) bir şeydir.

Kimliklendirme, otomobil fabrikalarından hastanelere ve belediyelere ait idare ofislerine kadar her yerde tanışılmış olan Toplam

¹⁸ a.g.e., s. 212.

¹⁹ a.g.e., s. 153.

Kalite Yönetimi ve diğer “kültürel eğitim” programları üzerinden teşvik edilmiştir.²⁰ İletişim, ani toplanmalar ve evde üretim-takım rekabeti boyunca işverenleri şirkete ait görev raporlarını tanımlama konusunda teşvik eder. Ben bu konuda daha önce, Ursula Franklin’in sıkı kurallar koyan teknolojilerin “uyum için gerekli düzenlemeler”²¹ olduğunu söyleyen öngörüsünden sonra “uyum için eğitim”²² ifadesini kullanmışım. Aynı anlamda, buna teknolojik yenden yapılanmanın hâkim olma aşaması da denebilir. İnsanlar bir kereliğine çalışmanın eski içeriğinden ayrılmış ve kendilerini tümüyle yönetimin tarif ettiği dijital kapsama mahkûm etmişlerse bu yönetim programları, insanları teknolojik sistemin hizmet mekânizmaları²³ olarak tanımlamaya ve mikro dalga fırınlar, tatil amaçlı seyahatler ve üretim hedefine ulaşmak için verilen diğer ödüller peşinde koşmaya teşvik eder. Süreç içinde insanlar, çalışmalarının anlamı olan rekabet ve verimlilik artışına ait şirket değerleri karşısında hizaya geçerler.

Ancak bu dönüşümün neden olduğu bir diğer kötülük, ilgili te-

²⁰ Bkz. 5. Bölüm: *Yeni Dünyanın Cesuru Kim?* adlı çalışmamda bulunan “Panoptikonlar ve Tele çalışma: Emegün Yeni Sibernetiği” adlı makalemden; hem medyanın birleşik kontrolü hem de yönlendirilmiş eğitim amaçlı haberleşme yöntemleri ve çalışma alanında yetenekleri körelten çalışanlara dönük ilgi programları üzerinden algının inşası meselesine fazlasıyla yoğunlaştım. Söz konusu eğilimler Noam Chomsky ve Edward Herman’ın medya analizinin propaganda modeli ve Jacques Ellul’in eğitim ve yetiştirmeyi içinde barındıran, toplumdaki haberleşme ve bilgi yapılarının bulunduğu bir sahada işleyen “entegrasyon propagandası” modeli üzerine yaptığı kapsamlı eleştiriyi teyit etmektedir. Bkz: Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* (New York: Random House, 1973), *The Canadian Workplace in Transition: the Final Report of the Human Resources Management Project* (Kingston: Industrial Relations Centre Press, Queen's University, 1994) s. 82.

²¹ Ursula Franklin, *The Real World of Technology* (Toronto: Anansi Press, 1990), s. 31.

²² *Whose Brave New World?*, s. 122.

²³ İki Kanadalı düşünür, Marshall McLuhan ve George Grant, hizmet mekânizmaları metaforunu, kapalı bir sistem içinde olan halk faaliyetlerinin gayr-ı ihtiyarî doğasını kavramak için kullanmışlardır. Evde kullanılan bir termostatin kapalı sistemi içinde hizmet mekânizması, sıcaklık belli bir noktaya yükseldiğinde ocağın kapanması ve belli bir dereceye düştüğünde açılması fikri üzerinden programlanmıştır. Bkz: Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: McGraw Hill, 1964), s. 51.

rimlerin metalaşması aracılığıyla gizlenir ve ayrıca bu terimler, toplumsal güçleri tanımlama ve onlara karşı direnme çabası içindeki işçilerle ittifak yapmak isteyen araştırmacılar ve düşünürler tarafından da kullanılır. *Bağımlı emek gücü*, *yetenek grupları* ve hatta 'işçiler' gibi metalaşmış terimler algıyı metalaştırır, insanî iletişimi ve toplumun inşasını bu noktada boğar.

Tartışmayı Halk ve Mekân Üzerine Kurmak

Bana göre *yeteneksizleştirme* terimi yaşanmakta olan kötülüğe hiç dokunmaz. Meta soygunu, sosyal çevreye geniş bir düzlemde uygulanır. Halkın bilgisi ve deneyimi mülk edinilmekte, çalınmakta ve bir 'kara kutu'ya hapsedilmektedir. Akılları keyfi olarak bundanmakta, bir üçüncü dünya parası gibi değerden düşürülmektedir. Benzer bir biçimde, 'çift katlı' ve 'bağımlı' emek gücü, dayatılan toplumsal çıktıları uyarmaz. Yedek işsizler ordusu yeni bir yedek ordu aracılığıyla, büyütülür: Kendinden işsizler, bağımlı part-time çalışanlar...

Dayanışmanın verdiği mücadele, görünen o ki, içeride ve dışarıda kendiliğinden gerçekleşmektedir. Dayanışma bir yandan; (şirket dışı söylem dahilinde daha geniş bir insanî iletişimin üyesi olarak) profesyonel bilgi çalışmasına dönük kişisel çabayı getirir, diğer yandan; gerçek uzay ve zamanın, yani halk ve mekânın daha geniş bir kapsamı içinde, siberetik kapitalizmin eleştirilmesine dönük yararlı önceller bulur. Böylesi bir öncel, kolonizasyon biçiminde yaşanan gelişmenin dilinde bulunabilir. Marx'ın kapitalizmin, sömürünün toplumsal sistemi olduğunu söylerken ortaya koyduğu öncel budur.²⁴

Eko-feminist Maria Mies tam da bu noktaya işaret eder ve böylesi bir gelişmeyi; halkın (topraktan yabancılaştırılmasına neden olan) verili az gelişimini ve mekânları (ormanlardan mahrum kalma ve kirlenmeyi) kapsayan yönlendirici bir süreç olarak tarif eder. Kısacası, bazı insanların zenginleşmesi bazı insanları fakirleştirir.²⁵

²⁴ Karl Marx, *Capital I* (New York: International Publishers, 1967) s. 766.

²⁵ Maria Mies, "Liberating the Consumer" Maria Mies ve Vandana Shiva'nın kaleme aldığı *Ecofeminism* içinde. (New York: Zed Books, 1993) s. 251.

Bu terimler, dünya üzerindeki dijital şebekeleşmenin ve halkta, mekânda ve toplumda yaşanan uzay-zaman sıkışmasının tüm anlam ve bedelinin belirlenmesinde yararlıdır. Doğal çevreyi korumaya dönük hiçbir düzenlemeye sahip olmayan mekânlara endüstriyel üretimin taşınmasıyla ortaya çıkan kirlenmenin artışı ve küresel düzeyde üretilen ürünlerin yine küresel ölçekteki pazarlara dağıtımının sebep olduğu taşıma bedellerini (ve neden olduğu kirlenmeyi) anlamamızı sağlar.

Daha geniş bir toplumsal çevre üzerinde görüldüğü gibi, dijital küreselleşme ayrıca eski toplumsal çevrenin ağır ve eksik gelişimini, halkın sosyo-teknik inşası, makineler ve bürokrasi ile birlikte sunar. Makinelerle yapılan hesaplamalar, insan zekâsının, yargısının ve ilgisinin yerini alır. Bu Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'da, 1990'ların sonlarında yaşanan işsizliği ve eksik istihdamı açıklar. Ekonomik büyüme vardır, ancak bu büyük ölçüde işsizlikle sonuçlanan bir ekonomik gelişmedir. Büyüme kısa vadeli anlaşmalara, part-time ya da geçici işlere dayalıdır. Çoğunlukla çalışma, bütün planlamayı, idareyi ve diğer destek birimlerini otomatik olarak elinde tutan karmaşık üretim ve enformasyon-yönetim sistemlerine bağlı basit ilâveler biçimde gerçekleşir. Kanada'da, 'standart olmayan' (part-time, geçici) işler 1995'deki yeni ekonomik büyümenin sebebini teşkil eder.

Teknolojik yeniden yapılanma ve işsizlik ya da eksik istihdam arasındaki bağın kanıtı, ayrıntılı bir biçimde, daha geniş istatistikî yönelimlere karşı çıkan, akıllıca planlanmış araştırmalarda ve öykülerde bulunmaktadır.²⁶ Şebekeleşmiş bilgisayar yönetimi, idare ve üretim sadece yeni mal ve hizmetleri eksik bir insanî ilgiyle ya da ona da ihtiyaç duymadan üretmeye izin vermez. Ayrıca, hizmetlerin dijital dağıtımını da sağlar. Kolejler ve üniversitelerdeki ders kayıtlarından müşteri hâline gelen bir malın ısmarlanmasına, banka kredilerini düzenlemeye ve rezervasyon yapmaya kadar her şey, sözcüğün yeni ve özel anlamı dahilinde özelleştirilmektedir. İşçilere elden yapılan ödemelerden, bilgisayarlaşmış ses-görüntü

²⁶ Kanada'da yapılan bir analiz için bkz: *Whose Brave New World?*

labirentleri aracılığıyla ihtiyaçlarını tele işçiye konuşarak gideren tüketicilere ve elden yapılamayan ödemelere doğru dönüşmektedir. Sonuç olarak bu gelişme, tam gün çalışan kadroların yerini fabrikalardan hastanelere, sigorta şirketlerine ve özelleştirilmiş hükümet hizmetlerindeki taşeronlara kadar her yerde, yarım gün çalışan kadroların almasına neden olur, ya da en azından bu durumun temel mantığını verir. Buradaki düşünce, sürekliliğin ve kurumsal içeriğin, geçmişte birbirini tanıyan sınırlı bir halk topluluğu değil, artık bilgisayar şebekeleri ve ilgili veri dosyaları aracılığıyla sağlanmasıdır.

Ancak, halkın köklü dili ve mekânı dahilinde, söz konusu durumun toplumsal çevrede yarattığı büyük erozyonla ilgili birçok öykü aktarılabilir. Halkın çalışma uzamını paylaştığı ve informal meslek topluluğu içinde yaşadığı noktada iş, bugün gitgide daha fazla çalışma istasyonu içinde, ya da benim silikon çalışma hücreleri dediğim çağrı merkezi odacıklarında ve evde tele işçilik içinde tecrit edilmektedir. İnsanlar sadece birbirinden ayrıştırılmakla kalmazlar, ayrıca gelirleriyle ilgili olarak, meslekî istikrar, çalışma saatleri, ve ilgi düzeyi konularında da hızla nitelik değiştirirler. Bunun başında, emrinde kuvvetli bilgi araçları kalabalığı olan çalışmayan bir zengin bulunur ve insanları günde on ya da on iki saat yüksek performansla çalışmaya zorlar. Gelirin diğer tarafında güçbela çalışan bir fakir vardır. Ellerle ve işle ilgili yapılacak her şeyi dikte eden, ayrıca performansın her safhasını gözleyen zekâ sistemlerine ait ses kutusu, işi dijital olarak böler ve değerini azaltır.

Pizza Pizza zinciri için çalışan Carol Van Helvoort, Toronto Metrosunda tek odalı bir apartmanın yatak odasına bağladığı bilgisayar ve modemle emirleri işleme koymaktadır. Bilgisayarın yaptığı her şeyi gözlemesi onu sıkmaz. Onu, yaptığı işin çok küçük bir değerle gözleniyor olması sıkılmaktadır. Her gün iki ya da dört saatlik yoğunlaşma içinde, birbirine benzer birkaç işlemi tekrarlamakta ve aynı işi bir de klavyede uygulamaktadır.

Pizza Pizza'nın evini sanal çalışma alanına çevirmiş olması sebebiyle, ailesine ait telefon hattını günde sekiz saat meşgul etme-

sinin verdiği rahatsızdır. Genç annelerin çocuklarını susturmakta ne kadar zorlandıklarını anlatır. “Fakat neden bunu yapmak zorundadırlar? Bu durum aile hayatlarına nasıl etki eder?”²⁷

Ayrıca işte olmaları sebebiyle bir yere çıkamayan ve bütün gün eve hapis olan kadınların bozuk ilişkiler içinde zarar görme olasılığının artmasından endişe edilmektedir.

Onun canını en çok da bu yalnızlık ve tecrit sıkıkmaktadır. Saçlarını her zaman yaptırmaya, maniküre gitmeye alışkın olan bu kadın neden sıkılmaktadır? Sosyal bir varlık olarak bu kadın kaybolmaktadır ve “yarı zamanda giyinmekten bile sıkılmazsınız” demektedir.

Bana söylediğine göre yarın belki de işten çıkacaktır; ama “dışarıda hiçbir şey yok. Eğer çalışmak istiyorsam, bedelini ödeme liyim” diyerek sıkıntısını belirtmektedir.

Yüksek işsizlik, sosyal haklardaki düşüş (Kanada’da işsizlerin yararlandığı işsizlik yardımlarının oranı 1993’te % 87 iken 1997’de % 47’ye gerilemiştir.) ve ayrıca iş dünyası, yeniden yapılanma gündemine karşı muhalefeti susturmaktadır. Az gelişmişli ği tasfiye etmek için halka dönük küreselleşme gündemi oluşturmak tek çözümmüş gibi gösterilmektedir. Fakat, belli bir dil düzeyi ve gerekli şartlar üzerinden bu gündemin hâkimiyetine karşı durulabilir. Bu ancak yeniden kazanılacak deneyimin sesiyle, onu küreselleşmiş kapitalizm üzerine oluşturulacak yeni eleştirel söylemin merkezi haline getirerek ve bu söylem içinde belirli bir halkın önceliklerini, mekânlarını ve topluluklarını üstün kılarak mümkün olabilir.

²⁷ a.g.e., s. 127.

ABD’NİN KURALLARIYLA...

OKEY Mİ?

1940’lardan Günümüze Telekomünikasyon

Jill HILLS

Günümüzde telekomünikasyon sektörü bir geçiş döneminde-
dir. II. Dünya Savaşı’ndan sonra telekomünikasyon işleyişi, do-
nanım ve ağ sağlayıcısının esasen devlet tekeline olduğu güven-
lik-odaklı konumdan, kısmen özelleşmiş şirket temeline dayanan
hizmet sektörüne doğru yavaş yavaş geçti. Piyasaların yapısında,
düzenlenmesinde ve şirket stratejilerinde, mevcut teknoloji bağla-
mında ama özellikle son yirmi yıldır yaşanan birbirine paralel üç
değişim, sektörel odağı, mühendis memnuniyetinden müşteri
memnuniyetine çevirdi. Ancak, değişimden en çok yararlanan
müşteriler çokuluslu büyük kullanıcıları ve tabii gelişmeler, zen-
gin ile fakir arasında daha büyük bir farkın ortaya çıkmasına neden
oldu. Uluslararası anlamda ilgiyi artırırken hükümetlerin kendi te-
lekomünikasyon ağlarını kontrol etme yeteneğini azalttı.

Telekomünikasyon sektöründeki bu gelişmelere paralel olarak
hem uluslararası politik ekonomide ve hem de devletler arasında-
ki iktidar ilişkilerinde değişimler yaşandı. Sektördeki değişimler,
özellikle Amerika Birleşik Devletleri nezdinde, kuzey iktidarının
yeniden dirilişini, Körfez Savaşı ve SSCB’nin dağılmasının ardın-
dan güney iktidarının, kaynaklarının ve egemenliğinin düşüşünü
yansıtmaktadır. Kuzeydeki ekonomik durgunluk, ticaret anlayışını
yeniledi, yardımları azalttı ve güneyin, kuzeyli çokulusluların sö-
mürmesi için pazar açmasına yönelik talepleri artırdı. Çokuluslula-
rın, devletlerin egemenliği üzerindeki haklarının kurumsallaşması,
NAFTA, WTO gibi çok taraflı anlaşmalar ve 1997 yılında

OECD’de görüşülen doğrudan yabancı yatırım hakkındaki çok taraflı anlaşma için temel oluşturmuştur. Sektördeki değişimler, 1940’larda kabul edilen – egemenliğe saygıyı, zengin ve fakir arasında daha fazla eşitliği vurgulayan – uluslararası kanunları, 1890’ların sömürgeciliği ve bağımlılığına geri döndüren genel ekonomik ve politik eğilimlerin mikrokozmosudur.

Teknoloji maliyetindeki düşüş, sektörün ulus temelinden uluslararası alana kayması için gereken fırsatları da yaratmıştır. Diğer yandan da batılı ağ operatörlerinin kendi içpazarlarında yaşadıkları olgunlaşma ve varolma yarışının marjinleri düşürmesi ve daha fazla kâr elde etme isteği denizaşırı bölgelere ulaşma ihtiyacını yaratmıştır. Bu noktada, çokuluslu şirketler, küresel olarak oluşturulmuş ağlardaki tek-duraklı alışverişi sağlamak amacıyla operatörler ile Amerika Birleşik Devletleri’nin, Avrupa Birliği’nin ve Uzak Doğu’nun stratejik pazarlarındaki “çıkar”larını garantileyecek bazı savunma yatırımları talep ettiler. Uluslararasılaşmaya tekabül eden talep, sanayileşmiş ülke hükümetlerinin politikalarınca teşvik edildi. Ama aynı zamanda, liberalleştirme ve özelleştirme politikaları, batıda bütçe sıkıntılarını hafifletecek yeni gelir kaynakları yaratırken, güneyin çok taraflı faizcilerinin aynı politikaları geliştirmekte olan ülkelerle post-komünist ülkeler üzerinde zorla uygulaması iki taraflı yardımların azalmasına neden olmuştur.

Ağ operatörlerine ait özel mülkiyet kapsamındaki artış, uluslararasılaşmayla paralel seyreden ikinci önemli eğilimdir. Bu türden özelleştirmeler, sanayileşmiş batıda hisselerin doğal yoldan hükümet tarafından satışını temsil eder, fakat geliştirmekte olan ülkeler için operatör yönetimlerinin büyük bir olasılıkla yabancı bir operatöre devredilmesi anlamını taşımaktadır. 1980’lerde uluslararası faaliyetlerin özelleştirilmesi sonucunda mevcut engellerin aradan çıkarılmasıyla birlikte, özel operatörlerin uydu ve kablo gibi uluslararası altyapıya yeni yatırımlar yapmaları gerektiği ortaya çıktı; bu yatırımların gerçekleşmesi, özel operatörlerin rakipleri karşısında haksızlığa uğramasını da engelleyecekti. Hem geliştirmekte olan ülkelerin iç ağlarının hem de dış dünyaya bağlanabildikleri uluslararası faaliyetin bizzat yabancı girişimcilerin özel mülkiyetine geç-

mesiyle ortaya çıkan görünüm, kuzey ve güney arasında savaş öncesi yaşanan yeni sömürgeci ilişkilere benzetilebilir.

Bu gelişmelere paralel seyreden üçüncü değişim çizgisi, uluslararası düzendeki değişimlerle birlikte ortaya çıktı. Uluslararası iletişim kurallarındaki bu değişimler, özel mülkiyetin imkân ve araçları yönündeki hareketi hem yansıttı hem de güçlendirdi. Şirketleri için avantaj elde etmek amacıyla iki taraflı ve çok taraflı düzenlemeden yararlanan ülkelerde yeni bir şey söz konusu değildir aslında. Amerika Birleşik Devletleri ise 1860'lardan bu yana daha fazla avantaj elde etmek için her iki tekniği de kullanmaktadır. Fakat 1980'lerden bu yana işleyen süreç, yalnızca uluslararası düzeni değil, bu kuralların oluşturulduğu kurumları da değiştirmek isteyen Amerika Birleşik Devletleri'nin ihtiyaçlarını cevaplayacak ölçüdeki baskısıyla belirleniyor. Amerika Birleşik Devletleri'nin, uluslararası düzenin çizgisini Uluslararası Telekomünikasyon Sendikası (ITU) ile Avrupalı ve gelişmekte olan ülkelere dayanan iktidar temelinden kendi yüksek gelirli pazarının büyük iktidarını yansıtan Dünya Ticaret Örgütü'ne başarılı bir şekilde aktarması, aynı zamanda telekomünikasyon kavramını da savaş sonrası kamu yararı ve güvenlik odaklı tekel modelinden müşteriye hedef alan ticaret odaklı hizmet sektörüne kaydırmıştır.

ABD'li çokuluslular ve hükümet, WTO'yu onaylayarak diğer ülkelere zorla uygulanan evrensel kurallara göz dikiyordu. Hampden-Turner ve Trompenaars'ın kapitalizmin biçimleri üzerine çalışmalarında ifade ettikleri gibi, "Başka hiçbir kültür, insanların yaşamlarını sürdürebilecekleri kuralları herkes için geçerli hale getirmeye bu kadar istekli değildir".¹ Fakat Amerika Birleşik Devletleri'nin konumu, öne sürdüğü seçilmiş "evrensel" kuralları tüm dünyaya dayatmaya devam etme bağlamında sadece 'Catch-22' durumundaki içiğini yabancı operatörler nezdinde liberalleştirme gecikmesi nedeniyle bile – gerçekten de bu olası liberalleştirme, onun iki taraflı ve çok taraflı uzlaşmacı konumunun temel

¹ Charles Hampden-Turner ve Fons Trompenaars, *The Seven Cultures of Capitalism* (New York: Doubleday, 1993).

özelliğidir – zayıftır. Federal İletişim Komisyonu ve ABD'nin hukukî anlaşmazlıklar sonucunda kilitlenmesi nedeniyle, muhtemel anlaşmazlıkları düzenleyen bir sistem olan FCC'ye, bütün dünyaya öğüt vermeden önce kendi içyapısını düzene sokması söyleniyor.² Bu makalenin amacı, Amerika Birleşik Devletleri'nin 1990'ların sonundan itibaren çoğunlukla diğerlerini teşvik ettiği ulusal yeniden yapılanma aracılığıyla, uluslararası telekomünikasyon sektörünü giderek artan ticarî bir yaklaşımla idare etmesine tanık olacağını öne sürmektir. Fakat bu zayıflığın, kendi çokuluslularını kayıran genel uluslararası ekonomik anlaşmaların sonradan kumsallaştırılmasıyla birlikte telafi edilebileceği mümkün görünüyor.

Teknoloji ve Ekonomi

Sanayileşmiş ülkelerde telekomünikasyon, savaş sonrası dönemden 1980'lere ulaşıncaya kadar ulusal bir mesele olarak kabul edildi. Bu ülkelerdeki yabancı yatırım, içpazarları küçük olan İsveç'teki Ericsson veya Hollanda'daki Philips gibi üreticiler tarafından yapıldı. Savaş sonrası dönemin telekomünikasyon teknolojisi 1920'lerinkinden biraz farklıydı. Her ikisinin de anahtar değişim teknolojisinin mekanik formu olan Strowger ve Crossbar, koksiz kablo ve telsizle birlikte bu dönemde ortaya çıkmıştır.

1970'lerin sonuna kadar yaşanan dönem, pazar, teknoloji ve kurumlar açısından, olgunlaşma süreci olduğu kadar kısmî bir durgunluk dönemidir de. Önde gelen sanayileşmiş ülkelerin her birinin, çoğunlukla hem ağ işleyişinden hem de düzenlemeden sorumlu bir hükümet kuruluşu olan Posta ve Telekomünikasyon Operatörlüğünü (PTO) yapan kendi üreticileri vardı. Ulusal standartlar, yabancı donanım için gümrük vergisi dışında başka engeller de çıkarttı. Ağ, müşteri donanımının yerel ve uzun-mesafeli ağların ayrılmaz parçası gibi düşünüldüğü doğal bir tekel biçiminde kabul edildi. 1960'ların ağları mühendislik-güdümlü, düşük oranlı

² Don Cruickshank, "From Regulation to Competition." *CSIS International Communications Studies program* (Washington: CSIS, 12 Şubat 1997).

yatırımla Avrupa'da büyük ve küçük müşteriler için benzer şekilde uzun yedek listelere ve tekbiçimli hizmete önem verdi. Amerika Birleşik Devletleri'nde AT&T'nin ve onun üretici kolu olan Western Electric'in dikey entegrasyonu, hükümet, ağ operatörü ve de Avrupa ve Japonya'da egemen olan üretici arasındaki ortaklığın yerini aldı.

Telekomünikasyon sektörü, kendi içindeki organizasyon ve kurumlarında devlet güvenliğinin yanı sıra, iyileşme ve ekonomik gelişme yönündeki devlet temelli çözümlerin savaş sonrasındaki önemini de yansıttı. Egemenlik kavramı, sömürgeleşmiş ülkelerin II. Dünya Savaşı'nı izleyen dönemde bağımsızlaşmaları ve çok taraflı kurumların da "bir ulus, bir oy" temeli esas alınarak tesis edilmesi nedeniyle uluslararası alanda önem kazandı. Çoğunlukla etnik bölünmelere veya doğal kaynakların izleyeceği yollara göre değil de, sömürgecinin isteğine göre çizilmiş sınırlarıyla yeni ulus-devletler çevresindeki devlet, yayın ve telekomünikasyonu bizzat kontrol etmek zorundaydı. Çoğunlukla *lingua franca* ile yapılan yayın, farklı bölgeler ve etnik gruplardan ulusal bir birlik yaratmak için araç ve yöneten elit ile halkları arasında da dolaysız bir iletişim kanalı oldu. Geleneksel olarak güvenlikle bağlantılı olan telekomünikasyon, potansiyel düşman kabul edilen komşular karşısında kendilerini savunmasız gören devletler nezdinde oldukça önemliydi.

Sonuçta, ülkeler bağımsızlaştıkça, yabancı operatörleri de kendi iç ve uluslararası ağlarını işleten sömürgeci güçlerden ayırmaya başladılar. İngiliz sömürgeleri ve dominyonları, İngiliz özel şirketi Cable and Wireless'ın eski hisselerini devletleştirdi. Latin Amerika'da ITT'nin birçok ülkenin telekomünikasyon işindeki hegemonyası, ulusal mülkiyetle yer değiştirdi. Yalnızca Afrika'daki Fransız sömürgelerinde uluslararası telekomünikasyon, bağımsızlıktan sonra da Fransız PTO, Fransız Radyosu ve Kablosu'nun desteğiyle yürütüldü. Yine de altyapı, mülkiyetteki değişikliklere rağmen, sömürgeci Britanya'ya, Fransa'ya, Portekiz'e veya Amerika Birleşik Devletleri'ne uzanan kablolarla eski sömürgeci hâkimiyetini yansıttı, dolayısıyla da ülkeler içindeki ağ altyapısı, sö-

mürgeci yatırım sahalarına hizmet etti. Hem resmî hem de gayri resmî sömürge imparatorluklarında telekomünikasyon altyapısı, yeni devletleri az da olsa birbirine bağladı. Sonuç olarak bu ülkelerin politik kontrolü 1940'lar ve 1960'lar boyunca değişiklik gösterse de, telekomünikasyon operatörleri genel olarak devletleştirildi, ancak varolan altyapı, savaş öncesi ekonomik ilişkilerin düzeyini aşamadı. SSCB ise, bu sömürge ilişkilerini engelleyici uçlara çekildi. Orta ve Doğu Avrupa'daki uydu devletlerin doğrudan dış telefon hizmetinden yararlanmaları engellendi.

Hem sanayileşmiş hem de sanayileşmemiş ülkelerdeki içağlar, yani uluslararası ve uzak mesafeli hatlardaki yüksek fiyatlar, düşük şehiriçi ve yerel tarifelere dönüştürüldü. Ortalama tarifelerle (mesafe ne olursa olsun sabit olan), "dar" trafik rotasında bulunan kırsal bölgedeki tarifeler "geniş" trafik rotası üzerinde yer alan şehir merkezleri arasındaki tarifelerle bir tutuldu. Sanayileşmemiş ülkelerin telekomünikasyon gelirleri ise döviz gerektiren sermaye-yoğun ağlarda yeniden değerlendirilmedi. Bunun yerine, sağlık, su ve eğitim giderlerine harcandı. İletişim tarifeleri, Amerika Birleşik Devletleri'nde AT&T ve Western Electric arasındaki ilişkide olduğu gibi, özel şirketler arasında dikey bir entegrasyon kurulmasıyla veya Britanya, Fransa, Almanya ve İtalya'da olduğu gibi "ulusal" şampiyon üreticiler ortaya çıktığında, donanım için gereken yüksek fiyatlar da sağlanmış oldu. Eli Noam, posta işçilerinin telekomünikasyondaki ağ gelirlerinin ek çapraz-desteklenmesine göndermede bulunarak bu düzenlemeyi 'Posta-Endüstriyel' kompleks olarak adlandırdı.³

PTO'lar ve üreticiler arasındaki bu ortak ilişkinin değiştirilmesini sağlayacak birçok faktör bir aradaydı. Öncelikle teknoloji PTO'lara kendi ağlarını yenileme fırsatı verdi. 1970'lerde tanıtılan bellek mikroçipi ve mikroişlemci, programlamada devrim yarattı. Programlama ve telekomünikasyon arasındaki yakınlaşma,

³ Eli Noam, "International Telecommunications in transition" Robert W. Crandall ve Kenneth Flamm(haz.) içinde, *Changing the Rules: Technological Change, International Competition and Regulation in Telecommunication* (Washington DC: Brookings Institute. 1989), s. 257 -97.

ilk kez 1970'lerin sonunda Fransa'da gerçekleşen santrallerin dijitalleştirilerek ağa katılmasıyla başladı. Geliştirmek için fazla para gerektiren bu yeni santrallerin daha büyük pazarların amortismanını sağlaması gerekiyordu. İthalat büyük önem kazandı. Arz fazlası, öncelikle en geniş içpazarlardakinin lehine olmak üzere, sırasıyla rasyonalizasyonu körükledi. Nihayet ağ işleyişinin liberalleşmesi, donanım alımında varolan ek maliyet gereksinimini zayıflattı. Bunun yerine operatörler uygun olan en ucuz maliyeti aradılar.

1980'lerin ortalarında Avrupa'da, Britanya'nın üretici şirketleri GEC ve Plessey'i, Alman Siemens almıştı. Marjinlerin düşmesi ve araştırma giderlerinin artması nedeniyle ITT'nin Avrupalı üretim faaliyetleri Fransız Alcatel'e kanalize oldu ve böylece Alcatel, içpazarı Kanada'nın sahip olduğu Northern Telecom tarafından ke-mirilmiş olan AT&T'yi Western Electric'ten daha büyük bir telekom üreticisi haline getirdi. Eski sistemle desteklenen üretim, yalnızca Fransa, Batı Almanya ve İtalya'da kaldı. Gelişmekte olan bazı ülkelerde sistem, kendi teknolojileri üzerinde ulusal kontrolü sağlamak amacıyla kopyalandı. Hem Hindistan hem de Güney Kore kendi elektronik anahtarlarını (switch) Avrupalı sağlayıcılardan daha ucuza geliştirdi.

1950'lerden 1990'a kadar uzanan ve şiddeti zaman zaman değişen Soğuk Savaş, dünyayı doğuda Sovyet kampı ve ABD rehberliğindeki batı olmak üzere ikiye böldü. Fakat askerî güvenlik ve silahlanma yarışına verilen önem, bilgisayar ve iletişim şirketlerini kapsayan elektrik endüstrisi ile savunma kurumu arasında giderek güçlenen bağları da yaratmış oldu. Uydular, bu askerî-sektörel kompleksin bir parçasıydı. Bunlar, Amerika Birleşik Devletleri'ne İngilizlerin denizaltındaki kablo hegemonyasıyla mücadele etme olanağı sağladı.⁴

Comsat resmî olarak, Başkan John F. Kennedy tarafından uydu iletişiminin yararlarını herkese yaymanın ortak aracı – fakat ay-

⁴ Herbert Schiller, *Mass Communications and American Empire* (New York: Beacon Press. 1969).

nı zamanda AT&T, ITT, GTE ve RCA gibi Amerikan uluslararası kablo taşıyıcılarının meşru, devlete dayanan kartelini yaratma aracı – olarak 1960’larda kuruldu. Birleşmiş Milletler dışında kurulan ve kullanıcıları tarafından yönetilen Uluslararası Intelsat Konsorsiyumu, Amerika Birleşik Devletleri’nin temsilcisi olarak öncelikle Comsat’ı kontrol etmek amacıyla açıldı. İlk transatlantik telefon kablosu 1957’de döşenmişti. Bu nedenle Intelsat öncelikle transatlantikteki birebir iletişim talebini karşılamak için donatılmıştı. Fakat Intelsat, ortalama fiyatın “dar” rotalar için gereken vergilerin de aynen PTO’ların içağlarında yapıldığı gibi düşük tutulması nedeniyle, gelişmekte olan Afrika ülkelerinin dış iletişimine ve Avustralya’nın uluslararası iletişimine kısa bir süre içinde egemen oldu.

Intelsat, transatlantik iletişimi tamamen değiştirmesine, uzak-mesafeli televizyon yayını başlatmasına, bunlara ayrılan sermayeden %15 kâr getirmesine rağmen hiçbir zaman PTO’larla popüler olamadı. Sermaye tabanını hesaplarken yaptıkları düzenli kâr oranı talebi nedeniyle radyo vericilerinin kirasından yararlanamadılar. Sonuçta kendi denizaltı kablolarını döşeyip sahiplenmeyi tercih ettiler. Birkaç iş kazası, iş araçlarının yetersizliği ve yükselen sigorta giderleriyle birlikte uydu giderlerinin de yükselmesi, meylli arazi ve mobil iletişim dışındaki çalışmaları ekonomik olmayan hale getirdi. Intelsat üzerine modellenen Inmarsat, 1970’lerde Avrupalı PTO’lar tarafından gemiler ve uçaklardaki mobil iletişimi sağlamak amacıyla kuruldu. Intelsat ise yeni teknoloji için doğru yatırımlar yapamamıştı. Önce Avrupa’da, sonra da Pasifik-Asya’da bölge içi iletişimdeki ekonomik gelişmeyi doğru tahmin edemedi. Bu nedenle de bölgesel, ulusal ve özel mülkiyetteki uydu için yeni pazar imkânları sağladı.

IBM’nin 1980’lerin başında küçük çanak antenler kullanarak ABD iç pazarında iş iletişimi için uydu yayını pazarlama girişimleri, veri trafiği karşısındaki güçsüzlüğü nedeniyle başarısızlıkla sonuçlandı. Hem Amerika Birleşik Devletleri’nde hem de Avrupa’da telekomünikasyon uydularındaki yedek kapasite, Amerika Birleşik Devletleri’nde uydu yayınından kablo sonlandırıcısına

(Home Box Office'te olduğu gibi), sonra da Avrupa'da uydudan doğruca eve yapılan yayınlara (örneğin, BSkyB) geçilmesine izin verdi. Fakat özel uydular, Intelsat tüzüğünde bu tür bir rekabete izin verecek değişiklikler yapılmadan uluslararası alanda kullanılamıyordu. Aslında Amerika Birleşik Devletleri'nin teknolojiadaki liderliğini korumak amacıyla düzenlenmiş olan Intelsat anlaşması, yalnızca üyelerinin üçte iki çoğunluğuyla değiştirilebilirdi. Intelsat Konsorsiyumu'nun uydular için konulan kuralları 1980'lerde işlevini yitirmeye başladığı için, ulusun sahip olduğu uydular ABD sanayisinin fazla kapasitesi için bir pazar sağlayabilirdi. Bu nedenle ABD Federal İletişim Komisyonu uluslararası telekomünikasyon pazarını – hem uydu hem denizaltı kablosu – ABD'li özel şirketlere tek taraflı olarak açma girişiminde bulundu. Kablo meselesinde Avrupalı PTO'lar tarafından bertaraf edilmiş olması nedeniyle, tüzüğünün yeniden yorumlanması amacıyla Intelsat içerisinde baskı yaptı. Sonra, özel uydu operatörlerinin uluslararası pazara, yani öncelikle, “geliştirilmiş” hizmetlere – veri iletimi anlamına gelen Amerikan terimi – sonrasında da 1990'larda, ses iletimi hizmetlerine girmesine izin verdi. Bunu takiben Asya-Pasifik'te ses, veri ve görüntü pazarı sağlayan uydu patlaması meydana geldi.⁵

Özel uydular Intelsat için asla korkulduğu gibi rakip olmadı. Tersine, asıl ekonomik etki, Atlantik'in diğer tarafındaki denizaltı fiber optiğinden geldi. 1980'lerde fiber optik uzak mesafelerde ekonomik olmaya başlamıştı. Cam elyafından üretilen ve dijital mesajları iletmek için lazer ışınlarını kullanan fiber optik, inanılmaz ölçüde çok olan bilgiyi, yüksek frekans taşıyan kablolarda gerekli tekrarlayıcı olmaksızın iletebiliyordu. Söz konusu malzeme sermaye giderlerinin düşmesi sonucunda Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'da üretilir hale geldi. Bu yüzden, uzamsal olarak dağılmış olan şirketlerin Amerika Birleşik Devletleri içerisinde kendi özel ağlarına yatırım yapmalarına; ve uluslararası ile-

⁵ Jill Hills, *Deregulating Telecoms. Competition and Control in the US, Japan and Britain* (London: Pinter, 1986).

tişim altyapısına 1930'lardan beri ilk kez, esasen özel şirketlerin sahiplenmeye başlamasına izin verdi. Transatlantik rotada kapasite için öyle çok yatırım yapıldı ki, bu kapasitenin yalnızca onda birinin kullanıldığı tahmin ediliyor.⁶ Sonuç olarak aslında Intelsat, sanayileşmiş batının 1990'larda özelleşmesi için yaptığı baskıya (henüz başarısız olsa da) zarara uğrayarak cevap verdi, ki güneye uzanan "dar" rotalar bu sonuç nedeniyle daha pahalı hale gelecektir.

İlk kez 1980'lerde tanıtılan hücreli radyo-eşaslı teknoloji, İsveç ve Avustralya gibi bazı ülkelerde yerleşik ağa ilave edildi. Amerika Birleşik Devletleri ve Britanya gibi ülkelerde ise yerleşik ağ operatörlerinin pazara girmelerine yalnızca yerleşik olmayan ağ operatörleriyle rakip olmaları durumunda ve Britanya'da da yalnızca ayrı bir yan şirket aracılığıyla izin verildi. ITU, hücreli hizmetlere olan talebin 1991 ve 1993 yılları arasında yüzde kırk beş arttığını tahmin etti. Böylece analog ağların yakın bir zamanda doyma noktasına ulaşması ve sonrasında da standartların yükselmesi, dijital hücrelin artan bir kapasiteyle gelişmesine neden oldu.⁷

1987'de Avrupa Komisyonu, Avrupa'da AB genelinde serbest dolaşıma (roaming) izin vermek amacıyla ulusal hükümetlerden, Groupe Special Mobile (GSM) teknolojisinin Avrupa genelinde tanıtılmasına dönük radyo dalgalarına alan ayırmalarını istedi. Bu arada, Amerika Birleşik Devletleri'nde iç pazarın standart dijital mücadele sürecinde RBOC'ler ve telsiz-hat şirketleri arasında bölünmesi, GSM'nin tanıtımını geciktirdi. AB'nin kararı GSM'nin hızlı bir şekilde tanıtılması ve deniz aşırı ithalatıyla sonuçlandı. Bunu, Amerika Birleşik Devletleri, Japonya ve Avrupa'daki üç dijital hücreli standart arasındaki mücadele izledi. GSM dünya pazarının yaklaşık yüzde seksenini elinde tutarak önde gidiyor, fakat Latin Amerikalı olması nedeniyle neredeyse hiç temsil edilmeyen büyük bir pazar durumundadır.⁸

⁶ G.C. Staple (haz.), *Telegeography* (London: International Institute of Communication, 1993).

⁷ ITU, World Telecommunications Development Report 1994 (Geneva: ITU, 1994).

⁸ Azoulay, Pierre, "The GSM standart: An Impetus for the globalisation of Mobile Communications?" *Communications & Strategies* 21 (1996) : s. 95 -134.

1990'larda, uydu aracılığıyla küresel kişisel mobil iletişimi sunacak birkaç konsorsiyumla, uydu teknolojisi ve hücresel radyo teknolojisi bir araya getirildi. Cep telefonları bu hizmet çerçevesinde, ulusal ağların birleşmesini sağlayan uyduları bağlayacaktı. Konsorsiyumlar Motorola tarafından yönetilen Iridium (ABD); asıl yatırımcı olarak ABD'li Loral ile birlikte Globalstar (ABD); Odyssey (ABD) ve Inmarsat'ın özelleştirilmiş yan kolu olan ICO'yu kapsamaktadır. Dünya çapındaki potansiyel müşteri sayısı hakkında iyimser tahminler olmasına rağmen, doların bir dakikadaki artışına karşılık gelen vergiler ve 700\$'dan 2000\$'a varan telefon cihazı fiyatı, bu hizmetin gelişmekte olan ülkelerin nüfusuna çok zor hitap edeceğini gösteriyor; ancak alternatif olarak trafik, çokuluslulara kapatılır ve uluslararası trafik gelirleri PTO'ya düşürülebilir.⁹ Böyle bir ortamda, Asya'nın yeni yeni varolmaya başlayan ekonomilerinde birçok hükümet karışıklıktan ve uluslararası bir düzenin yokluğundan korkuyor.

Sonuç olarak, uluslararası ucuz iletişim arayışında internet, akademik alanda ve araştırma kuruluşlarında kendi temelinden, iletişim altyapısını paket veriyi iletmek amacıyla kullanan yaygın bilgisayar ağına dönüştü. Tarihsel olarak telekomünikasyon sektörünün dışında olan internet, uzak mesafeli olmayan duyarlı kullanım ücretlerinden yararlandı ve giderleri paylaşmanın bürokratik mekanizmalarından uzak durdu. İnternet'in gelişimi, uluslararası içeriğin düzenlenmesiyle ilgili problemleri bir kenara attı ve devlet sınırlarını aşan hiçbir merkezî kontrolün olmadığı bir ağda, bir ülkedeki düzenlemelerin diğer bir ülkeyi nasıl etkilediğini gösterdi.

Liberalleştirme ve Özelleştirme

Sanayileşmiş batıda 1950'ler ve 1960'ların zevahiri "iyi zamanlar"ının ardından gelen 1970'ler, 1973 ve 1979'da OPEC petrol fiyat artışıyla iyice kötüleşen durgun ekonomiyi ve yüksek enf-

⁹ ITU, *The Missing Link, Report of the Independent Commission for Worldwide Telecommunications Development* (Geneva: ITU, 1984).

lasyonu beraberinde getirdi. Batılı şirketler, 1980'lerin başındaki ekonomik durgunlukta kârlarını korumak amacıyla çalışanlarını işten çıkarmaya ve giderleri kısmağa başladılar. Programlama giderleri, mikroçiplerin 1980'lerin başındaki seri üretimiyle önemli ölçüde azalırken, iletişim giderlerinde azalma olmadı. Esas kullanıcılar kendi verimliliklerini arttırmak amacıyla yalnızca giderlerin düşmesini değil, küçük çaplı işler ve yerel tüketiciler için geçerli olandan farklı biçimdeki bir değiştirilmiş iletişimi talep ediyorlardı. Geleneksel PTO'lar yavaş ve ucuz teknolojileriyle ve altyapı için düşük sermaye yatırımlarıyla bu ihtiyaçları karşılayamıyordu.

1970'lerde ithalat hisseleri dünya çapında düşünce, Amerika Birleşik Devletleri zarara ve borca gömüldü. Tesadüfen 1970'lere rastlayan ekonomik buhran, Keynesçi çözümler öneren ekonomistlere olan güveni 1980'lerin ekonomik durgunluğundaki seviyeye kadar geriletti. Bunun yerine parasal çözümler ve serbest pazar rekabetine dönüş önerildi. Bu serbest Pazar ideolojisi Amerika Birleşik Devletleri'nde bir yandan resmen onaylanırken öte yandan da Keynesçi savunma yatırımı programı tarafından hafifletildi. Soğuk Savaşın Reagan önderliğinde yeniden canlandırılıp güçlendirilmesiyle iç politikayı etkilemeye dönük savunma konuşmaları da artmaya başladı. Böylece, AT&T'nin ağ tekelinin ilk kez 1970'lerde başlayan çöküşü 1984'te Antitrust Consent Decree'de (Anti-tröst İttifak Anlaşması) tamamlanınca, savunma faaliyetleri, onun ne araştırma olanaklarını ne de üretici temelini kaybettiğini görmek için çaba sarf etti. Consent Decree, AT&T'nin uzak mesafedeki pazarını yedi bölgesel 'Bell Operating Companies' arasında bölünmüş olan yerel ağ tekeline ayırarak ona, denizaşırı üretim araçlarıyla birlikte, 1930'larda ITT tarafından satın alındığından beri ilk kez denizaşırı bölgelere ilerleme fırsatını verdi. Aynı zamanda, AT&T, Sprint ve MCI arasındaki rekabetin de etkilediği FCC himayesindeki düşüş rejimi, uzak mesafedeki ağlar için gereken dijital anahtarların ve fiber optiğin tanıtılmasına dönük itici gücü oluşturdu. Bunu, uzak mesafedeki altyapıya büyük yatırımların – tartışılır olsa da, gereğinden fazla yatırım – yapıldığı bir dönem izledi.

Britanya'da ise Thatcher yönetiminin serbest pazar ideolojisi, yüzünü kamu mallarının özelleştirilmesi teklifine çevirdi. Ağın liberalleştirilmesini, finansal hizmet sektörünün ve Cable and Wireless'in sahip olduğu Mercury adındaki ikinci bir ağ operatörünün desteklediği yeni bir özelleştirme süreci izledi. Benzer değişimler, üretim ve finans sermayesinin telekomünikasyon sektörüne girmek istediği Japonya'da da yaşandı.

Sektörün bu noktada ama tam zamanındaki liberalleştirilmesi, kaynakların yerel müşterilerle, işgücü ve üreticiler dışındaki büyük şirketlere yeniden dağıtılmasının aracı olarak kabul edilebilir. Liberalleştirilmiş pazarlardaki büyük kullanıcılar, alışveriş için rekabet eden operatörler olarak, giderek sektörün en güçlüsü ve en etkilisi haline geldiler. ITU gibi uluslararası kuruluşlardaki kontrolü, gelişmekte olan ülkelerin değil büyük çokulusluların ihtiyaçları belirliyordu.

1980'lerin ekonomik durgunluğu ise sanayileşmemiş ülkelere dünya kaynaklarının daha eşit paylaşımı konusunda baskı yapmasına ve dahası bu konuda başarılı olmasına neden oldu. ITU, Tokyo'nun bütün Afrika'dan daha çok telefona sahip olduğu bir düzende, telefonların dağılımlarının detaylarıyla anlatıldığı ve gelişmekte olan ülkeler için kaynak artırımının istendiği *Maitland Raporu*'nu 1984'te yayınlamaya kadar, uluslararası finans eğilimi gelişen dünyanın aleyhine çevrilmişti. Yenik düşen ilk ülkeler ticarî bankalara hayli borçlu olan Latin Amerika ülkeleri oldu.

1980'lerde giderek daha borçla yüz yüze gelen birkaç büyük Latin Amerika ülkesi, telekomünikasyon operatörlerini ABD bankaları ve özellikle ABD'li veya İspanyol operatörlerden oluşan konsorsiyumlara sattı. Dünya Bankası tarafından desteklenen bu konsorsiyumlar, "aktifleştirilmemiş" borcu kullanarak, mevcut telekomünikasyon operatörünün kâr temeliyle ve gelir akışıyla yer değiştiren ve 'borçtan eşitliğe' biçiminde yapılandırılan dolayısıyla kendileri için gayet avantajlı hale gelen alışveriş sistemiyle bu ülkelerdeki işletmeleri çok ucuza satın alabiliyorlardı. İşletmelerin bütün kontrolü en nihayetinde el değiştirip yabancı operatörlere geçti. 1980'lerin ortalarında gittikçe artan sayıda ülke (1985'te

Afrika’da on beş tane) borçlarını yeniden yapılandırmak zorunda kaldı ve böylece, sanayileşmemiş güneyin çok taraflı kurumları nezdindeki talepler ve girişimler de sona erdi. Kuzeye ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri’ne dayanan ve son on yılın bitiminde Körfez Savaşı ve Berlin Duvarı’nın yıkılmasıyla doruğa varan “yeniden dengeleyici” bir iktidar ortaya çıktı. ITU bu yeniden dengelenmeyi, 1990’ların başında şekillenen ve özel şirketlere daha çok önem veren kurumsal değişimle ortaya koydu.¹⁰

1980’ler boyunca yaşanan ekonomik durgunluk ve yapısal işsizlikle kuşatılmış Avrupalı hükümetler, ülkelerini bu ekonomik durgunluktan çıkarmak için telekomünikasyonu yeni bir potansiyel olarak görmeye başladılar. Teknoloji, Amerika Birleşik Devletleri’yle rekabet edecek ve Japonya’nın bilgisayar ve elektronik aracılığıyla yeniden dirilişi karşısında mücadele edecek bir ortak pazar oluşturma aracı olarak ortaya sürüldü. Britanya’da telekomünikasyonun liberalleştirilmesi ve Avrupa ortak pazarı beklentisi PTO’nun tutumunu değiştirmeye başladı. Batı Almanya gibi mevcut tekelin en çok farkında olan bir ülke bile ağını, katma değerli veri hizmetlerine açmayı kabul etti. Bu iç-karar, uluslararası düzene bakış açılarının belirlenmesinde etkili oldu. Avrupa Komisyonu 1987’de yapılan bir anlaşmadan başlayarak, süregelen bu değişimleri 1992’deki tek Avrupa pazarı hazırlıkları bağlamında sistematize etti.¹¹ Fakat üye ülkelerin kaygılarına her şeye rağmen karşılık veren Komisyon yine de donanım endüstrisi ve tek pazarın sunacağı fırsatlar üzerine odaklanmıştı.

Sonuç olarak, Komisyon, Integrated Services Digital Network (ISDN)’de, Avrupa içerisinde birleştiriciliği olabilecek teknolojik potansiyeli fark etti. ISDN ilk olarak 1980’lerin başlarında ITU bünyesindeki Japonlar tarafından, PTO’ların ayrı ses, veri ve fak-

¹⁰ Jill Hills, “Dependency theory and its relevance today: International institutions in telecommunications and structural power,” *Review of International Studies* 20 (1994): 169 -186.

¹¹ Commission of the European Communities, *Towards a Dynamic European Economy: On the Development of the Common Market for Telecommunications Services and Equipment*, Green Paper, Com (87) 290 (Brussels: 19 Haziran 1987.).

simile ağları sağlama maliyetlerini kesebilecekleri bir araç olarak ortaya atıldı. Asıl amaç, donanımın ihtiyaç duyulan her yerde kullanılabilmesi ve küresel iletişimin sağlanabilmesi amacıyla dünya çapında standartlar geliştirebilmektir. Bu birleştirilmiş standart kavramı, iç pazarlardaki donanım standartları kararıyla, ITU ulusal egemenlik fikrine karşı olan ulusal şirket menfaatine dönüştü. Amerika Birleşik Devletleri, donanımı yetersiz bir şekilde ve iç standartlarının parçalanması pahasına kendi yoluna devam etti. Pazar talebinin ve yüksek fiyatların yorumlanmasında değişkenlik gösteren PTO'lar, erişimi Avrupa'da bile kısıtladı. Teknoloji, ITU'nun ya da Komisyon'un beklentilerinin tersine bir yol izledi ve birleştirilmiş küresel pazar veya Avrupa pazarı yönündeki politik amacın yerini alamadı.

Fakat fiber optik maliyetindeki azalmayla birlikte, Avrupa Birliği'nin, ses, veri ve görüntüleri etkileşimli ağ üzerinden ileterek 'farklı sinyallerin aynı anda gönderilebildiği' (broadband) bir otobanda birleştirme olasılığı, teknolojik bir ütopya olarak ISDN'nin yerini aldı. Yeni birtakım aktörler, kablolu TV şirketleri olarak telekomünikasyon pazarına girdi. Şirketlerin hem televizyon hem de telefon bağlantılarını yerel müşteriye aynı anda ulaştırabilme imkânları doğunca, ağ operatörleri kendilerine televizyon iletimi için de izin verilmesi talebinde bulundular. Ancak bir zamanlar ayrı olan pazarların teknolojik yakınlaşmasına izin verebilmek için, yeniden düzenlemeye uygun düşen değişimlerin yapılması gerekiyordu.

Amerika Birleşik Devletleri'nde kablo TV ve telekomünikasyonu birbirinden ayıran düzenlemeler 1996'da yapılan Telekomünikasyon Yasası'na kadar kaldırılmadı. "Enformasyon süper otobanı" kavramının, sektörel pazarın liberalleştirilmesi çerçevesinde yürütülen lobi faaliyetleriyle aynı zamanda doğması rastlantı değildi. Sektörün uzak mesafeli, yerel ve kablo TV'yi yakınlaştırmak için ihtiyaç duyduğu meşruiyet "enformasyon süper otobanı" kavramının ilân edilmesi sağlanmış oluyordu.

Britanya hükümeti 1980'lerin sonuna gelindiğinde telekomünikasyonu sağlayan kablolu TV şirketleri önündeki düzenleyici

engelleri kaldırdı. ABD’li ve Kanadalı şirketler, deyim yerindeyse kendi liberalleşme düzenlemelerinden önce deneyim kazanmak amacıyla İngiliz kablo TV’sine katılarak yerel döngüdeki (loop) BT (British Telecom) için yeni bir rekabet alanı yarattılar. Bu katılımın ilk yansımaları iyimserdi. TV paketlerine karşı duruş ve iç rekabet olasılığıyla birlikte altyapıya ayrılan sermaye gideri, bugün Cable and Wireless Communications’a ait uzak mesafe operatörü Mercury’e katılmış olan büyük şirketlerin ilgilerini ve kontrolü ele geçirmelerini teşvik etti. Kablo şirketlerinin sayısı on yılda otuz altıdan on ikiye düştü ve NYNEX gibi ABD’li yatırımcılar geri çekildi.

Sonuç olarak, söz konusu İngiliz deneyiminden ders alan Avrupa Komisyonu, ağ altyapısının bütün Avrupa’da liberalleştiren ve kablo TV şirketlerinin telekomünikasyon hizmetlerini sağlamasına izin veren bir kararname yayınladı.¹² Liberalleştirme, Avrupa Birliği’nin en önemli politik mekanizması haline geldi, ancak temel hizmetler 1988’e kadar rekabete açılmayacaktı. Fakat Avrupa Birliği, eski teknolojik ütopyaların yeniden işletilmesiyle ve ABD Başkan Yardımcısı Al Gore’un ilan ettiği ‘küresel enformasyon otobanı’ kavramına cevaben, enformasyon süper otobanı fikrini de benimsedi. Geleneksel AB tutumunu etkileyen bu cevapta, bir grup sanayici tarafından hazırlanan ve Avrupa Konseyi tarafından da benimsenen, operatörlerin çokluğuna ve daha 1990’larda donanım için büyük bir pazar ortaya çıktığını vurgulayan Bangemann Raporu belirleyici oldu.¹³ Bugün çoğu Avrupa ülkesinin, rekabet koşullarını yerel döngüdeki sabit ağla sağlayan ve teknoloji temelindeki düzenlemelerle birbirinden ayrı tutulan en az iki cep telefonu operatörü bulunmaktadır. Fakat sabit hatlı operatörler, eve ulaşımındaki son bir mili, sabit hattan daha ucuza maledecek

¹² Commission of the European Communities, Commission Directive 95/51/EC, *Official Journal of the European Communities* L256/49 (26 Ekim 1995).

¹³ Bangemann Report, “The High Level Group on the Information Society,” *Europe and the Global Information Society: Recommendations to the European Council* (Brussels: CEC, 1994).

yeni telsiz teknolojisinden yararlanmanın yollarını arıyorlar. Amerika Birleşik Devletleri’nde 1990’lar boyunca bu potansiyelden yararlanan telsiz teknolojisi, edinim yoluyla, hem AT&T’nin yerel döngüye ve hem de 1984 Consent Decree ile dışında bırakıldığı ulus genelindeki potansiyel ağ hazırlığına bir kez daha geri dönmesine izin verdi. Sırasıyla bu potansiyel katılım, 1934 Komünikasyon Yasası’nın yeniden hazırlanması ve içpazar yapısının gözden geçirilmesine yetecek baskıyı oluşturdu. Yeni yasa, şirketlerin daha önce ayrıldıkları coğrafyadaki teknolojik yeniden yapılandırılmış pazarlara katılabilmeleri ve yeniden yapılanmaları için gereken altyapıyı hazırlamış oldu.

Liberalleşmiş pazarlar, çoğunlukla pazara girmek isteyen rakip şirketleri destekleyen hükümetler tarafından yapılandırıldı. Çoğunlukla teknolojiye dayanan bu pazar bölünmesi ise belli bir düzenlemeye bağlanmalıydı. Fakat yapay engellere takılan bu tür bir düzenleme teknolojiye dayalı ekonomiye yenik düşmüştür. Aslında dijital çağda ki görüntü iletimini ses veya veri iletiminden ayırmak veya sabit ağ operatörlerinin düşük maliyetli telsiz teknolojisini kullanmalarını önlemek fazla bir şey ifade etmez. Uluslararasılaşma yönündeki baskılar, şirketlerin birleşme riskini, ulusal ve küresel konsorsiyumlar, anlaşmalar ve şirketler topluluğuyla dengeleme eğilimini kuvvetlendirir. Burada bir ironi ortaya çıkıyor – bireysel ulusal ağların liberalleşmesi, sanayinin ulusal temelde düzenlenmesini daha da zorlaştırarak uluslararası alandaki birleşmeyi kolaylaştırmaktadır.

Ulusal ve Uluslararası Düzenleme

Son on yıllık dönem boyunca ağın liberalleştirilmesi amacıyla çalışan sanayileşmiş ülkelerdeki trend, 1980’lerin, rakip pazarların daha az düzenleme gerektirdiği düşüncesine rağmen, fiyat kontrolleri, bağlılık anlaşmaları ve ağ operatöründen ayrı ve “bağımsız” bir düzenleyici tarafından biçimlendirilen teknolojik çevrimle daha derin bir düzenlemeyi hedefledi. 1997’de WTO’da, ağları liberalleştirme konusunda hemfikir olan üye ülkelerin bu

tür “bağımsız” bir düzenleyici yaratmaları gerektiği konusunda anlaşmalarına rağmen, bu model bazı problemler içermektedir. Seçim meşruiyeti olmaksızın ve çoğunlukla ticarî gizlilikle örtülmüş tartışmalar nedeniyle, düzenleyicilerin baskın operatör tarafından ele geçirilmesi kolaydır. Düzenleyiciler, sanayinin baskısına karşı durmak için kamuoyunu medya aracılığıyla yoklayarak, ihtiyaç duydukları meşruiyeti yaratmalıdırlar. İzleyen aşamada ise egemen operatör, 1990’larda Japonya’da NTT ve Britanya’da BT örneğinde olduğu gibi, halkın desteğini kazanmak amacıyla kötülenebilir.

Düzenleme, maliyet ve kârların bütün sektöre paylaştırıldığı ve işlemeye devam eden politik bir süreçtir. Dolayısıyla liberalleşmiş ve sanayileşmiş pazarlarda, ilk liberalleşmenin evrensel hizmeti tehdit edeceği düşünüldü. Fakat rakipler, yoğunlaşan trafiğin ve yeni teknolojinin vergilerin düşmesine neden olmasıyla birlikte, egemen operatörün bulunduğu pazara girmeyi kabullenemediler. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri’ndeki sınırlı liberalleşme, AT&T ve RBOC’ler arasındaki karşılıklı yardımların yerel ağa erişim yükümlülüğüne bağlanmasıyla çeşitli sosyal yardım paketlerinin evrensel hizmetin gerektirdiğinden daha fazla fiyat uygulamasıyla korunduğunu doğruladı. Japonya’da NTT’nin ciddi bir biçimde düzenlenmesi, yerel arama bedelinin daha 1970’lerde belirlenmiş olan on yen’lik bedelden yukarıya çıkarılmasını önledi, dolayısıyla da gelirlerde yaşanan düşme şirket hisselerini doğru dan etkiledi. Tabii şirket hissedarları da (çoğunlukla özel girişimciler) evrensel hizmet için feda edilmiş oldular. Özellikle Britanya’ya egemen olan operatörün evrensel hizmet “maliyet”ini karşılamak için fiyatları arttırma yolundaki ilk adımı sempatiyle karşılandı. Fakat, yüksek kira bedellerinin politik maliyetinin çok fazla olduğu anlaşılmamasıyla BT’nin argümanlarını zayıflatacak maliyet çalışmaları yapıldı. “Maliyetler”in niteliği üzerine süren tartışmada ortaya çıkan her bir tanımın, farklı bir operatör ya da kullanıcı grubunun safında olması, düzenlemeyi politik sürecin bir parçası haline getirdi. Çok yakın bir zamanda ise İngiliz düzenleyici, eğer telafi edilebilir kazanımlar göz önüne alınırsa, BT’nin

evrensel hizmet hazırlığının hemen hemen hiçbir maliyetinin olmadığını iddia etti.¹⁴

Geçmişte evrensel hizmet amaçlarının karşılanması için ağ altyapısında büyüme gerekiyordu, bu nedenle de erişim masrafları, yerel döngünün sermaye masrafını karşılama aracı olarak kabul edildi. Böyle olunca da erişim masrafları, varolan bağlantı masraflarının üzerine eklenerek karşılanmış oldu. Britanya'daki kablo operatörleri gibi RBOC'ler de egemen operatör BT'ye evrensel hizmet bedeline ek olarak erişim masraflarını karşılamayı reddettiler. Artık Britanya'daki uzak mesafeli şirketler için erişim masrafı talep edilmiyor. Fakat tersine Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bu harcamalar, sadece 1996'da 24 milyar dolar düzeyine ulaştı. Eğer AT&T ve diğer uzak mesafeli şirketler erişim masrafı ödemezlerse RBOC'ler gelirlerinin yüzde yirmi beşini kaybedecekti.¹⁵ Fakat 1990'ların sonunda rakiplerin başarısının artması, AT&T gibi uzak mesafeli operatörleri, uzak mesafe gelirlerinin azalması tehdidiyle karşı karşıya bırakmış, entegre telekomünikasyon ve TV sağlayıcılarından gelen tehditlerle başa çıkmak için yerel döngüye oldukça yüklü sayılabilecek yatırımlar yapmak zorunda kalmışlardır. Bu nedenle RBOC'lere ilişkin erişim masraflarının şu anki biçimiyle kalabilmesi pek mümkün görünmüyor. Daha çok, ya kârları ya da müşterileri zarar görecekmış gibi görünüyor.

İnternet, genç ve beyaz olan erkek kullanıcılarının baskınlığına, altyapının uygun olduğu sanayileşmiş ülkelerle ve İngilizce konuşabilen ve bilgisayarlı olan kişilerle sınırlı olmasına rağmen, evrensel iletişimin erişim aracı olarak gösteriliyor. Sanayileşmiş ülkelerin problemi, internet altyapısını kimin destekleyeceği konusu. İnternet ve faksimile bağlantısı için ikinci ve üçüncü yerel hat talebinin artmasıyla yerel telefon gelirlerinin yükselmesine rağmen, tarifeleri maliyetlere uygun hale getirmek amacıyla birtakım tarife yapılandırmaları gerekecek. Bu problem, özellikle yerel altyapının yenilenmediği Amerika Birleşik Devletleri'nde had safhada; fakat internet kullanıcılarının talepleri transatlantik rotadaki kapa-

¹⁴ Cruickshank, "From Regulation to Competition".

¹⁵ A.g.e.

siteyi etkileyebilir. Britanya’da internet kullanımı ayda yüzde on oranında artıyor ve yerel (şehiriçi) aramaların yüzde onunu oluşturuyor.¹⁶ Özellikle internet aracılığıyla yapılan uluslararası telefon konuşmalarının bugünkü egemen operatörün gelirlerini tehdit eden teknolojik bir imkân olması ve altyapı kontrolünün de telekom operatörlerinde kalması, erişiminin kontrolünün operatörlere geçeceğini gösteriyor. Avrupalı operatörler, şimdiden internet erişim sağlayıcısı olmak için harekete geçiyorlar. Bu nedenledir ki Bill Gates, IBM’nin 1980’lerdeki uydu taşıyıcısı olma girişimine benzer bir biçimde, Microsoft internet kullanıcıları için telekomünikasyon ağlarını birleştirecek uydu işine başlamayı öneriyor.

Geleneksel uluslararası ağ kavramı, uluslararası yollarla, sınırlarda birleşen ulusal ağları ifade ediyordu. Fakat kavram, 1980’lerde çokulusluların bağlantısız ağ talep etmesiyle değişmeye başladı. Devlet, sınırları tutan şirketler arasındaki bağlantıyı kapsayan bir ağ kavramına dönüştü. Fakat bu bağlantısız ağın yürürlüğe girmesi için uluslararası düzenlemelerde değişiklikler gerekiyordu.

Savaş sonrası dönemde ITU üyelerinin üzerinde anlaştığı uluslararası iletişim düzenlemeleri, diğer şirketlerin halka uluslararası hizmet sağlamalarını yasaklayarak PTO’ların uluslararası trafiğini korudu. Havayolu ağı olan STA ile bankacılık ağı olan SWIFT istisnaydı. Bu düzenlemeler yirmi yıldır ilk kez 1988’de ITU’nun bir toplantısında inceleme altına alındı. WATTC88 olarak adlandırılan bu toplantıda, uluslararası iletişimin gelecekte nasıl yapılandırılması ve düzenlenmesi gerektiği üzerine bazı çelişkili fikirler ortaya atıldı. Bir yanda Fransa ve İspanya gibi, PTO’ların eski kontrol sistemini elinde tutmak ve aynı düzenleme sistemine girmek için çokulusluların sağladığı özel ağları talep edenler, diğer yanda ise, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri gibi, kendi çokuluslularının ITU’nun düzenlemelerine maruz kalmadan uluslararası altyapıya yatırım yapabilme özgürlüğünü talep edenler vardı. Sonunda, düşük kapasiteli özel ağların üçüncü partiye

¹⁶ Nicholas Denton, “Phone use grows as more prefer surfing to talking.” *Financial Times* (13 Mart 1997).

satılmasını sağlayan uluslararası kapının açılmasıyla uzlaşmaya varıldı. Yalnızca, çokuluslularının devlet egemenliğini çiğneyebileceği tam bir özgürlük isteyen Amerika Birleşik Devletleri son önerilere karşı oy kullandı.

WATTC88, PTO'ların uluslararası iletişimdeki kontrolünü gevşetmek için dönüm noktasıydı. Amerika Birleşik Devletleri; uluslararası satışı kısa bir süre içerisinde, muhasebe oranı sistemiyle mücadele etmenin bir aracı olarak öne sürmeye başladı. Bu iki taraflı gider sistemi 1860'larda, telgrafla ortaya çıkmıştı. Bu sayede, uluslararası telefon konuşmasının maliyeti gönderici ve dağıtımıcı arasında, göndericinin ödemesiyle, yarı yarıya paylaşılır. Teknoloji maliyeti, genel maliyetlere bağlı olarak yüklenen yükümlülükler biçiminde oluşturulmuştu, ama sistemin mesafeye duyarsız olması nedeniyle azalan yükümlülüklerle bir cevap olmadı. Bunun yerine sistem, Amerikalıların genel olarak daha fazla "limit üstü" telefon konuşması yapıyor olmaları nedeniyle, hem Avrupalı devletler hem de gelişmekte olan ülkeler tarafından, Amerika Birleşik Devletleri'nden kendi ağlarına dönecek ödemenin kazanılma aracı olarak kullanılmaktadır. FCC çok taraflı ITU içerisindeki muhasebe oranlarının düşürülmesine ilişkin görüşmelerde ve önceki yılın 5 milyar dolar tutarındaki gider ödemesi gibi bir başarısızlığın ardından 1996'daki iki taraflı baskıya geri döndü. Oranların şu anda maliyetlerin üç katı olduğunu iddia eden FCC, iki taraflı muhasebe oranlarında ABD operatörlerinin denizaşırı rakipleriyle anlaşabilecekleri bir tavan önerdi. FCC bu yeni kurallar için ortaya atılan bir dizi öneri arasından, operatörün uzun süre ve aynı şekilde olmak kaydıyla Amerika Birleşik Devletleri'ne yönelik pazar erişiminde bu düşük oranları onaylamasına bağlı kalmasını önerdi.¹⁷

Gelişmekte olan ülkelerin, bu oranların yeniden görüşülmesi karşısında gösterdikleri direncin bir kısmı, yüksek tarifeli bir ülkedeki bir müşterinin çevir sesini Amerika Birleşik Devletleri gibi düşük tarifeli bir ülkeden alabileceği sistem olan "geri arama"

¹⁷ Nancy Dunne, "US to urge cut in foreign monopolies' phone charges," *Financial Times* (18 Aralık 1996).

(call-back) deneyiminden kaynaklanıyor. Uluslararası faaliyetlerde kapasite fazlasının ve tarifelerdeki arbitrajın bir özelliği olarak “geri arama”, eskiden küçük ABD şirketlerine kapanmış olan yabancı pazarlara girme mekanizmasını sunarken, ABD muhasebe oranına ilişkin ödeme akışını da artırmıştır. Böyle bir durumla karşılaşılınca diğerlerinin yanı sıra AT&T tarafından da, FCC’nin müdahalesi talep edildi. Fakat FCC yalnızca, ağa zarar veren çeşitli hizmetleri sınırlamak için eyleme geçti. Gelişmekte olan bazı ülkeler, kendi uluslararası ağlarını bertaraf ederek gelirlerini azaltan “geri arama”yı yasakladılar.

1992’de WTO’nun kurulmasıyla sona eren GATT görüşmelerinde, Amerika Birleşik Devletleri’nin ağı liberalleştirme önerisi karşısında gelişmekte olan birçok ülke benzer korkularla tepki gösterdi. 1980’lerin ekonomik durgunluk ortamında, GATT rejimi altındaki ticaretin telekomünikasyon hizmetleri kapsamına alınması tartışmaları, ABD’li finansal hizmet şirketleri tarafından kuşatılmaya başladı. Amerika ve Britanya’daki finansal liberalleşmenin “big bang”i denizaşırı yatırımı ve acil elektronik iletişim talebini körükledi. Özellikle American Express, böyle bir yatırımı çokuluslu sürece dahil etmemek için, çokulusluların devletlerin hakları üzerine yatırım yapma hakkını destekleyecek uluslararası kuralların gerekliliği konusunda girişimlerde bulunuyordu.

Fakat 1992’deki WTO ticaret anlaşması, telekomünikasyonu veya yayıncılığı kapsamıyordu. Dillerini ve kültürlerini korumak isteyen Fransızlar, AB anlaşmasını yayıncılığın liberalleşmesine kattılar. Temel iletişim hizmetleri anlaşmadan çıkarıldı, çünkü Amerika Birleşik Devletleri o zaman yapılan liberalleştirme tekliflerinden ve özellikle de Asya-Pasifik ülkelerinin kapalı doğasından memnun değildi. ABD ticaret görevlileri, aslında finansal hizmetlerin kayıplar karşısında denizaşırı genişlemeden 1990’lardaki geri çekilmesi nedeniyle ABD pazarına AT&T’den giren yabancı katılımcıların duyduğu endişelere cevap verme baskısı altındaydı.¹⁸ Bu

¹⁸ Jill Hills, “A global industrial policy. US hegemony and GATT. The liberalization of Telecommunications,” *Review of International Political Economy* 1, no.2 (1994): 257-280.

nedenle Amerika Birleşik Devletleri, WTO'nun Temel İletişim Grubu altında yürütülen toplantıda gündem dışı konuşma talep etti. Dört yıl sonra ise, 1996'da, Amerika Birleşik Devletleri, yeni uydu/mobil şirketlerine yeterli sayıda ülkeye erişim imkânı verilmediği gerekçesiyle bir kez daha anlaşmadan çekildi.

Sanayileşmemiş ülkelere, 1996 yılı boyunca yapılan WTO görüşmelerinde ve ITU'nun Dünya Telekomünikasyon Politikası Forumu'nda sağlanan Anlaşma Memorandumu gereğince, ülkeleri ve uydu operatörleri arasındaki uydu şirketlerine erişim sağlamaları için baskı yapıldı.¹⁹ Politika Forumu, özel şirketlerle hükümet temsilcilerini uluslararası düzenleme sorunlarını görüşmek üzere bir araya getirmesine rağmen düzenleyici bir güce de sahip değildi. Toplantıda, uzlaşılan genel prensipler içerisinde uydu operatörlerinin gelişmekte olan ülkelerdeki kırsal bölgelere hizmet edebilmesi için fiyatların düşürülmesini içeren çalışmalar yapılmasını ve buradan çıkacak düzenleme otoritesine saygı gösterilmesi gerektiği de yer alıyordu. Fakat Malezya ve Hindistan gibi gelişmekte olan bazı ülkeler bundan etkilenmedi; MOU'ya uymayı reddettiler.

ABD pazarının yabancı operatörler için tam olarak liberalleşmesi, gelişmekte olan ülkeler nezdinde pek bir şey fark ettirmiyor. Bu nedenle, anlaşmayı imzalayanların asıl ilgisinin daha çok, iki taraflı misilleme korkusundan kaynaklanabileceği düşünülüyor. Bununla birlikte, 1997'de ABD'nin büyük Japon taşımacılarına Amerika Birleşik Devletleri'nde hizmete başlamaları için işletme lisansı vermeyi reddetmesinden anlaşılabilceği gibi, WTO içerisinde görüşülen ve Amerika Birleşik Devletleri'nin kabul ettiği hükümler bile iki taraflı baskıya maruz kalabilir – bu durumda problem Japonlar'ın, egemen operatörlerinin yüzde yirmisinden fazlasına yabancıların sahip olmasını reddetmesidir.

¹⁹ ITU, "The World Telecommunication Policy Forum Reaches Broad Consensus." *ITU News*, Ekim 1996, s. 3 -7.

Şirket Stratejileri

Ağların 1980'lerin ortalarında ilk kez liberalleştirilmesinden bu yana, bir zamanlar ulusal amaçlar taşıyan PTO'lar toplu stratejilerinde uluslararası olmaya başladılar. Bu strateji değişikliğinin arkasında yalnızca teknolojinin sunduğu ekonomik fırsatlar ve iç düzenlemedeki değişiklikler değil, asıl kullanıcıların ihtiyaçları da yatıyor. Uluslararası toplu ağların işletme maliyetinin yükselmesi, şirketlerin işlerini yürütmek amacıyla başka şirketlere yönelmesine neden olmaktadır – başka bir deyişle, uluslararası iletişimlerini uzmanlaşmış şirketler yürütüyor. Stratejiler, müşterilerin bağlanacağı “düğüm”in kurulmasını, varolan şirketlerin ele geçirilmesini – BT'nin Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Tymenet'i ele geçirmesi ve MCI ile birleşmesi gibi – veya PTO'lar arasındaki anlaşmaları içeriyor. “Küresel” ağlar olarak adlandırılmalarına rağmen bu anlaşmalar küresel değildir; bugün en büyüğü sanayileşmiş sekiz ülkede faaliyet gösteriyor. Telefonica'nın katıldığı BT ve MCI bir grubu oluşturuyor; Concert, Deutsche Telecom, France Telecom ve Sprint bir araya gelerek Global One'da birleşiyor; AT&T, KDD (Japon), Singapore Telecom ve Unisource NV (Avrupalı daha küçük bir grup operatör) World Partners'ı oluşturuyor – her biri çokuluslu müşteriler için rekabet içinde.

Özel şirketler tarafından uluslararası faaliyetlere yapılan yatırım, ulusal PTO'ların sahip olduğu mevcut ortaklaşa faaliyetlerin “üzerini örtüyor”. İki taraflı muhasebe oranı sisteminin yeniden satış için kullanılmasıyla özel denizaltı kablolarının geçişine izin veriliyor ve özel ağlar ile uydu mülkiyeti de, PTO bağlantı tekelinin Intelsat'a geçmesini sağlamış oluyor. Buna ek olarak, küçük optik terminallerine uydu aktarımı, gelişmekte olan ülkelerde iş iletişiminin PTO ağlarına geçmesini sağlıyor. Böylece ellerinde bulundurdıkları araçlar sayesinde muazzam bir baskıyı da kurmuş oluyorlar, örneğin Cable and Wireless şu anda yaklaşık on sekiz denizaltı kablosu ve en az iki uydu yatırımına sahiptir. Özellikle Asya-Pasifik bölgesinde faaliyetlerin özel mülkiyeti hızla artıyor.

İkinci tür yatırım, doğrudan diğer devletlere yapılan yatırım –

doğrudan yabancı yatırım (DYY). Genel olarak DYY biçimi izlendiğinde, telekomünikasyon yatırımının esas olarak sanayileşmiş ülkeler arasında olduğu düşünülebilir. Fakat, sanayileşmiş büyük ülkelerin çoğundaki düzenleme zorlukları nedeniyle – dünya pazarının sadece yüzde yirmisi tam anlamıyla açık – telekomünikasyon operatörlerinin doğrudan yabancı yatırımı öncelikle gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşiyor. Özellikle Amerikan operatörleri, 1980'lerde Latin Amerika'da ve sonra SSCB'nin dağılmasının ardından, 1990'ların başlarında Orta Avrupa'da yatırım yaptılar. Gelişmekte olan ülkeler çok taraflı veya ticarî kurumlardan borç istediği anda, Dünya Bankası telekomünikasyon operatörünün özelleştirilmesinde ısrar etti. Sonuçta da yabancı şirketler Afrika ve Hindistan pazarına girdiler. Aslında, batının çok riskli olduğunu öne sürerek çoğunlukla uzak durduğu Afrika Pazarı, Malezya Telekom'un yatırımı için önemli bir forum haline geldi. Denklik tekliflerinin değeri, özelleştirme satışları ve telekomünikasyon şirketlerini kapsayan birleşmeler 1996'da toplam olarak 120 milyar doların üzerine çıktı.²⁰

Batılı şirketlerin kârlarının, savaş öncesi dönemlerde olduğu gibi, iç-işleyişin kontrolünün uluslararası bağlantılarla bütünleşmesinden doğduğu gittikçe daha açık hale geliyor. Örneğin, birkaç Latin Amerikalı iç ağı yöneten İspanyol operatör olan Telefonica, Kuzey ve Güney Amerika arasındaki rotayı sömürmek amacıyla Concert'a katıldı. Telekomünikasyonun ulusal önceliklere hizmet edebilmesi için yapılan düzenlemede zor olan şey, uluslararası sermayenin ulusal telekom pazarına hızla girişi ve gelirlerin deniz aşırı bölgelere yönlendirilmesiydi.

²⁰ Nicholas Denton, "Value of telecoms deals double to 81bn Pounds," *Financial Times* (6 Ocak 1997).

Sonuç

Telekomünikasyon, teknolojide düşen maliyetlerle ve sanayileşmiş ülkelerdeki hükümetler ve şirketler arasındaki merkantilist yarış nedeniyle zengin ve fakir arasında giderek artan farka tanıklık eden bir sektördür. Dünya nüfusunun çoğunluğunu temsil eden hükümetlerin, nüfuslarının ihtiyacını karşılamak için yeni teknolojiden faydalanarak ağ kurmayı hayal etmeleri giderek güçleşiyor. Teknoloji ucuz olabilir, fakat ülkelerin borca battığı ve sağlam kurun pahalı olduğu bir noktada, büyümeyi finanse edecek yeterli geliri kazanma imkânı pek mümkün değildir. Batının ihtiyaçlarına hizmet eden Dünya Bankası, telekomünikasyon operatörü özelleştirilmeden hiçbir amaç için borç vermeyecek. Tek yol, yabancı yatırım. Fakat yabancı yatırım, gelişmekte olan ülkelerin borç para almaları için hem ekonomik hem de politik açıdan çok pahalı bir yol. Telekomünikasyonda ağ işleyişi, uygun bir düzenleme olmadan yabancı bir şirkete devredildiğinde, varolan ağ gelirlerinde ve kârın ülkeye geri dönmesindeki sermaye akışında kayıplar meydana çıkıyor. Özel şirketler hem iç altyapıya hem de uluslararası bağlantıya sahip olunca, gelişmekte olan ülkeler de savaş öncesi kolonyal bağlarına geri dönüyorlar. PTO'lar elde tutulduğunda bile “geri arama”, uydu mobil hizmetleri ve azalmış muhasebe oranları uluslararası gelirleri ve minimum standarttaki evrensel hizmeti karşılayacak potansiyel büyümeyi bile tehdit ediyor.

En kârlı olan, her zaman için serbest ticaretti. Amerika Birleşik Devletleri ve Britanya tarafından hem ikili görüşmelerde ve hem de çoktarafli kurumlarda, dünyanın geri kalanına telekomünikasyon operatörlerinin ve uluslararası faaliyetlerin liberalleştirilmesinde ve özel mülkiyetinde korkunç bir baskı yapılıyor. Her ikisi de çokuluslu şirketlerinin büyük kullanıcılar olmasını ve ulusal operatörlerinin uluslararasılaşmasını arzuluyor. Özellikle FCC 1980'lerden bu yana, pazar yapısının liberalleştirilmesini tek taraflı biçimde bütün dünyaya empoze etme işini üstleniyor – 1980'lerde denizaltı fiber optiğini ve uyduları özelleştirerek; 1990'larda küresel mobil uydu operatörleri için radyo spektrumu tahsis ederek; “geri arama”yı düzenlemeyi reddederek ve son zamanlarda muhasebe

oranlarında iki taraflı sınırlar arayarak. Sonuç, daha çok özelleştirilen uluslararası ağ, mülkiyet ve standartların bölünmesi ve büyük konsorsiyumların egemenliği.

Amerika Birleşik Devletleri özellikle, telekomünikasyon düzenlemesinin ITU'dan WTO'ya transferinde başarılı oldu ve bu da en güçlü olduğu noktadır. İronik olan, diğer ağları liberalleştirme-ye zorlayan ABD ağlarının liberalleşmemesidir. Bunun yerine, RBOC'lerin tekel kârları, hem sanayileşmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde denizaşırı yatırımı finanse etti. Yerel döngüye rekabet girmesi ve RBOC'lerin bazı yabancı yatırımlardan çekilmesi nedeniyle durum artık değişiyor. Şimdi FCC'nin "maliyet" ve bağlantı sorunlarıyla mücadele etmesi gerekiyor. Aynı ayrı ABD eyaletlerinin eyalet içi iletişimi kontrol etme arzusuyla sınırlanmış ve birleşik düzenleyici bir sistemi olmadan, FCC'nin, kendi iç pazarında empoze edemeyeceği, ABD şirketlerinin işine gelen kuralları evrensel olarak kabul etmesi için WTO'ya baskı uygulaması pek mümkün görünmüyor. Bu nedenle, çoktarafli kurumlardaki ABD evrensel kültürü şu anda, operatörlerden FCC'nin istediği gibi davranma veya ABD pazarından çıkarılma gibi iktarafli taleplerle yer değiştirerek zayıflayabilir.

Genel olarak, dünya telekomünikasyonunun yeniden yapılması, kuzeyin ve özellikle de Amerika Birleşik Devletleri'nin yeniden canlanmasını yansıtıyor. Yurtiçi ve uluslararası yapısı zengin ve fakir arasında artan eşitsizliği gösteriyor. Daha ucuz teknoloji vaadine, daha fazla demokrasi ve eşitlik yaratma potansiyellerine ve enformasyon süper otayolu – kuzey tarafından, güneyin yararlanmış gibi inandırılmış – benzeri teknolojik ütopyalara rağmen liberalleştirme ve özelleştirme gerçeği, çokuluslu şirketlerin ve kuzeyli merkantilist devletlerin yararına olmuştur. 1990'ların değişmez özelliği, çokulusluların, telekomünikasyonun öncü olduğu dünya ekonomik entegrasyonu çabası içinde kullandıkları iktidardır. WTO benzeri çok taraflı anlaşmalar, devletlerin bağımsızlık haklarını sınırlar ve batının nüfuz etme haklarını kurumsallaştırır. Ayrıca, 1997'deki OECD görüşmeleri sürecindeki yatırım anlaşması, çokuluslu şirketleri kontrol etmek için ulusal düzenlemeyi

hariç tutma ve Birleşmiş Milletler'deki savaş sonrası uluslararası düzenlemelerin merkezi dayanağını oluşturan egemenliğe saygıyı azaltma vaatlerini verir.²¹ Sonuç olarak mesele, bağımsız devletlerdeki operatörlerin, ya zayıf veya hiç varolmayan uluslararası bir düzenlemeye maruz kalan iki veya üç küresel uydu/hücresele operatörüyle yer değiştireceğini dolaylı olarak önceden gören ABD'nin telekomünikasyondaki baskısının, ABD'nin rekabete dayanan çıkarını kurumsallaştırmak, çokulusluları daha da güçlendirmek ve 1890'ların kolonyal politik ekonomisini yeniden canlandırmak amacıyla savaş sonrası dünyanın ekonomik ilişkilerinin köklü bir şekilde yeniden yapılandırılmasından başka bir şey değildir.

²¹ George Monbiot, "A charter to let loose the multinationals," *The Guardian* (15 Nisan 1997).

TELEKOMÜNİKASYONUN ÖZELLEŞTİRİLMESİ

Nicholas BARAN

Enformasyon çağının ve enformasyon otobanının büyük vaatleri sonucunda çok şeyler yapıldı. Bill Gates ve Nicholas Negroponte gibi kendini açığa vuran hayalperestler, yeni bir altın çağı hayal ediyorlar: Küresel anlamda bağlanmış insanlık; parmak ucumuzdaki bilgi; ve bizi, günlük yaşamımızdaki sıradan işlerden kurtaracak akıllı elektronik aletler – otomatik olarak faturalarımızı ödeyen, elektronik gazeteleri bulup getiren, kahvemizi yapan vs.

Ne yazık ki, bu her derde deva çağın telekomünikasyon sektörünün ne bugünüyle ne de öngörülen geleceğiyle ilgisi var. Teknoloji, çoğunlukla Bill Gates'in en çılgın hayallerini gerçekleştirmek üzere varolurken, kâr marjları ve oligopolistik pazarlar gerçeğiyle uğraşmak zorunda kalıyor. Buna karşılık, ümit vaat eden birçok teknolojinin kârlı olmadığı gerekçesiyle rafa kaldırıldığını, diğer teknolojilerin öncelikle lüks tüketim için ve enformasyon otobanının “içeriği”ne hükmeden reklâm ve eğlence için geliştiğini görmemiz gerekiyor. World Wide Web’de giderek daha çok site ek-randa dolaşan reklâmlarla doldukça, bu trend de şimdiden şekilleniyor ve önemli internet servis sağlayıcıları, büyük finansal kayıplar altında eziliyorlar.¹

Teknolojik Dönüşüm

Büyük bir teknolojik dönüşümün eşiğinde olan telekomünikasyon sektörünün toplumumuzda çok büyük etkisinin olduğu yine de doğru. Bu dönüşümün temelinde dijital bilgisayarın ve ana-

¹ *The Economist*, 8 Mart 1997, s. 75.

log telefonun tek bir iletişim aracına dönüşmesi yatıyor.

Bu dönüşümün ne anlama geldiğini kısaca özetlersek:

Bugün telefon konuşmaları, radyo ve televizyon yayınları gibi iletişimin çoğu *analog sinyali* aracılığıyla gerçekleştiriliyor. Analog sinyali ses ve ışık benzeri çoğu doğal fenomenin doğal *dalga formu*'dur; örneğin, maksimum ve minimum değerde, durmadan öne arkaya hareket eden *sine wave* bir analog dalga formu. Bu analog fenomenlerini basitçe açık/kapalı sinyaliyle – yani iki durumdan birisinde olan sinyal: Açık veya kapalı – simgeleyen *dijital format*'ta göndermek daha etkilidir.

Bilgisayarların güçlenmesi ve yazılımın daha çok ilerlemesiyle birlikte, fotoğraftan standart uzunluktaki filmlere kadar hemen hemen bütün bilgi biçimlerinin dijital formata dönüştürülmesi mümkündür. Bunun iyiliği; ses ve grafik görüntülerinin, dijital formata aktarılınca diğer herhangi bir dijital veri gibi bilgisayarda üzerinde oynanabilir veya bilgisayar ağına aktarılabilir olmasıdır. “Dijital çağ”ın temelini oluşturan ses ve ışıkla oynayabilen bilgisayardır.

Rasyonel bir toplumda dijital çağın görünüşü çok heyecan verici olabilir. Dijital iletişimdeki son ilerlemelerden eğitimde, bilginin bütün dünyada paylaşılmasında, uzak bölgelerde politik katılımın sağlanmasında ve diğer birçok sosyal çabada faydalanılabilir.

İnternet, ticarileştirilene kadar telekomünikasyon devriminden doğan potansiyel pozitif gelişmenin bir örneğiydi. Eğer internet hükümetlerin uluslararası sponsorluğu ve ortaklığıyla gelişebilirse, zengin veya fakir fark etmeksizin gerçekten de bütün milletlerden insanların kullanabileceği uluslararası bir iletişim ağı olabilir. Fakat bu senaryonun gerçekleşmesi mümkün görünmüyor. İnternet, nüfusun büyük kısmının ödeyemeyeceği reklam ve erişim ücretleriyle desteklenerek, toplumun zengin kesiminin yararlanabileceği bir iletişim ağı olma sürecindedir.

Bu ümitsiz değerlendirmenin sebepleri çok açık. İnternet özel teşebbüse devrediliyor; büyümesini ve gelişmiş performans talebini desteklemek için büyük sermaye yatırımları gerekecek. America On Line (AOL), Compuserve ve Netcom gibi internet servis

sağlayıcıları (ISS) ölesiye rekabete ve yedek kapasite yatırımı ihtiyacına bağlı olarak büyük kayıplara göğüs geriyorlar.² İnternet erişim sağlayıcıları, çoğu tüketicinin bugüne kadar daha yüksek erişim ücreti ödemede isteksiz görünmesi nedeniyle, bu yatırımları finanse edecek reklamcılara dönüşüyorlar. Aslında, 1996'nın sonunda internet servis sağlayıcıları, aylık yirmi dolara sınırsız erişim paketini, isteksiz de olsa uygulamaya koydular; sonuç ise üzücü oldu. Bu düşük erişim ücretlerinin devam etmeyeceğini tahmin etmek güvenli olur. İnternet'in yanı sıra telekomünikasyon altyapısının da, telekom şirketleri tarafından pazarlanan yüksek hızlı dijital servisleri desteklemek için büyük sermaye yatırımları gerektirecek bir yenilemeye ihtiyacı var.

İnternet'in Ticarileştirilmesi

İnternet, hükümet destekli araştırma ağından de fiili enformasyon otobanına dönüşüyor. Bu arada, internet'in her şeye rağmen varolacağı gerçeği, hükümet destekli kurumların bazen oldukça etkili olabileceklerinin de bir kanıtıdır. Fakat, internet elektronik posta ve veri tabanı erişimi gibi, sağladığı bütün değerli kaynaklarla tam ölçekli ticarileşmeye doğru giden yolun da öncüsüdür. Birkaç yıl içinde kullanıcılar, bu kaynaklara ulaşmadan önce reklam ekranlarında ilerlemek zorunda kalacaklar. Daha önce de belirtildiği gibi, bu trend şimdiden rayına girmiş. Ayrıca sadece, pahalı ücretleri ödeyen kullanıcılar hızlı internet erişimine sahip olabilecekler. Birçok internet servis sağlayıcısı, sabit ücretle sınırsız erişimden, "ön-ödemeli" (pay-as-you-go) ücret yapısına dönme sürecinde.³

Bir ticarî girişim alanına dönüşmesini anlamak için internet'in tarihini kısaca özetlemekte yarar var. İnternet, kökleri 1960'ların sonunda ABD Savunma Departmanı'nda yapılan bir araştırmaya dayanırken, özellikle, Ulusal Hizmet Fonu'nun (National Service Foundation-NSF) beş süper bilgisayar sitesini San Diego'da Cali-

² A.g.e.

³ A.g.e.

forniya Üniversitesi'ne; Cornell Üniversitesi'ne; Champaign-Urbana'da Illinois Üniversitesi'ne; Pittsburgh'ta Carnegie Mellon Üniversitesi'ne ve Boulder-Colorado'da Ulusal Atmosfer Araştırmaları Merkezi'ne bağlamak amacıyla tasarlanan ağdan ortaya çıkmıştır. NSFnet denilen ağ 1987'de çalışmaya başladı. Araştırmacılar ve bilim insanları, bu sitelere hükümet kuruluşlarından ve akademik kurumlardan bağımsız olarak ulaşabilmek için süper bilgisayar siteleri arasında hızlı bağlantılar sağladı. Bölgesel ağlar, NASA tarafından geliştirilen Ulusal Bilim İnterneti (National Science Internet)'ne bağlanmalarının yanı sıra, NSF'nin "belkemiği"ne de bağlandılar (belkemiği, bölgesel ağlara bağlantıyı sağlayan kıta çapında bir ağ taşıyıcısıdır). Böylece internet, haberleşme grupları ve son zamanlarda World Wide Web benzeri internet kaynaklarının yanı sıra, elektronik posta ve veri tabanlarının küresel erişimine izin veren, ulusal ve en nihayetinde uluslararası bir bağlantı ağına sistemidir.

Birkaç yıl öncesine kadar internet'i parasal anlamda, çoğunlukla NSF, NASA ve diğer hükümet kuruluşları ile internet erişim ücreti ödeyen akademik kurumlar destekliyordu. İnternet erişim hizmetleri, MCI, IBM ve Merit Networks tarafından kurulmuş servis şirketi Advanced Network & Services (ANS) tarafından, NSF sözleşmesine uyularak sağlanıyordu. Bu sözleşmeye, internet'e aktarılan federal fondan özel ticari işleme geçişin bir parçası olarak 1995 baharında son verildi. NSFnet'le sözleşmenin sona ermesiyle MCI, IBM ve Merit gibi ortaklar ANS'yi AOL (America On Line)'a sattılar (temelde, hızlı telefon hatlarının ve ilgili donanımın, ya da "belkemiği altyapısı"nın satışı).

İnternet bugün neredeyse tamamen MCI, AT&T, ve Bolt, Baranek ve Newman (BBN) gibi özel teşebbüsler ("ağ servis sağlayıcıları") tarafından destekleniyor. Bu teşebbüsler, İnternet erişimini yerel servis sağlayıcılarına, özel şirketlere, üniversitelere ve şimdi de hükümet kuruluşlarına satan bölgesel "ağ erişim noktaları"nı oluşturuyor. Hükümet, bu ticarî müşterilerden bir tanesi. Örneğin, Bathesda, Maryland'deki Ulusal Tıp Kütüphanesi internet erişimini NSFnet ile sağlıyordu. Fakat bugün, BBN'nin sahip olduğu böl-

gesel bir ağ olan SURAnet'i kullanıyor. Aynı şekilde üniversiteler de ağ erişimlerini farklı servis sağlayıcılarından ediniyorlar: Stanford Üniversitesi, BBN'nin sahip olduğu bir diğer bölgesel ağ olan BARRnet'ten yararlanıyor. Bu arada hükümet, NSF'nin yardımıyla, süper bilgisayar sitelerini bağlamaya ve yeni "çok yüksek hız"daki ağ operasyonları için test ortamı sağlamaya devam edecek Very High Speed Backbone Network Service (vBNS) denilen yeni bir deneysel araştırma başlattı.⁴

Büyük kurumlar ve anonim şirketler genellikle, yirmi dört saat hizmet, servis garantisi ve diğer bazı avantajları kapsayan aylık icretleri ödeyerek, internet servislerini doğrudan büyük bölgesel servis sağlayıcılarından alıyorlar. Daha küçük şirketler ve bireyler ise erişimlerini, yerel internet servis sağlayıcılarından alıyorlar. Bu sağlayıcıların çoğu, müşterilerine birkaç telefon hattı kiralayan ve erişim süresi satan "mom and pop" işlemleridir. Çünkü talep hızla artıyor ve rekabet çok şiddetli; öyle görünüyor ki, bu "mom and pop" servis sağlayıcılarının çoğu, gelecek birkaç yıl içinde işin dışına çıkacaklar. Hatta, büyük ISP'lerin, erişim ücretlerini arttırmalarıyla, küçük oyuncular yeni kapasite talepleriyle başa çıkamayacak, fakat yine de kâr elde edecekler.⁵

Kapasite Problemi

Herkesin bildiği gibi, internet düzenli olarak kullanıldığında mevcut kapasite artan talebin gerisinde kalır. Birçok kaynak giderek elverişsizleşiyor. Grafik görüntülerinin iletimi çok yavaş ilerliyor ve e-posta giderek daha güvenilmez hale geliyor. Çözüm, telekom şirketlerinin büyük yatırımlarını gerektirecek hızlı telefon hatları ve ağ donanımı ekleyerek kapasiteyi arttırmak olacaktır. Bu yeni kapasite için büyük yatırım ihtiyacı eninde sonunda küçük servis sağlayıcılarını zorlayacak ve internet servis fiyatlarını arttıracaktır.

⁴ İnternet üzerine daha fazla bilgi için, bkz. N. Baran, "The Greatest Show on Earth," *BYTE*, Temmuz 1995.

⁵ N. Baran, "Privatizing Cyberspace," *The New Internationalist*, Aralık 1996.

Kapasite ya da “saniyede gönderilen bilgi miktarı” (bandwith) sorunu, internet’in ve diğer telekomünikasyon sistemlerinin ekonomisinde temel bir yere sahip; bu nedenle, bu konunun daha ayrıntılı düşünülmesi gerekir.⁶ Elektronik bilginin dağıtılma kapasitesi ile bir borunun suyu dağıtma kapasitesi kavramsal olarak aynıdır: Boru ne kadar geniş olursa akış da o kadar fazla olur. Telefon hatları bilgiyi (sesli veya veri), kablonun tipine ve iletilmekte olan bilginin türüne bağlı olarak maksimum hızda dağıtılabilir. İnsan sesinin iletimi, düşük kapasite ve düşük kapasiteli kablo gerektirir; her evde ve ofiste bulunan örgülü bakır kablo bu iş için uygundur. Fakat örgülü kablo, grafik görüntülerini veya ses ve video içeren “multimedya” bilgisini iletmek istediğinde başarısız olur. Bu bilgi miktarı sınırlaması, müşterilerin, telefon hattından filmler kiralayabileceği “video talebi” gibi teknolojilerin ve internet’in gelişmesi için büyük bir engeldir.⁷

Örgülü bakır kablonun kapasitesini arttırmak amacıyla bazı teknolojiler uygulanıyor. Bunların en çok bilineni, bugün eldeki en hızlı modemden iki kat daha fazla hız sağlayan Integrated Services Digital Network (ISDN). ISDN, internet’in performansını büyük ölçüde arttırırken, sinema filmi ve diğer multimedya hizmetleri için hâlâ yetersiz ve kurulması da pahalı ve karmaşıktır.⁸

⁶ “Bandwith” terimi, kökleri radyoda olan “frekans bandı”ndan gelir. Analog radyo kavramında, bant ne kadar geniş olursa, o kadar çok sayıda istasyon aynı zamanda iletişim yapabilir. Bilgisayar terminolojisinde, bant ne kadar geniş olursa, verilen sürede o kadar çok veri aktarılabilir. Daha detaylı bilgi için, bkz. N. Baran, *Inside the Information Highway Revolution* (Coriolis Group Books, 1995).

⁷ Telekomünikasyon şirketleri, filmlerin ve yüksek kapasite gerektiren (bu nedenle “broadband”) diğer eğlence türlerinin telefon hattıyla iletimi anlamına gelen “broadband hizmetleri” kavramına çok katkıda bulundular.

⁸ ISDN ve örgülü kablo (twisted pair?) üzerine diğer teknolojilerle ilgili daha fazla bilgi için, bkz. A. Reinhardt, “Building the Data Highway,” *BYTE*, Mart 1994.

Çözüm, Fiber Optik ve Koaksiyel Kablo

En yüksek kapasiteyi sağlayan iki kablo türü, fiber optik kablo ve kablo TV için kullanılan koaksiyel kablodur. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki uzak mesafeli hatlarla, Avrupa ve Asya'ya bağlantıyı sağlayan kıtalararası hatların bugün neredeyse hepsi fiber optik kabloya sahip. Fakat bu hatlar, milyonlarca telefon konuşmasını aynı anda idare eden ve ayrıca, internet'in temel hatlarını kapsayan büyük ana hatlar. Ofislere ve evlere yüklenen yerel telefon döngülerinin sadece küçük bir oranı fiber optik kabloyla kuruluyor. Bu yerel hatlar hâlâ ve çoğunlukla örgülü bakır kabloyla kuruluyor. Amerika Birleşik Devletleri'nin büyük bölümüne yerel seviyede fiber optik kablo döşemenin 200 ile 400 milyar dolar arasında bir maliyete ulaşacağı ve tamamlanmasının da yirmi ile otuz yıl süreceği tahmin ediliyor.⁹

Diğer yandan, kablo TV'de kullanılan koaksiyel kablo, ABD'deki evlerin daha şimdiden yüzde altmışından fazlasına döşendi ve bu oran yüzde doksanlara doğru ilerliyor. Bu kabloyu, Tele-Communications, Inc. (TCI) ve Viacom gibi kablo TV şirketleri sahipleniyor. Koaksiyel kablo, multimedya ve diğer dijital bilginin yanı sıra, yüksek hızda internet erişimi için de kolayca kapasite sağlayabiliyor.

Fakat, burada bir engel var – bugünkü şekliyle koaksiyel kablo, tek yönlü iletişim için tasarlanıyor. Var olan kablo sistemi, kablo şirketinin, *kablo sonlandırıcısı* (headend) adı verilen dağıtım noktasından müşterilerinin evlerine gönderilen sinyali iletmek için *tek yönlü analog amplifikatörler* kullanıyor. İnternet kullanımı veya diğer “iki taraflı” iletişim için gerekli olan iki yönlü iletişimi yerleştirmek amacıyla, bu amplifikatörlerin değiştirilmesi gerekecek ve bu, pahalı bir beklenti. Ayrıca, kablolu TV ikamet edilen bölgelerde yaygın olmasına rağmen, ofis ve iş sektöründe o kadar yaygın değil. Bu nedenle kablo şirketlerinin, iş yaşamındaki müşterileri çekmek amacıyla, ofislere yeni kablo döşenmesi için büyük yatırımlar yapmaları gerekecek. Bu yazının yazıldığı sırada, deneme

⁹ Uydu üreticisi olan Hughes Electronic Corporation'un yürüttüğü bir çalışmadan; bkz. *PR Newswire*, 3 Mayıs 1994.

amacıyla, yalnızca birkaç tane iki yönlü kablo projesi başlatılmıştır ve erişim ücretleri, normal internet erişim ücretinden daha yüksektir.

Geniş koaksiyel kablo altyapısının Amerika Birleşik Devletleri'nde şimdiden var olduğu gerçeği, kablo şirketlerine, yüksek kapasiteli ağ servisleri kurabilmek için, telefon şirketleri karşısında teknik bir üstünlük sağlıyor. Fakat kablo şirketlerinin, gereken altyapı gelişmelerini gerçekleştirecek nakit paraları yok. Bu nakit eksikliği birkaç yıl önce, telefon ve kablo şirketleri arasında çok sayıda ortaklığı teşvik etti. Bunlardan en önemli olanı, başlangıçta 16 milyar dolar değer biçilen TCI-Bell Atlantic ortaklığıydı. Bunu, 5 milyar dolara yakın değerle, SBC (eski Southwestern Bell) ve Cox Cable ortaklığı izledi.

Bu ve diğer “kablo/telko” ortaklıklarından, ilan edildikten kısa bir süre sonra vazgeçildi. Ortaklıkların çöküşünün görünürdeki nedeni, kablo TV oranlarının, Federal İletişim Komisyonu (FCC) tarafından düşürülmesiydi. Gerçek neden ise, telefon şirketlerinin korkak oluşuydu. Tüketicilerin, enformasyon otobanını inşa etmek için gereken büyük yatırımları karşılayacak ödemeleri yapacaklarından emin değillerdi. Bu korkular, hem müşteri araştırmaları hem de video – talebi (örneğin; Orlando, Florida'daki Time-Warner) benzeri, çeşitli iletişim sinyallerini aynı anda gönderebilen “broadband hizmetleri” deneyimiyle güçlendi. Tüketiciler, enformasyon hizmetlerine, bugün çoğunun kablo TV için yaklaşık olarak harcadıkları aylık yirmi beş dolardan fazlasını ödemek istemiyorlar.¹⁰

Tüketicilerin yüksek ücretlere direnci deregülasyonla birleşince, büyük sermaye yatırımı ümidini sadece endişe verici değil, oldukça karmaşık hale de getirir. Şu anda, bölgesel Bells şirketi, kendi hizmet sahasında tekel olmanın tadını çıkarıyor. Fakat, ya birçok telekom şirketi aynı mahallede fiber optik hizmeti sağlamak istediğinde ne olur? Altyapıyı korumaktan kim sorumlu tutulur? Ya da, rakip şirketlerin, kendi fiber optik kablolarını döşemek için ay-

¹⁰ Hewlett – Packard'ın yürüttüğü bir araştırmadan; bkz. *Wall Street Journal*, 29 Kasım 1994.

nı sokakta karşılıklı çukur kazdıklarını görecek miyiz? Gerçekleşmesi olası olan senaryo, telekom şirketlerinin, rakiplerini satın alarak kendi hizmet sahalarında tekel oluşturmaya çalışacaklarıdır. Öne sürülen SBC-Pasific Telesis ve Bell Atlantic/NYNEX ortaklıkları bunun örnekleridir.

İnteraktif TV'ye Ne Oldu?

1994'ün başında kablo/telefon şirketleri ortaklıklarını beyan ettiklerinde, çoğu analist ve sektör uzmanı (Bill Gates dahil), interaktif televizyonun, telekomünikasyon sektöründe bir sonraki büyük teknolojik hamle olacağını tahmin ettiler. İnteraktif TV kavramı ayrıca, dijital ve analog teknolojilerin, başka deyişle, kişisel bilgisayar ve televizyonun yakınlaşmasına dayanır. İnteraktif TV fikri, her tür dijital bilginin televizyonda görüntülenmesini sağlayarak ve izleyiciye, kızılötesi bir işaretleme aracılığıyla veya bir klavye aracılığıyla (bu nedenle "interaktif TV" terimi kullanılıyor), beğendiğine, kişisel bilgisayar üzerinden karşılık verme imkanı sunarak, bilgisayar ve telekomünikasyon kapasitelerini, televizyonu kontrol edecek küçük bir "set-üstü kutu"da toplama düşüncesinden ortaya çıktı. "Video talebi" (telefon hattı aracılığıyla film kiralama), interaktif TV'de sunulan ilk hizmetti. Bunu elektronik posta, elektronik dergiler ve kütüphaneler, elektronik alışveriş ve bunun gibi, internet'te bulunan hizmetler takip etti.

İnteraktif TV şu anda iflas etmiş durumda ve bunun birkaç sebebi var. Öncelikle, interaktif TV'nin teknik açıdan, kablo, eğlence ve telefon şirketleri gibi taraftarlarının tahmin ettiğinden çok daha fazla çaba göstermesi gerekiyor. İnteraktif TV sadece daha fazla kapasite (fiber optik veya birçok koaksiyel kablo hattıyla, doğrudan eve) gerektirmekle kalmayıp çok yüksek hesaplama gücü ve dijital depolama kapasitesi de gerektiriyor. Bunun da ötesinde, interaktif TV sistemini kontrol etmek için gerekli olan yazılım, hava trafiği kontrol sistemine benzer şekilde karmaşıktır ve bu yazılımı geliştirmenin korkunç bir iş olduğu kanıtlanmıştır.

Bu teknik engeller tüketicilerin ödemedeki isteksizliğiyle birleşince, interaktif TV ile ilgilenen telekom şirketlerinin cesaretini kırmaya başladı. Ayrıca, hızla yaygınlaşan internet, çekici ve çok uygun bir alternatif oldu. Bunun da ötesinde, internet hâlâ varlığını sürdürüyor ve tüketiciler için görece daha ucuz. Problem, internetin, interaktif TV için planlanmış hizmetleri sağlamasıyla birlikte, telekom şirketlerinin yine büyük yatırımlara yönelerek yine benzer teknik engellerle karşılaşılacak olmalarıdır.¹¹ WebTV denilen, TV ve internet'in birleştirilmesi yönündeki en son girişimin; şirketin, Microsoft tarafından satın alınmasına rağmen başarısızlıkla sonuçlanması ironiktir.¹²

Telsiz, Cevap Değil!

Telsiz, iletişim kapasite problemine uygun bir çözüm değil. Birincisi, elde, ölçülebilir ve çok sınırlı miktarda radyo spektrumu var. Gerçekte, telli iletişim sistemlerimizi (kabloyu da ekleyebiliriz) genişletmek için fiziksel hiçbir sınırlama yokken, radyo veya mikrodalga spektrumuna hiçbir şey ekleyemeyiz. Radyo frekansları çok değerli hale geldi. FCC yakın zamanda cep telefonu hizmetlerini, elle tutulur boyuttaki araçlara iletilen haber ve borsa raporları gibi yeni özelliklerle geliştirmek amacıyla, bazı frekans bantlarını Personal Communications Services (PCS) için elverişli hale getirdi. FCC, PCS hizmetleri sunmayı amaçlayan şirketlere, bu frekans bantlarını kullanmak üzere lisansları açık arttırmaya sunuyor ve toplam 10 milyar dolara yakın teklif alıyor.¹³ Bu aşırı derecedeki giriş oranlarıyla, PCS hizmetlerinin yalnızca zengin tüketiciler ve iş sahipleri için olduğuna emin olabiliriz. Aslında, bu frekans bantları için teklifleri kazanan şirketlerin çoğu da finansal sıkıntı içine girdiler.

Cep telefonu, ses iletişimi için oldukça iyi; fakat insan sesinin iletiminin gerektirdiğinden daha çok dikkat gerektiren, sınırlı kapa-

¹¹ İnteraktif TV ile ilgili daha fazla bilgi için, bkz. Baran, *Inside the Information Highway*.

¹² *The Economist*, 8 Mart 1997, s.75.

¹³ *Wall Street Journal*, 1 Nisan 1996.

sitede dijital veri iletimi sunuyor. Cep telefonu, sinyali bir istasyondan diğerine aktaran temel hücreli istasyonlar prensibiyle çalışır. (Her temel istasyon, hücre olarak adlandırılan – bu nedenle “hücreli” – yaklaşık sekiz mil çapında altıgen bir alana hizmet eder.) Eğer, özellikle uzak mesafedeki biriyle cep telefonu aracılığıyla konuşursanız, sinyal bir temel istasyondan diğerine “aktarılırken”, duraklamaları ve “boşluklar”ı duyabilirsiniz. Bu boşluklar, telefon konuşmasında o kadar can sıkıcı değildir; yine de, veri iletilirken büyük problemlere yol açarlar. Bugün, veri iletimini gerçekleştirmek için cep telefonlarında bazı dijital teknikler kullanılıyor, fakat bunların kapasitesi düşük, maliyetleri ise yüksektir.¹⁴

Son olarak, kapasiteyi arttırmak amacıyla fiber optik kablo kullanmak, telsiz teknolojisine göre çok daha akıllıca olacaktır. Telsiz iletişim, mobil uygulamalar ve radyo-televizyon (uydu dahil) yayınları için çok uygundur ve öncelikle bu amaçlarla kullanılmaya devam edilecektir.

Pazar Güçleri, İyi Olan Şeyi Bozacaklar

Daha önce belirttiğim gibi internet, federal hükümetin desteğiyle, araştırma amacıyla geliştirildi ve daha önce serbest girişim piyasasında görülmemiş bir teknik başarı elde etti. İnternet, yakın zamanda özelleştirilinceye kadar, hiç kimseye takdire değer bir kâr sağlamadan, yaklaşık on yıl boyunca varlığını sürdürdü. Ağ hizmetlerini sağlayan özel bir konsorsiyum olan ANS için, kesinlikle iyi bir para kaynağı değildi. Araştırmacılar, öğrenciler ve hükümet kuruluşları için çok yararlı bir kaynak oldu. Bütün dünya-daki bilim insanları ve araştırmacılar arasında bağlantılar oluşturdu. Kullanıcıların, dünya çapında çok yaygın olan kütüphanelerden doküman bulmalarını, bilimsel ve tıbbî araştırmaların veri tabanlarına ulaşmalarını sağladı. Ayrıca, insanların bilgiyi dünya çapında paylaşımları için araç olarak, sansürün ve serbestçe konuşmanın bastırılmasının önüne geçen güçlü bir yöntem olarak büyük bir potansiyel gösterdi. Bunun güzel bir örneği, Meksika’da Chiapas

¹⁴ Telsiz iletişimle ilgili daha fazla bilgi için, bkz. Baran, *Inside the Information Highway*.

ayaklanmasına katılan insanların Meksika medyası tarafından gizli tutulan raporları açığa çıkarmak için internet'i kullanmalarıydı. Benzer iletişim teknikleri, Burma'daki devrim hareketinde de kullanıldı.

İnternet, kamu desteği ve yeni teknolojinin kombinasyonu ile başarılabilir bir model. Bugün, elektronik bir alışveriş merkezi ve indirim kataloguna dönüştürülüyor ve bu, ticarileşmenin ardından internet'in en önemli katkılarından biri olmaktan öte, bir zaman sorunu.

Benzer sorunlar telekomünikasyon altyapısında da görülebilir. ABD'nin şu anki, bütün dünyadaki telekom şirketlerinin deregülasyonu ve özelleştirilmesi hareketiyle; telekomünikasyon altyapısının ne zaman ve nerede modernleşeceğine pazar güçlerinin karar verecekleri çok açık. Uluslararası telekomünikasyon pazarlarını açacak yakın zamandaki Dünya Ticaret Örgütü anlaşması, yalnızca özelleştirmeyi ve telekomünikasyon devlerinin egemenliğini küresel ölçüde hızlandıracak.¹⁵ Telekomünikasyondaki bu özelleştirme hareketi, yollar, otoyollar, köprüler gibi ulaşım altyapısını özel teşebbüse ve sonrasında yolcular için fahiş ulaşım ücretlerine dönüştürecek gibi görünüyor. (Aslında Amerika Birleşik Devletleri'nde, yalnızca parayı ödeyen müşterilere açık olacak çok sayıda yeni otoyolun özel finansla inşa edilmesiyle, bu dönüşüm gerçekleşmeye başlıyor.)

Telekomünikasyon küresel ölçüde, özel teşebbüs tarafından kontrol edilen bir "ürün" olduğu için, dünya nüfusunun büyük bir bölümünün, yüksek hızdaki telekomünikasyonun faydalarından mahrum kalacağına dair hiç şüphe yok. Teknoloji, para getiren yere gidecek. Bill Gates ve peşindeki "hayalperestler", gamsız hümaniterler değiller. Onlar hep, daha fazla kâr görüşü olan kapitalistlerdir ve ne yazık ki bu, enformasyon otobanına rehberlik edecek görüş gibi duruyor.

¹⁵ "Telecom's Potential Shines in WTO Pact," *Los Angeles Times*, 17 Şubat 1997

ÇOCUKLARIMIZI SATIYORUZ:

Kanal Bir Ve Eğitim Politikası

Michael W. APPLE

Öğrencilerin dünyadan bihaber olduklarının ve “yurttaş ve çalışan” olarak görevlerini yerine getirmede yetersiz olduklarının söylendiği bir zamanda yaşıyoruz. İyi bir okul hem ekonomik ihtiyaçları karşılamak üzere donatılmalı hem de doğru eğitimi vermelidir. Okullar şu anda bunların ikisini de gerçekleştiremediği için köklü bir “reform”a ihtiyaçları var. En iyi işleyecek reformların da ya piyasa güdümlü olan ya da değerler, din ve “resmî” bilgi üzerine muhafazakâr emirler veren reformlar olduğu söyleniyor.¹ Bu bölümde, kâr için okulları ve öğrencileri rekabet araçlarına dönüştüren “neoliberal” piyasa güdümlü reformun en hızlı gelişen unsurlarından biri üzerinde durmak istiyorum.

Olabilecek şeyler, okulların kontrolü, ekonomik olarak desteklenmesi ve sektör/okul “işbirliği” ile ilgili son özelleştirme planları eşliğinde göründü. Spesifik bir “reform”dan bahsediyorum; Kanal Bir diye bilinen fenomenden. Bu, şu anda Amerika Birleşik Devletleri’ndeki binlerce okula yayın yapan ticarî bir televizyon haber programı. Tanımı da oldukça basit – “zoraki izleyiciler” için materyal hazırlayan ABD’li büyük yayıncılardan biri olan Whittle Communications tarafından ustalıkla hazırlanmış on dakikalık uluslararası ve ulusal haber ve iki dakikalık reklâm. 1996’da 1.3 milyar dolar kazanarak Fortune 500’de ismi listeye alınan ve Kohlberg, Kravis, Davis ve Roberts’in borç yükünden dolayı satılma aşamasındaki firmasının kontrol ettiği K-III tarafından yakın

¹ Bkz., Michael W. Apple, *Cultural Politics and Education* (New York: Teachers College Press, 1996) ve *Official Knowledge* (New York: Routledge, 1993).

bir zamanda satın alındı.² Kanal Bir'in tanımı basit olduğu halde, onunla ilgili sonuçlar biraz daha karmaşıktır. On iki dakikalık "haberler" in eğitimi değiştirmeyeceği çok açık. Sözde çoğulcu demokrasinin daha çok bilgi sahibi (daha disiplinli ve daha rekabetçi) olan yurttaş ihtiyacı nedeniyle retoriğe ağırlık verilen tartışmalara otomatik olarak dahil edilen daha aydın katılımcılar olarak ayrı ayrı yerlerini alabilen "daha iyi bilgilendirilmiş yurttaşlar" a dönüştürmeyecektir. Fakat Kanal Bir'in belirttiği – *resmî olarak desteklenen* okulun içeriğinin ticarî sponsorluğa ve organizasyona açılması – en büyük değişimdir. Bunu anlamak için Kanal Bir'i kendi ekonomik, politik ve ideolojik bağlamına oturtmamız gerekir.

Vergiler ve Televizyon

Eğitimde bir tepki dönemine girmiş bulunuyoruz. Eğitim kurumlarımız başarısızlık timsali gibi görülüyor. Okulu bırakma oranlarındaki artış, "işlevsel okur yazarlık" taki düşüş,³ standartların ve disiplinin yok olması, "gerçek bilgi" yi öğretmedeki başarısızlık, standart testlerdeki düşük notlar ve daha da fazlası – bunlar hep, okullarda ortaya çıkan sorunlar. Bütün bunların, ekonomideki verimliliğin düşmesine, uluslararası rekabetin yok olmasına, işsizliğe, yoksulluğa vb. yol açtığı söyleniyor. "Ortak kültür" e dönüş, okulların daha etkili, daha rekabetçi ve özel teşebbüse daha açık hale getirilmesi; bizim problemlerimizi bunlar çözecektir.

Daha önce de iddia ettiğim gibi, bunun arkasında, eşitlikçi normlara ve değerlere saldırı yatıyor. Retorik gelişmeler bir yana, eleştirmenlerin iddiasına göre, aslında "bizim" ekonomimizin ve kültürümüzün kötüleşmesinin ana sebeplerinden biri, kültürel ve politik anlamdaki çok fazla demokrasidir.⁴

Çok iyi bilindiği gibi, muhafazakâr restorasyon sadece Ameri-

² Alex Molnar, *Giving Kids the Business* (Boulder: Westview, 1996), s. 74.

³ İşlevsel okuryazarlığın tanımları nötr değildir ve zaman içinde değişir. Bkz., Carl Kaestle, Helen Damon – Moore, Lawrence C. Stedman, Katherine Tinsley, ve William Vance Trollinger, Jr., *Literacy in the United States* (New Haven: Yale University Press, 1991).

⁴ Bununla ilgili daha fazla bilgi için, bkz., Michael W. Apple, *Education and Power*, ikinci baskı (New York: Routledge, 1995), özellikle 6. bölüm.

ka Birleşik Devletleri'nde gerçekleşmiyor. Britanya'da, Avustralya'da ve diğer birçok ülkede de benzer eğilimler görülüyor. Sağcı hükümetlerin yaklaşık on yıllık çabasını değerlendiren, Thatcher hükümetindeki İngiliz eğitim ve bilim eski sekreteri Kenneth Baker'ın 1988'deki "eşitlik devri sona ermiştir"⁵ sözüyle tepkinin büyümesi önlenmiştir. Kenneth Baker olumsuz değil, olumlu bir biçimde konuşuyordu.

Eşitlikçi fikirlere yapılan bu tehdit, kriz içinde olmasa bile düşüş içinde olduğu açık olan eğitim sisteminde standartları ve kaliteyi yükseltme söylemiyle ifade edildiği için hiçbir zaman açığa çıkarılamaz. Bu, özellikle Kanal Bir'in kuruluşundan, Whittle'in ulusal bir özel okullar zinciri oluşturma önerisine kadar Whittle Communications'un (ve bugün K-III'ün) bütün reform paketinde görülen durumdur.

Kanal Bir'in bu muhafazakâr tepki çerçevesinde görülmesi gerekir. Onun "reform" olarak statüsü ve birçok okulda kabul edilmesi, yalnızca eğitime değil, kamu yararına da çok katkısı olan daha büyük muhafazakâr hareketin yalnızca kısmî bir düzenlemesi olarak anlaşılabilir.

Sonuçlardan biri, okulların oynayacağı sosyal rollerle ilgili ortak görüşlerimizde bir dönüşümün yaşanmasıdır. Eğitimde fırsat ve gelir eşitliği, kamusal bir hak olarak değil, vergi mecrası olarak düşünülüyor. Devlet okulları – şu anda revaçta olan muhafazakâr hedefleri karşılama aracı olarak tanımlanmadıkça – hem ekonomik hem de ideolojik olarak çok pahalıdır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde, eğitimle ilgili görüşlerin değişmesinin sonuçlarından biri de, vergi gelirlerinin büyük ölçüde azalması ve okullara verilen kamu desteğinin ortadan kalkması nedeniyle birçok eyaletin, eğitimde kesintilere gitmek zorunda kalmasıdır. Bu, birçok fakir bölgede zaten yeterli olmayan federal yardımların ve devlet yardımının, özel eğitim ihtiyacındaki çocuklar veya İngilizce dışında bir dil konuşan çocuklar gibi farklı sınıf-

⁵ Madeleine Amot, "Schooling for Social Justice," Yeni Zelanda Eğitim Araştırma Birliği 12. Ulusal Konferansı'nda sunulan, yayınlanmamış makale. Auckland, Yeni Zelanda, 1990, s. 2.

lar gerektiren programları desteklemede giderek daha yetersiz kaldığı bir durum yarattı. Bu, birçok okul için, diğer ihtiyaçları saymasak bile, devlet ve federal hükümetler tarafından dayatılan sağlık programlarına ve ırk ayrımcılığının ortadan kaldırılmasıyla ilgili programlara uymanın neredeyse imkânsız hale geldiği anlamına gelir.

Bu durum kısmen, iş dünyasındaki ve sektördeki şiddetli rekabete dayanan ekonomik koşullardan kaynaklanmaktadır. Onların, sosyal sonuçları çoğunlukla göz ardı ederek maliyetleri azaltma ve bütçeyi kısma zorunlulukları, birçok şirketin devlet okullarını finanse etmek için gerekli parayı keserek, kendilerine vergi imtiyazı uygulanması için devlete ve yerel topluluklara baskı yapmalarına yol açtı. Bu vergi muafiyetleri kesinlikle yeni bir şey değil, fakat şirketlerin kendilerini içinde buldukları rekabetçi ortamda ve devletin ve yerel toplulukların, işlerin daha ileri gideceğinden haklı olarak korktukları sermaye kaçışının hüküm sürdüğü bir çerçevede, bu tür imtiyazlar olacaktır.

Eyalet, şehir ve ilçe hükümetleri, satış veya emlak vergisinin ya da her ikisinin de kaldırılmasını ya da azaltılmasını, yeni araç-geçerlerde vergi muafiyetini, yeni işçi yetiştirilmesi ve okulların iyileştirilmesi için vergi imtiyazlarını içeren paketler ortaya koyuyor. Bazı eyaletlerde ödüller daha da ileri gidiyor. Örneğin Florida'da şirketler yakıt tüketimi için bile vergi imtiyazından yararlanıyorlar.

Bu bir hayli gündemde olan bir alan haline geldi. Örneğin son birkaç yıldır, Washington'daki öğretmenler grev yaparken, şikâyet listelerine toplu vergi imtiyazlarını da dahil ettiler. Son zamanlarda Cleveland'daki okullar, yıllık 34 milyon dolarlık bir zararla karşı karşıya kaldılar. Bu okullar, şehrin, ekonomik gelişme adı altında işyerlerine uyguladığı vergi imtiyazlarından sürekli zarar gördüklerini ifade eden bir şikâyetle mahkemeye başvurdular.

Bu tür imtiyazları ve doğrudan muafiyeti çevreleyen sorunlar, iş çevrelerinin okullara yönelttiği utanç verici eleştiriyle karşılaşırken bile daha güçlü kalıyor. Bu, iş dünyası ve sektörün, belirli okullara ve programlara oldukça yaygın olarak yaptığı bağışlarla bağlantılıdır. Bu bağışlar halkın bazı kesimleri nezdinde iş

dünyasının meşruiyetini, fakat kamuya yapılan bu gösterişte harcanan para miktarının, ödenen vergilerden çok daha az olduğu da açıktır. Çoğunlukla sonuçların hemen hepsi, Amerikan okullarındaki sınıflarda çok görünür bir durumdadır.

Her zaman fakir olan birçok okul için mali kriz öyle şiddetli ki ders kitapları parçalanana kadar kullanılıyor. Bodrum katları, küçük depolar, jimnastik salonları ve “mümkün olan” her yer eğitim için kullanılıyor. Öğretmenler, aynen danışmanlara, destek birimlerine ve okul hemşirelerine yapıldığı gibi işten atılıyorlar. Sanat ve yabancı dil programları kapatılıyor. Atletizmden, daha sosyal ve akademik içerikli olanlarına kadar program dışı aktiviteler gitgide azaltılıyor. Bazı kasaba ve şehirlerde ekonomik problemler öyle bir halde ki, okulların bütün akademik yıl boyunca açık kalması imkânsızlaşacak gibi görünüyor.⁶

East Coast bölgesindeki okullardan birinin yöneticisi durumu açıkça şöyle ortaya koydu: “Bence durum berbat.” Temel programlarda bir sürü kesinti yapıldığını iddia ederek şöyle devam etti: “Kimse önemsiyor gibi görünmüyor. Onların tek söylediği ‘Bütçeyi kısın.’” O dönemde Massachusetts Eğitim Departmanı’nda komisyon üyesi olan Harold Reynolds, Jr.’ın sözleriyle, “Biz gerçekten de felaket bir durumdayız.”⁷

Ekonomik açıdan daha avantajlı bölgelere bile yayılan bu finansal kriz ortamında, toplu bağışların, “vergi indirimi”nde kaybedilen miktara asla denk olmayacağını bilen okullar dahi zorunlu olarak, ne tür yardım olursa olsun aramaya koyulacaklar. Bu noktada Kanal Bir’le sözleşme yapmak çekici görünebilir.

Sözleşmeye göre okulların, yayınları alabilecekleri çanak anten, video, yaklaşık her sınıf için bir televizyon ekranı gibi “bedava” donanım almaları gerekiyor. Aynı zamanda okullar, öğrencilerin yüzde 90’ının, zamanın yüzde 90’ında bunları izliyor olacaklarını garanti etmeliler. On dakikalık “haber” ve iki dakikalık reklâm, sözleşmenin bir parçası olarak, üç ya da beş yıl boyunca her okul

⁶ Jonathan Kozol, *Savage Inequalities* (New York: Crown, 1991).

⁷ William Celis, “School Districts Reeling in Weekend Economy,” *New York Times*, 5 Haziran 1991, s. B10.

günü seyredilmelidir. Program bir bütün olarak gösterilmeli, yeni reklâmlar eklenmemelidir.⁸

Her zaman tartışmalı olsa da, Kanal Bir sürekli büyüyen, güçlü destekçiler listesine sahip. Teksas'ta 1000'den fazla okul Kanal Bir'e bağlanmış. Kaliforniya'daki bir okul, eyaletteki eğitim otoritelerinin, ağa entegre olmuş okullara devlet desteğini kesecekleri uyarısı karşısında, Kanal Bir'i iade edeceklerini ileri sürdüler.⁹

"Bedava" donanım ile çoğu eğitimcinin, topluluk üyesinin ve iş çevrelerinin önemli olduğuna inandıkları içeriğin kombinasyonu ("haber") karşı koymayı güçleştiriyor. Öğrencilerini "gerçek dünya" için hazırlıksız bırakan durağan ve bir hayli bürokratik eğitim sisteminin değişmesinde Kanal Bir'i çok önemli bir araç olarak çizen agresif reklâm kampanyası aracılığıyla okul yöneticileri, öğrencilerine "zoraki izleyiciler" olmaları için rıza göstermelerinin o kadar da kötü olmayacağı yolunda ikna edilebilirler. Bu stratejinin kısmî başarısı, birkaç eyaletin bunun kullanımını yasaklamasına veya sınırlandırmasına karşın, yaklaşık 10.000 ortaokul ve lisenin "haberler" in Kanal Bir versiyonunu her gün yayınlayacakları konusunda anlaşmaları gerçeğinde yatıyor.¹⁰

Ekonomik kriz; devlet okullarının ciddî bir zorluk içinde olduğu gerçeği; öğrencilerin rekabetçi olmaları amacıyla, ihtiyaç duydukları bilginin kendilerine öğretilmediği duygusu – bütün bunlar, Kanal Bir'in kabul edilir olduğuna ilişkin koşulları yaratmaktadır. Bu durum sağın, bizim eğitimle ve kamusal olan her şeyle ilgili söylemimizi köklü bir biçimde değiştirmek istediği hegemonik projesinin artan başarısıyla güçleniyor. Bu, bazı eğitimciler tarafından yalnızca donanım, "haberler" ve reklâm izleyicileri arasındaki garantili bir anlaşma olarak değil, iş dünyası ve eğitimin nasıl işbirliği yapabileceğini gösteren meşru bir reform olarak da kabul edilebilir. Gerçekten, 1990'ların başında Kanal Bir'in yetkili editörü ve *Fortune* ve *Money* dergilerinin editörü olan William Ru-

⁸ Alex Molnar, *Giving Schools the Business* (Boulder: Westview, 1996), s. 55.

⁹ Kaliforniya çelişkisi üzerine, bkz., a.g.e.

¹⁰ Larry Hoffman, "The Meanings of Channel One," Amerikan Eğitim Araştırma Birliği'nin Yıllık Toplantısı'nda sunulan yayınlanmamış makale. Chicago, Nisan 1991, s. 31. Bu rakamlar, Kanal Bir'in hızlı büyümesine bağlı olarak değişebilir.

keyser Kanal Bir'i, "iş dünyası ve eğitim arasındaki 'güçlü ortaklığın' yaşama kabiliyetini test etme aracı" olarak tanımladı.¹¹

Zoraki İzleyicinin Yaratılması

Eğer ilgimizi sadece içerdeki eğitim sorunlarına yöneltirsek, gelişen birçok şeyi kaçırmış olacağız. Yapmamız gereken analizin başında basit bir gerçek bulunmaktadır: Burada düşündüğümüz anlamda televizyon, öncelikle ticarettir.¹²

Chris Whittle, Whittle Communications'ı 1970'de kurdu. Birincil hedefi, benim zoraki izleyiciler diye adlandırdığım, doktor muayenehanesindeki hastalara benzeyen izleyiciler oldu. Kanal Bir'in kehanetinde bulunurcasına; eğer doktor, bekleme odasında başka dergi bulundurmayaacağını garanti ederse, Whittle, hastaların okuması için bedava materyal sağlayacaktı. Benzer şeyler, "zamanı olan" insanların, duvardaki materyal de dahil olmak üzere, bulunduğu her şeyi doğal olarak okuyacağı varsayımıyla, sağlıkla ilgili konuları içeren posterlerle yapıldı. Tabii ki, reklâmlar bütün bu materyallerin asıl parçasıydı.

1976 yılında Whittle'ın 3 milyon dolar geliri vardı. 1989'da, Kanal Bir'in pilot projesinin başlangıcında geliri 152 milyon dolara ulaştı. Kanal Bir'in açılmasından sonra geliri, 1991'in Haziran ayında 210 milyon dolara çıkmıştı.¹³

Whittle, Kanal Bir'in pilot programını tamamladıktan sonra, iyimser olmayı kesinlikle hak ediyordu. Bölge temsilcileri okul sistemlerini tüm ülke çapında düzenlediler. Hedef, Mart 1990'a kadar 1000, 1992'ye kadar da 8000 okuldu. Sözleşmeler 1991 yılında bu hedefi epeyce aştı.¹⁴

Kanal Bir'in hızlı yükselişi gerçekten etkileyici. İki yıllık gelişmeden sonra Mart 1990'da ulusal çapta kullanılmaya başladı. Haziran 1991'de, Washington bölgesi de dahil olmak üzere, elli eya-

¹¹ A.g.e., s. 4.

¹² Alıntı, a.g.e., s. 32.

¹³ Ann Marie Barry, "Channel One: Controversial Partnership of Business and Education," yayınlanmamış makale. Department of Communications and Theatre, Boston College, 1991.

¹⁴ A.g.e., s. 1.

letin kırk yedisinde 8700 okulu kapsıyordu. 5.4 milyon öğrenciden oluşan bir izleyici kitlesine sahipti. Bu, bütün ülkedeki 13-18 yaş arası nüfusun tam üçte biriydi.¹⁵ Bugün Amerika Birleşik Devletleri'ndeki ortaokul ve lise öğrencilerinin yüzde kırkından fazlası tarafından izleniyor ve en fakir gençlerimizin devam ettiği okulları ele geçirmeye başlıyor.¹⁶

Whittle Communications'ın ve bugün K-III'ün, finansal kriz gerçeğini fark ettikleri ve bunun bir retorik olarak nasıl kullanılabileceği açık. Kanal Bir'i, sınıflar için haber hazırlayan diğer girişimlerle karşılaştıran bir Whittle sözcüsü durumu kısaca şöyle ifade etti: Tek bir sözcük – donanım. Başka hiç kimse “kendi programlarını alsınlar ve sınıflarda kullansınlar diye okullara donanım sağlamaz. [Diğer] servisler kaliteli program sağlıyor, fakat bu tam da bir sürü benzin olmasına rağmen kullanacak araba olmaması gibi bir şey. Her ikisinin de elde edilebilir olması gerekir.”¹⁷

Fakat bu, ilk bakışta görüldüğünden daha karmaşıktır. Zoraki izleyici fikri sadece öğrencilerin reklâmcılara meta gibi satılmasıyla değil, uydu antenlerinin Kanal Bir'e bağlanmış olması ve mahkemenin başka şekilde kurala bağladığı birkaç durum dışında, diğer programları almak için kullanılamaması gerçeğiyle yeni bir anlam kazanır. Aslında, “bedava donanım” sunan pilot programdan sonra Whittle'ın temsilcileri çanak antene ve birçok televizyon ekranına sahip olunmasını değil, bunların bedava olarak bulunup kullanılmasını sağladılar.¹⁸ Eğer sözleşme sürdürülme, ekipman kaybedilebilirdi.

Ekipman “hediyesi”nin aslında görüldüğü gibi olmadığı gerçeğine rağmen, ekonomik kriz söylemini, ispatın retoriği olarak ele almak oldukça etkili oldu. Fakat bu tutarsız strateji, Kanal Bir'in ideolojik anlamda, birçok gruptan insanın korkularıyla nasıl çalıştığını tam olarak göstermez.

Kanal Bir, ekonomik hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla,

¹⁵ A.g.e.

¹⁶ Molnar. *Giving Kids the Business*, s. 72.

¹⁷ Barry, s. 4.

¹⁸ A.g.e., s. 2.

ideolojik gerilimlere olan ilgisini şu anki “eğitim krizi”nde ortaya çıkan çelişkilerle ilişkilendirmede daha çok ustalaştı. Kanal Bir’in reklâmları, okuryazarlık krizini kendi menfaatine çevirdi. Öğrenciler, demokratik topluma etkin biçimde katılmak için, çevrelerinde olup biteni yeterince bilmiyorlar. Örneğin bir reklâm, Jesse Jackson’ın beyzbol oyuncusu ve silikon çiplerin bir çeşit cips olduğunu düşünen öğrenci örneğini veriyor.¹⁹

Kanal Bir sürekli olarak, öğrencilerin dünya hakkında korkunç bir şekilde yanlış bilgilendirildikleri düşüncesinden hareket ediyor. Diğer bir promosyon malzemesinde Kanal Bir, birçok ortaokul öğrencisinin “the District of Colombia”nın bir Orta Amerika ülkesi ve Çernobil’in “Cher’in tam adı” olduğunu sandığı gerçeğiyle ortaya çıkan sorunlar için çözüm olarak görülüyor.²⁰ Aynı zamanda, hem iş dünyası hem de eğitim, “her iki tarafın da doğrudan ve hemen kâr elde edeceği” bir ortaklık oluşturuyorlar.²¹

Eğitime katkı sağlama dürtüsüyle, agresif olarak kâr aramayı birleştirme stratejisi iş çevrelerinde kaybedilmiş değil. Reklâm ajansları, “dünyanın umursamazlığı” ile ürün avantajı arasındaki bağı çabuk fark ettiler. Birçok reklâm direktörü Kanal Bir’i “medya aracı” olarak görüyor. İçlerinden biri bunu, “ulaşılması güç olan izleyiciye ulaşmak için çok ilginç bir araç” olarak tanımladı. Bir diğeri ise şöyle dedi: “Bu, [öğrencilerin] Amerikan ve dünya coğrafyasından test edilmek zorunda oldukları ve sadece, devletlerinin başkentinin neresi olduğunu veya senatörlerinin kimler olduğunu bilmedikleri değil, Kalküta’nın Ulusal Futbol Ligi’nde bir takım olduğunu sandıkları bir çağ. Eğer bu, öğretmeye ve gerçekleri ilginç ve anlamlı bir yolla elde etmeye yardımcı oluyorsa, eğitimcilerin bundan neden yararlanmayacağını anlamıyorum.” Reklamcıların Kanal Bir üzerine bu kadar olumlu düşüncelerinin asıl sebebi bir reklâmcı tarafından tam olarak şöyle ifade edildi: “Kanal Bir, mükemmel bir hedef fırsatı sunuyor.”²²

¹⁹ A.g.e., s. 9-10.

²⁰ A.g.e., s. 5.

²¹ A.g.e., s. 18.

²² A.g.e., s. 17.

Kanal Bir’de bunun *kârlı* bir strateji olduğu, otuz saniyelik bir reklâm için 1991’in ortasında yaklaşık 120.000 dolar ödenirken bugün 200.000 dolar ödenmesi gerçeğiyle kanıtlandı.²³ Daha çok okul bu programı kabul ettikçe bu oran da yükselecek. Bunu bir çerçeveye oturtursak, en yüksek oranlı *prime time* haber programının en az iki katı olan bir rakam. Kârlı bir *strateji* olduğu Whittle’ın kendi sözlerinden anlaşılıyor. “Yaptığımız her şeyin altında... hedefe dayanan, etkisi yüksek özel medya sistemleri yatıyor... Ev-eksenli medya, reklâm mesajlarını yollama aracı olarak düşüş gösteriyor. Mekân-eksenli medya ise hedefe ulaşmamıza yardım ediyor.”²⁴

Bunun altında, hâlâ yeteri kadar gücü olmayan okullara içerik ve materyal sağlanmasında haklı olunduğunun kanıtlanması yatıyor. Böylece Kanal Bir, “savunma” harcamalarının, eğitime harcananın on katından daha fazla olduğunu ve aynı zamanda, birçok eyalette ders kitaplarına harcanan paranın, öğrenci başına yıllık yirmi doları geçmediğini gösteriyor. Bir sözcünün dediği gibi, “Birinin, eğitim faturasını ödemesi gerekiyor ve reklâmlar, ödemek için en doğru yol.”²⁵

Burada olan bitene dikkat etmek gerekir. Sermayenin, ödediği vergileri azaltmak için mücadele vermesiyle ve okullara yapılan kararlaştırılmış politik, ekonomik ve ideolojik saldırılarda yer almasıyla birlikte Kanal Bir ve destekçileri, iş dünyasının, Amerikan öğrencileri için geliştirilmiş yurttaşlık eğitime reklâm ödemeleri yoluyla ödeme yapacağına işaret ederek kendi reform paketlerini satabiliyorlar. Burada göze çarpan çelişkiler var.

Bu süreçte sadece okullar, arz ve talep “yasaları”yla ve sermaye birikimi “etiği”yle yönetilen piyasaya dahil olmuyor, öğrenciler de meta haline geliyorlar. Onlar da, “pazarlama fırsatı hedefleri” olarak, büyük şirketler tarafından alınıp satılıyorlar. Diğer yandan okullar, ekonomik açıdan güçlü grupların yoğun baskısına maruz kalmışlardır. Ders programı açısından da, ders kitabı yayıncıları okulları ve öğrencilerini her zaman, kâr elde etme aracı olarak

²³ Molnar, *Giving Kids the Business*, s. 66.

²⁴ Barry, “Channel One,” s. 25.

²⁵ A.g.e., s. 23.

gördüler.²⁶ Fakat eğitim sisteminin “insan sermayesinin üretimi”nde veya sınıfta kullanmak üzere ders kitabı ve materyal alımında daha iyi iş yapmasını istemekle, öğrencileri potansiyel tüketiciler olarak satmak arasında oldukça niteliksel bir fark var.

Okulların İçinde Neler Oluyor?

Kanal Bir’de ve genel olarak medyada haber sayılan şeyler zaten çok önemli bir sorunken, (bu seçimlerin muhafazakâr doğası başka bir yerde detaylı olarak tartışıldı)²⁷ Kanal Bir’in *amacının* tabii ki birileri – öğrenciler – olduğunu hatırlamamız gerekiyor. Öğrenciler, ne bir bütün olarak Kanal Bir’in ne de onun önemli olayları ortaya çıkarması ve onları “kabul edilir” şekilde yorumlaması karşısında pasif kalıyorlar.

Haberler, birçok durumda önemsizdi. Öğrenciler ve öğretmenler Kanal Bir’i farklı amaçlarla *kullandılar*. Benim kendi araştırmamda öğretmenler genellikle öğrencilerin Kanal Bir’i nasıl kullandıklarını tarif ederken, aynı zamanda onun kendileri için yararlarına da işaret ettiler.²⁸ Teksaslı bir öğretmenin dediği gibi; “Onunla ilgili en iyi şey, video. Çocuklar ve ben çoğunlukla haberleri önemsemiyoruz, fakat videoyu diğer birçok alanda kullanabiliriz.” Okulların Kanal Bir’i, genellikle kendilerinin alamadıkları şeyleri elde etmek amacıyla *kullandıkları* düşüncesi, aşağıdaki stratejik hareketleri ortaya koyuyor ve bu da oldukça önemli. Bu aynı öğretmen sözlerine şöyle devam ediyor: “Çocukları çeken şey, reklâmlardı. Yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerim hangi reklâmların yayınlanacağını tahmin etmeye çalışıyor ve reklâm müziklerine eşlik ediyorlardı.”

Burada anlamamız gereken, okul hayatının sıradanlığıyla karşılaştırıldığında, öğrencilerin sınıfta bu reklâmlardan nasıl keyif aldıkları. Çok postmodern olmadan, burada işleyen şey, zevkin karmaşık politikası. Reklâmlar, “oyun” ve ortak zevk için fırsat sağlı-

²⁶ Bkz., Apple, *Official Knowledge and Teachers and Texts: A Political Economy of Class and Gender in Education* (New York: Routledge, 1988).

²⁷ Apple, *Official Knowledge*.

²⁸ Bkz., a.g.e., s. 93-117.

yor. Bakhtin'in, otoriteyi yıkmak amacıyla karnavalın nasıl kullanıldığını gösterdiği tartışmasından farksız bir şekilde, bazen bu reklâmlar öğrenciler tarafından taklit bile ediliyor.²⁹

Çok fazla romantizm havasına kapılmayalım. Bu olası yıkımın tamamen çelişkili olması çok doğal. Öğrenciler reklâmlara *ilgi gösteriyorlar*. Reklâmlarla eğlendikleri için, öğrenciler hâlâ tüketici olarak adlandırılıyor ve alıcı olarak görülüyorlar. Postmodern teori bizden, olası özgürleşme hareketi aracı olarak tüketim politikalarına özel ilgi göstermemizi isterken, öğrencilerin bu tür yıkımları hiçbir kolektif yolla başaramayacaklarını akılda bulundurmamız gerekiyor.

Bu durumda, okullarda Kanal Bir'le neler yapılabileceğiyle ilgili ütöpik davranmaya karşı çok dikkatli olmalıyız. Program, sınıflarda öğrenciler ve öğretmenler tarafından izleniyor ve okullarda, günlük programın ve baskıların öğrenciler ve öğretmenler üzerinde ne kadar güçlü olduğunu belgeleyen hiçbir araştırma yok. Öğretmenlerin zamanının ve emeğinin ekonomi politiğinin yanı sıra sınıf hayatının yapısı da, hem öğretmenin hem de öğrencilerin, Kanal Bir'in eleştirel anlamda daha organize olmuş bir haber politikasına veya reklâmların karnavallaştırılmasına götürecek *disiplinli* yapıbozuculuğunda yer almalarını zorlaştırabilir.

Gerçekten, özellikle öğretmenler için, işleri *yoğunlaştırıldığı*nda bu daha da zor olabilir.³⁰ Öğretmenlerin işi giderek daha çok zaman kaybına dönüşüyor. Ders programından hemen hiçbir şey çıkarılmıyor. Bunun yerine, sürekli yeni konular ekleniyor. Sınavların artmasıyla, öğretmenlerin sorumlu olduğu kağıt okuma işi de bunaltıcı hale geliyor. Çok sayıda öğretmenin, zaten kısıtlı olan zamanını, öğrencileriyle haberlerin yapıbozuculuğu üzerine veya reklâmlarla "oynamak" üzere harcayabileceğini varsaymak, neredeyse romantik olmak anlamına gelir.

Sonuç olarak, öğretmenlerin işi giderek yoğunlaştıkça, kendileri istese bile Kanal Bir'e karşı koymaları için hiç zamanları olma-

²⁹ Peter Stallybrass ve Allon White, *The Politics and Poetics of Transgression* (Ithaca: Cornell University Press, 1986).

³⁰ Apple, *Teachers and Texts and Official Knowledge*.

yacaktır. Önemli bir an olmasına rağmen, bunun yalnızca sınıf içindeki zaman baskısıyla ilgisi yoktur. Bizim ayrıca, sınıf dışındaki zamansızlıkla da ilgilenmemiz gerekir. *Teachers and Texts*' de³¹ öne sürdüğüm gibi, birçok öğretmenin, kendi alanını takip etmek için bile çok az zamanı var. Birçoğu, derslerinde *daha fazlasını* yapmaları ve öğretmeleri için kendilerine yoğun baskı uygulanınca dışarıdaki "uzmanlar"a, önceden hazırlanmış ders materyallerine ve standart testlere güvenmek zorunda kalıyor.

Bu baskı ortamı evdeki zamanı da etkiliyor. Daha önce ortaya konduğu üzere,³² öğretmenlerin yapmak zorunda olduğu kağıt üzerindeki işlerin miktarı öyle noktalara ulaştı ki çoğu öğretmenin sabah erkenden okula gelip, dersten sonra da geç saatlere kadar okulda kalması ve günlük kayıtları tutmak, not vermek vb. için akşamları da iki saat kadar evde çalışması gerekiyor. Bu durum, şu anki ölçme-değerlendirme sistemiyle öyle kötü bir hale geliyor ki yöneticilerin, yasa koyanların ve ekonomik açıdan güçlü grupların, sınıflarda yapılan her şeyin ölçülmesi gerektiğini üstü kapalı bir şekilde söyledikleri düşünülebilir.³³

Hem öğrenciler hem de öğretmenler için yapılacak çok şeyin ve bunları yapmak için az zamanın olduğu böylesi güç bir durumda, öğretmenlerin Kanal Bir'in "haber" diye sunduklarını tartışmak ve/veya yeniden yapılandırmak için zamanları ve kaynakları olacağını varsaymak hiç gerçekçi olmaz. Kimin "haber"i, hangi normlara veya değerlere uyuyor, toplumun hangi bakış açısına dayanıyor? Bütün bunlar, dikkate alınması gereken sorular. Bu durumda reklâmlar, politik açıdan daha ilginç bir tartışmanın teorik olarak mümkün olduğunu ileri sürerken bile "kurtarma" rolünü oynuyor.

³¹ Apple, *Teachers and Texts*, 2. Bölüm.

³² Andrew Gitlin, "School Structure and Teachers' Work," Apple ve Weis (haz.) içinde, *Ideology and Practice in Schooling* (Philadelphia: Temple University Press, 1993), s. 193-212.

³³ Birçok açıdan, öğrencilerin reklâmlardan toplu olarak aldıkları keyif, makinistlerin, üretim kotalarını tamamladıktan sonra, artan metal parçalarından "homer" adı verilen formel olmayan sanat eserleri üretmelerine benzer. Bu sanat eserleri çoğu zaman estetik açıdan ve kişisel olarak ilginçtir, fakat yönetimin emek sürecinin içeriğini ve sürecini kontrol etmesini engellemez. Daha fazla bilgi için, bkz., Apple, *Education and Power*.

Bununla beraber, ne öğrencilerin ne de öğretmenlerin pasif kalmayacağını bilmemiz gerekir. Onlar sadece, “gönderilmiş mesaj”ı içselleştirmekle kalmayacaklar. Öğrencilerin haberlere ilgi duymaması, çoğu öğrencinin Kanal Bir’i oldukça eleştirel değerlendirebileceği gerçeği, reklâmların bazı öğrenciler tarafından parodileştirilmesi – bunlar bizi, Kanal Bir’in farklı etkileri olabileceği konusunda duyarlılaştırmalı. Bütün bunlar öğretmenlerin eleştirel ve katılımcı olmaları için imkânlar sunar; fakat öğrencilerin nasıl tüketici olarak görüldükleri ve meta gibi satıldıkları, kimin bakış açısının *sunulduğu* gibi konularda duyarlı ve nahif olmak aynı şeyler değildir. Olan bitenle, mümkün olduğunca dü-rüstçe yüzleşmemiz gerekir.

Kanal Bir’i sınıf içinden çıkaracak başka yollar da var ve öğrenciler de bunun farkına vardılar. Kanal Bir’le mücadele amacıyla kurulan en ilginç gruplardan biri, okullardaki ticarîleşmeyle savaşmak için 1993’te gençler tarafından kurulmuş bir organizasyon olan UNPLUG’dır.³⁴ UNPLUG, Kanal Bir’in okullara girmesini önleyen, okullardan uzaklaştırılmasını sağlayan ve onu, eğitimin ticarîleştirilmesine karşı harekete geçirici bir araç olarak kullanılan temel bir harekettir. Organizasyonun gençler tarafından yürütülüyor olması, gençlerin ve destekçilerinin eğitimdeki hegemonya karşısı hareketin önemli unsurları olabileceklerini gösterir.

Sonuç

Kanal Bir, yukarıdan ve aşağıdan yapılan ekonomik, ideolojik ve kültürel baskıların, muhafazakâr olmayan ve neoliberal hareketlerin eğitimi yönlendirme eğiliminde olduğu bir duruma sebep olduğunun göstergesidir. Yeni oluşmaya başlayan bir sistem gibi görülmemesi gerekir. Eğitim politikası ve uygulaması eskiden de bugün de, uzlaşma şartlarını kendi alanlarına kaydırmaya çalışan egemen gruplarla uzlaşmanın bir sonucu olmuştur.³⁵ Kanal Bir ör-

³⁴ Molnar, *Giving Kids the Business*, s. 72.

³⁵ Daha fazla bilgi için, bkz., Apple, *Cultural Politics and Education* ve *Education and*

neği, çökmüş bir ekonominin, kriz söyleminin ve somut okul ihtiyaçlarının, nasıl öğrencilerin zoraki izleyicilere dönüştürüldüğü bir atmosfer yarattığını gösterir. İş dünyası/okul ortaklığı da, okullar donanım kazanırken ve öğrenciler “bilgilendirilmiş yurttaşlar” haline gelirken, iş dünyasının kâr ve meşruiyet elde ettiği bir ortamda şekillenir.

Fakat şu, çok önemli bir noktadır: Kanal Bir fenomeni, sınıflarda öğrencilerin ve öğretmenlerin yaşadıklarının ötesinde, iyi bir şeye de işaret eder. Bu, bizim kamusal ve özel sektör ve okulların kendisiyle ilgili düşüncelerimizin sosyal açıdan dönüştüğü bir paradigmadır.

Kanal Bir, eğitimin “endüstrileşmesi”nin ilerlediği sosyal hedefler veya program ve öğretim seviyesinde değildir. Başka eğitimlerin kesişme noktasındadır. Sağ, bizim okulla ilgili düşüncemizi, yönetimde interaktif yurttaşlık nosyonunu içeren güçlü politik fikri, demokrasinin şekillendiği ortak nokta fikrinden uzaklaştırma eğilimine girdi. Bunun yerine, rekabete dayanan pazar fikri, (ne kadar zayıf olursa olsun) demokratik politik bir varlık olan yurttaşların yerini alıyor. Eğitim (ve öğrenciler) “perakende ürünü” haline geliyor. Demokrasideki özgürlük, artık kamu yararının inşasına katılma olarak değil eğitim sisteminin pazar mekanizmalarıyla bütünlenmesinin zorunlu olduğu, hiçbir sınırı olmayan ticarî pazarda yaşama olarak tanımlanıyor.³⁶

Başka bir yerde, tüketime dayanan önerilerin, kefil ve tercih planı gibi var olan zayıflıklarını tartıştım.³⁷ Önemli olan nokta, devam eden ideolojik yeniden yapılanmayı görmek; okulu, alınıp satılan bir ürüne dönüştürme sürecinde (veya öğrencilerin “zoraki izleyici” olduğu Kanal Bir durumunda) bizim, kurumlarımıza katılmanın anlamıyla ilgili tanımlarımızı köklü bir biçimde değiştirdiğimizi anlamaktır.

Katılım, bütün önemli kamusal sosyal etkileşimin ticarîleşmesine indirgendi. Tek hakkı ve görevi pazar tarafından belirlenen

³⁶ A.g.e.

³⁷ A.g.e.

bağımsız birey üstün hale geliyor. Analizlerimizde çok fazla iktisatçı gibi davranmak istemiyoruz fakat ekonomimizin ideolojik etkisi gözden kaçırılacak gibi değil. Belki de bunun en güçlü örneği ve sembolü Kanal Bir'dir.³⁸

Sağ için bu, yurttaşları kamusal olanın kötü, özel olanınsa iyi olduğuna ikna etmek anlamına gelir. Hugh Stetton iddiaların yönünü şöyle belirlemiştir:

Ortak hile şudur: İnsanlar bireysel harcamalarında *yalnızca ödedikleri fiyatlardan* bahsederler. Kendilerine bir araba ve üzerinde sürececek bir kamu yolu satın aldıklarında, arabayı kâr olarak, yolu ise vergi veya maliyet olarak gösterirler. Kamu sektörünün bürokratik işlem ve vergi talebinden başka sunduğu bir şey yokken, özel sektörün yiyecek, giysi, ev, araba, tatil ve bütün iyi şeyleri veren üretici bir sektör olduğunu söylerler.³⁹

Amerikan halkının çoğunluğunun inançları bu tür muhafazakâr ideolojik eğilimlerden tam olarak etkilenmemiş olsa bile, yeniden tanımlama süreçlerinin, muhafazakâr restorasyonda yer alan stratejilerin bir parçası olduğu açıktır. Son zamanlarda yapılan anketler, sağın temsil ettiği bazı mevkilerin toplumdaki bazı gruplar tarafından kabul edilmesi yönünde bir hareket olduğunu gösterdi.

İdeolojinin ötesinde, Kanal Bir'in hızla büyümesi, ders programının ve sınıflarımızdaki öğretimin – ve çocuklarımızın kendilerinin – iç dinamiklerinin şu anda çok büyük dönüşümlere maruz kaldığını gösteriyor. Bütün “yurttaşlar” gibi öğrenciler de artık tüketici olarak bilinecekler. Daha ileri gidersek, çocuklarımız bundan böyle alınıp satılacak ve ayrıca tüketilecekler. Günlük hayatta iyi haber, kötü haber ve ortada olan haber vardır. Kanal Bir, kötü bir haberdir.

³⁸ Sermayenin Kanal Bir'e destek verirken ortak hareket etmediğini göz önünde bulundurmamak önemlidir ve bu, iyimser olmamız için bize sebep sunabilir. Hem rekabetin artmasından duyulan korkudan hem de öğrencilere olabilecek şeylerden duyulan hoşnutsuzluktan dolayı iş çevrelerinde bu öneriyle ilgili olarak ayrılık vardır. McDonald's'ın Amerika Birleşik Devletleri'ndeki başkanı Kanal Bir benzer programlara karşı oluşuyla ilgili konuşurken şöyle sormuştur: “Sınıfların şirketlerimiz için mücadele alanı olmasını mı istiyoruz?.. Yapılacak en doğru şey, eğitim için rekabet amacı gütmekten, okullara görsel – işitsel ekipman sağlamaktır.” Bkz., Barry, “Channel One,” s. 16.

³⁹ David Horne'dan alıntı. *The Public Culture* (Dover, NH: Pluto Press, 1986).

İŞ HAYATI, YENİ TEKNOLOJİ VE KAPİTALİZM

Peter MEIKSINS

Günümüzde bilgisayarların ve elektronik iletişim araçlarının gelişmesi, işyerlerinin de değişmesine yol açtı. Artık her ofis çalışanının masasında, yerel bölge ağları (LAN-local area networks, LANs), elektronik posta ve kompleks enformasyon sistemleri aracılığıyla onları birbirine bağlayan bilgisayarlar bulunuyor. İş için seyahat etmesi gereken çalışanlar giderek daha çok, laptop, tablet pc (hand-held computers), çağrı cihazı ve cep telefonundan oluşan elektronik teçhizatla donanıyorlar. Programlanabilir makinalar, bilgisayar yardımıyla tasarım, bilgisayar destekli envanter sistemleri ve diğer yenilikler sektörel süreçleri yeniden şekillendiriyor. Tartışılır olsa da, elektronik yardımıyla evden çalışmanın ortaya çıkışıyla birlikte, sanayileşmiş toplumların özelliği olan işyeri ve evin ayrılığı olgusu da giderek zayıflıyor.

Bu yeniliklere tepki, yeniliklerin kapitalist düzenin köklü dönüşümünü gösterdiğine inananlar ve bunların öncekilerin hemen hemen aynısı olduğuna inananlar arasında ikiye bölündü. Bazıları yeni teknolojiyle ilgili iyimser bir görüşe sahipler. Teknolojinin, işçileri bilgilendirerek güçlendireceğini vurguluyorlar ve kompleks teknolojilerin daha iyi eğitilmiş, daha bağımsız işçiler gerektireceğini iddia ediyorlar.¹ Alvin Toffler gibi fütüristler, Toffler'in "elektronik kulübe"² adını verdiği evden çalışmanın; bürokratik, merkezî işyerlerinin yerini alacağını tahmin ediyorlar. Bazı ilerici-

¹ Shoshana Zuboff, *In the Age of the Smart Machine* (New York: Basic Books, 1998); Larry Hirschhorn, *Beyond Mechanization* (Cambridge, MA: MIT Press, 1984).

² Alvin Toffler, *The Third Wave* (New York: Morrow, 1980).

ler, yeni teknolojilerin, bağımsız üreticilerden oluşan gevşek bir ağı desteklediği ve özerk, başarılı işçilerden oluşan bir işyeri yarattığı “esnek uzmanlaşma” çağına girdiğimizi iddia ederek, dönüştürülmüş kapitalizm görüşlerini paylaşıyorlar.³

Bununla beraber çoğu ilerici, yeni teknolojinin kapitalist karakterini ve bunun, kapitalist üretim ilişkilerinin katı sonuçlarını arttırma ve derinleştirme eğilimini vurgulayarak, bununla ilgili daha karamsar bir görüşü savunuyorlar. Bu ilericiler, işverenin (uzak mesafede bile olsalar) işçiler üzerindeki kontrolü arttırmak ve uzman işçilerin yargısıyla ve karar verme yetkisiyle yer değiştirebilecek otomatik sistemler yaratmak için bilgisayar teknolojisini kullandığına işaret ediyorlar.⁴ Evden çalışmanın, bilgisayar çağında yeniden ortaya çıkmaya başlaması bu eleştirmenlere merkezî olmayan, özerk işin ortaya çıktığını değil, bazı koşullara dayanan ve güvenli olmayan istihdamın büyüdüğünü, üretimin ucuzladığını ve çalışmanın yoğunlaştığını gösteriyor.⁵ Ayrıca, kadın işçilerin (karşılığı ödenmeyen) çocuk bakımının ve ev içi emeğin yegâne üreticileri olarak görülen statülerini yeniden üreten düşük ücretli ve güvensiz işlerde çalışmaya mecbur bırakılmaları nedeniyle, cinsiyet ayrımcılığının geleneksel biçimlerini kapitalizm altında yeniden üretiyor ve güçlendiriyor.⁶

Böyle iki kutuplu tartışmalarda genellikle olduğu üzere, gerçeğin arada bir yerde olduğu iddiasını savunmak mümkündür. Aşağıda açığa kavuşacağı gibi, her biri kısmî bir gerçekliğe dayandığı için, yeni teknolojilerle ilgili bu iki görüş de doğrudur. Bununla beraber, her iki görüşün de “çok uç”ta olduğunu söylemek yetersiz olur. Yine, iki kutuplu tartışmalarda çok sık görüldüğü üzere, gerçek başka bir yerdedir. Bilgisayarların ve elektronik iletişimin işi çoğaltacağı mı yoksa azaltacağı mı sorusuna odaklanırsak, bu

³ Michael Piore and Charles Sabel, *The Second Industrial Drive* (New York: Basic Books, 1984).

⁴ Barbara Garson, *The Electronic Sweatshop* (New York: Simon & Schuster, 1988).

⁵ Eileen Boris, *Home to Work* (New York: Cambridge University Press, 1994), özellikle 10. Bölüm.

⁶ Annie Phizacklea ve Carol Wolkowitz, *Homeworking Women* (London: Sage Publications, 1995).

yeni teknolojilerle ilgili asıl noktayı kaçırmış oluruz. Bana göre, çağdaş teknolojik değişimden çıkarılacak gerçek ders, bunun, kapitalizmin muhafazakâr yapısını, ilerleyen sosyal değişime engel olma eğilimini ortaya çıkarmasıdır. Marksist ifadeyle, hem üretim güçleri ve ilişkileri arasındaki çelişkiyi hem de kapitalizm içinde, kapitalizmi aşmadan fark edilemeyecek yeni sosyal düzenin önceden canlandırılmasını ortaya koyar.

Yeni Teknoloji ve Firma Ağları

Farklı üreticilerin etkinliklerini koordine edip ürünlerinin tüketiciye ulaşmasının etkili yollarını bulmak, ekonomik organizasyonun sabit problemlerinden biridir. Bu problem, ekonomi büyüdükçe ve karmaşıklaştıkça daha güç bir hale gelir. Gelişmiş kapitalist toplumlarda bununla, engellenemeyen büyümeleri yirminci yüzyılın ekonomi tarihini belirleyen büyük, merkezî ekonomik birimler – anonim şirketler – ilgilenir. Rekabeti yok etme veya kontrol etme, güvenilir hammadde kaynaklarını güvence altına alma, pazar payını arttırma, tek ürün zincirine güveni azaltma veya ürünleri ve hizmetleri için ‘outlet’ mağazalar temin etme yollarını arama gibi nedenlerle kapitalist teşebbüsler oligopoliler, hatta tekeller yaratarak, dikey biçimde entegre olarak veya ilgili olmayan teşebbüslerin tümünü satın alarak merhametsizce büyüdüler. Bütün şirketler politik, çevresel ve toplumsal sonuçları uzun süredir radikal eleştirinin nesnesi olan büyük ekonomik güç merkezleri yaratıp üreticileri ve tüketicileri koordine ederek, pazarın görünmeyen eli yerine, organizasyonun “görünür eli”ni koyuyorlar.⁷ Diğer şeylerin yanı sıra bu ekonomik devler, insanların hem iş hem de iş dışı yaşamlarını kontrol etme kaynağı olarak ve bireysel özgürlüğü, spontanlığı, yaratıcılığı ve seçme özgürlüğünü yok etme eğiliminde olan homojenleştirici güç olarak eleştiriliyorlar.

Paralel birtakım problemler “reel sosyalizm” ülkelerini de etkiledi. Bu toplumlar küçük burjuva teşebbüsünü yok etme ve eko-

⁷ Alfred Chandler, *The Visible Hand* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1980).

nomik büyümenin hızını arttırma çabasıyla, çok sayıda ekonomik ve politik birim oluşturdular. Bürokratik yönetim yapıları ve kompleks ekonomi plânlaması, bu dev organizasyonların içindeki ve arasındaki ekonomik etkinliğin koordinasyonu için merkezî mekanizmalar haline geldi. Eski Sovyet blokunun ebedi eleştirilerinden biri, sosyal gelişmenin özellikle bu yönü üzerinde odaklandı; onun sosyal görüntüsüne hakim olan dev teşebbüsler ve devlet bürokrasileri genellikle özgürlüğe ve yaratıcılığa düşman olarak görüldüler ve çoğunlukla, Batı'nın iddia edilen farklılık ve bireysel özgürlük özelliğiyle karşılaştırıldılar. İkincisi açıkça mite dayanırken, bu, Sovyetler Birliği'nin ve müttefiklerinin kapalı, bürokratik ve fazla merkezî olduğu gerçeğini hiçbir şekilde değiştirmez.

Dev teşebbüsün kapitalist ve sosyalist versiyonları, ekonomik etkinliğin merkezî kontrolünün arzu edilir ve gerekli olduğu, aksi takdirde egoist bireylerin ve/veya teşebbüslerin, kendi etkinliklerini yukarıdan empoze edilen hedefler doğrultusunda koordine edecekleri ve bu hedefleri gerçekleştirmek için tahmin edilir bir yol izleyecekleri varsayımına dayanmışlardır. Fakat bu varsayım ekonomik hayatın gerçekleriyle kısmen de olsa çelişmiştir. Kapitalist teşebbüsler içinde en üst düzeydeki yöneticiler, basit bürokratik prosedürler uygulayarak kompleks hiyerarşileri koordine etmenin imkânsız olduğunu öğrendiler; bunun yerine, şirketteki hiyerarşinin farklı düzeylerindeki yöneticilere biraz özerklik sağlayan, bir ticaret tarihçisinin deyimiyle “desentralize olmuş sentralizasyon”u denemeye zorlandılar.⁸ Benzer şekilde eski Sovyet bloğu ülkeleri, oldukça merkezî planlı ekonominin problemlerine çözüm aradıkları için, piyasa mekanizmalarının farklı biçimlerini denemeye yönlendirildiler.

Yeni teknolojilerin potansiyel sonuçlarından biri, yukarıda sözü edilen ekonomik etkinliğin merkezî konumu yerine, ekonomik etkinliği organize etmenin alternatif yollarına dönük teknolojik bir temel yaratmalarıdır. Uzak mesafelerle hızlı iletişimi kolaylaştırarak bu teknolojiler, geniş bir alana yayılmış olan teşebbüslerin, etkin

⁸ A.g.e.

liklerini koordine etme imkânı yaratmıştır. Söz konusu teknolojilerin, bireylere ve/veya teşebbüslere, piyasalar ve teknolojik ağ içerisindeki başka aktörlerin hareketleri ve diğer ilgili konular hakkında sofistike, aktüel bilgi de sağlayabilmesi nedeniyle bu bireylerin ve/veya teşebbüslerin bundan böyle, önceden oluşturulmuş katı, kuralcı plan ve prosedürlerle sınırlanmalarına gerek kalmamıştır. Bunun yerine, kendilerinden bekleneni anlayarak, teknolojik bağlantı yoluyla kendilerine sunulan bilgiye özerk ve yaratıcı bir biçimde tepki gösterebilirler.

Kendi potansiyelleriyle çelişen kapitalist yollarla da olsa, bu imkânların keşfedildiğine dair kanıtlar vardır. Örneğin, kapitalist teşebbüslerin daha fazla dışa açılarak yeniden yapılanması, bir zamanlar ev içinde yürütülen etkinliklerin dışa açılmasını desteklemiştir. Şirketler bugün ağlara, danışmanlara, iş hizmeti sağlayıcılarına ve hizmet sağlayıcılarına daha çok güveniyorlar; dikey entegrasyon artık kendi içinde, ekonomik etkinliğin koordinasyonu için en iyi seçenek olarak görülüyor. Şirketlerin, bu yönde ilerlerken, üzerlerindeki doğrudan ve bürokratik kontrolü kaybettikleri, sayıları çoğalan ve fiziksel olarak uzakta bulunan hizmet sağlayıcılarının etkinliklerini koordine etmeyi öğrenmeleri gerekiyordu. Bu problem yalnızca teknolojiyle ilgili değilken; yeni teknolojilerin, çok az zaman gerektiren kompleks “tam zamanında” süreçlerin gelişmelerini sağladıkları için, bu problemlerin çözümünde çok önemli oldukları açıktır. Ayrıca bunlar, ortak çalışan teşebbüsler arasındaki hızlı ve etkili iletişimi kolaylaştırırlar ve işin dışarıda gerçekleşmesini ve yine de desteklediği merkezî etkinlikle bağlantılı olmasını sağlarlar. Bu tür gelişmeler, ağ (network) firmalarının – örneğin; dev, bürokratik şirketlerin yerini alan, ortak teşebbüslerin serbest şirketlerinin – ortaya çıkışıyla ilgili spekülasyonu destekledi.⁹

Bu gelişmelere dayanan gerçek ortak ilişkilerin var olduğuna dair küçük kanıtlar da vardır. Örneğin, Annalee Saxenian, Silikon

⁹ Water Powell, “Neither Market nor Hierarchy: Network Firms Organization,” Barry M. Staw ve Larry L. Cummings (haz.) içinde, *Research in Organizational Behavior*, (Greenwich, CT: 1990), s. 295-336.

Vadisi'ndeki geleneksel şirket sınırlarının, şirketler ve bunların hizmet sağlayıcıları arasında ortak ilişkilerin kurulmasına ve birbirleriyle rekabet eden şirketlerin iletişimi ve bilgiyi paylaşmalarına yol açarak, yıkıldığını iddia ediyor.¹⁰ Aynı şekilde bazı gözlemciler, Japonya'daki şirketler ve hizmet sağlayıcıları arasındaki ilişkilerin, önemli ölçüde ortaklık, anlaşma, risk paylaşımı ve elektronik aracılığıyla bilgi değişimi içerdiğini ileri sürüyorlar.¹¹ Fakat, bu tür ortaklık örneklerine işaret edilebilecekken, ağlar, sanayi bölgeleri ve firmalar arası ortaklıkla ilgili kanıtların çoğu çok farklı bir gerçekliği ortaya koyuyor. Bennett Harrison'un son sentezi, *Lean and Mean*, firmalar arası ortaklığın çoğu örneğinin, gözlem üzerine ve yanılsamalı hale geldiğini veya en azından, firmalar arası ezme-ezilme ilişkileri içermeye başladığını iddia ediyor. Ortak firma ağlarının en çok geliştiği önemli görülen sanayi bölgeleri, egemen firmaların ortaya çıkmasına ve dışarıdan gelen dev anonim şirketlerinin işgaline maruz kalıyorlar. Japonya örneğinde olduğu gibi, hizmet sağlayıcıları ve onların müşterileri arasındaki ilişkiler çok nadir olarak karşılıklı geliyor; bunun yerine hizmet sağlayıcıları, destekledikleri büyük şirketlere tâbi olma eğilimindedir. Bütün olarak ele alındığında, Harrison, günümüz ekonomisinin desentralizasyonla belirlendiğini, fakat ekonomik gücün daha da yoğunlaşmış olduğunu öne sürüyor.¹² Ekonomik organizasyonun kapitalist karakteri, ekonomik gücün birkaç elde toplanmasını ve kontrolün merkezden sağlanmasını destekleyerek, gerçek ortaklık ve karşılıklı ilişkilerin aleyhine hareket ediyor.

Benzer durum belki, acentecilik konusunda da gözlemlenebilir. Acentecilik birçok açıdan, merkezî kontrol ve plânlamayı, bireysel teşebbüs özerkliğiyle birleştirme problemine çözüm önerir. Merkezî acentecilik kurumu, bugün yeni teknolojiler sayesinde olduk-

¹⁰ Annalee Saxenian, *Regional Advantage* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994).

¹¹ Bkz., örneğin, Ronald Dore, *Flexible Rigidities: Industrial Policy and Structural Adjustment in Japanese Economy, 1970 - 1980* (London: Athlone Press, 1986).

¹² Bennett Harrison, *Lean and Mean: The Changing Landscape of Corporate Paradox: Power and Control in the Business Franchise* (London: Routledge, 1995).

ça hızlı iletilebilen ve işletilebilen bilgiyi ve yorumu bireysel acentelerden alan koordinatör olarak hizmet verebilir. Bununla birlikte bireysel acenteler, merkezî otoriteyle ve diğer acentelerle elektronik aracılığıyla diyaloga girerek ve her iki kaynaktan alınan eleştiriye ve bilgiye yaratıcı bir biçimde yanıt vererek özerk kalabilirler. Böylece, hem kapitalist hem de sosyalist ülkelerdeki geleneksel teşebbüslerin özelliği olan bürokratik kontrolün yerini, merkezî olarak koordine edilen, zor kullanmayan ağ alabilir. Fakat, neredeyse bütün analizler gösteriyor ki acentecilik, özerkliği ve merkezî otoriteyi hiç değilse nadiren destekliyor. Acente düzenlemeleri içerisinde asıl vurgu hep, riskin merkezî olmaktan çıkarılması, kontrolün ise merkezîleştirilmesi üzerine olmuştur. Hem yasal düzenlemeler hem de yeni teknolojiler, yerel özerkliği yok etmek ve merkezden gelen kontrolü arttırmak için kullanılır.¹³ Acenteler, olabileceklerinin tam zıddı olmuşlardır ve bu şekilde spekülasyonda bulunmak oldukça anlamsızdır.

Bilgi Veren Teknoloji?

Yeni enformasyon ve bilgi teknolojisi ile kapitalist üretim ilişkileri arasındaki çelişkinin ikinci örneği, kapitalist teşebbüsler içerisinde enformasyon sistemlerinin kullanımında görülebilir. Yeni teknolojilerin çoğu, sofistike bilginin organizasyonlar aracılığıyla bireylere iletilmesini mümkün kılar ve bu bilgi, her seviyede daha iyi karar vermek için temel oluşturabilir. Bir gözlemcinin öne sürdüğü gibi, yeni teknolojiler, insanın karar verebilme hakkını ekonomik etkinliğin merkezine koyarak, otomasyon amacıyla değil, “enformasyon” amacıyla kullanılabilir.¹⁴ Yine de gerçek olan, yeni teknolojileri otoritenin daha da merkezîleştirilmesi amacıyla kullanma yaklaşımına ve girişimine, anonim şirketlerin kararlılıkla direndikleridir.

Daha önce öne sürüldüğü gibi, sofistike bilgisayar teknolojisi, işçilerin işini birçok açıdan etkiledi. Bilgisayarlı numara kontrolü

¹³ Acentecilikle ilgili bir tartışma için, bkz., Alan Felstad, *The Corporate Paradox: Power and Control in the Business Franchise* (London: Routledge, 1995).

¹⁴ Zuboff, *In the Age of the Smart Machine*.

(computerized numerical control-CNC) yapabilen makinalar, makina parçalarını bilgisayarlara başarılı bir biçimde bağlıyor ve işlemler devam ederken bilgisayarın değişen koşullara uyum sağlayabilmesi için sofistike komutlar veriyor. Aslında bu teknoloji, eninde sonunda işten atılacakları tehdidiyle birlikte, işçilerin becerisinin ve deneyiminin programlanmasını sağlıyor. Aynı zamanda, CNC'lerin etkileri o kadar da olumsuz değil. Bilgisayarların programlanması gerekiyor ve işçiler, işten atılmak yerine programcı olarak yeniden eğitilebilirler. Asıl önemlisi, CNC araçları işçilerin üretime doğrudan katılmalarını sağlamak amacıyla programlanabilir. Böylece işçiler bu süreçten uzaklaştırılmaz; tersine, daha önce yapamadıkları işi yapmaları sağlanır ve giderek karmaşıklaşan bu makinalar üzerinde kontrol yetkisine sahip olurlar. Gerçekten, CNC ile ilgili çalışmalar, bazı işçilerin yeni teknolojinin daha iyi toleransla çalışabilme yeteneğini, teknolojik değişimin gözle görülmür faydası olarak gördüklerini ortaya koyuyor.

Kapitalist koşullar altında, kendisine verilen önemin vurgulanması CNC'nin olumsuz yanıdır. İşverenler yeni teknolojiyi pahalı, kurallara uymak istemeyen ve yetenekli işçilerin yerini alacak bir araç olarak tanımlıyorlar ve işçilerin bu yeni teknolojiyi doğrudan kullanmaları konusunda isteksizler. İşçiler olsa olsa, herhangi kompleks bir teknolojinin getireceği kaçınılmaz hatalara ve bozulmalara karşı koruyucu olarak tutulabilirler. Aynı şekilde işverenler, işçilerin becerilerinden yararlanmak açıkça avantajlı olmasına rağmen, onları programlamacı olarak tutmada genellikle isteksizdirler. Çünkü onların asıl ilgilendikleri, emek maliyetinin düşürülmesi ve sendikalı işçilerin yerini sendikasız programlamacıların almasıdır.¹⁵

Farklı bir bağlamda, bankacılıktaki yeni enformasyon sistemle-

¹⁵ CNC tartışmaları için, bkz., David Noble, *Forces of Production* (New York: Oxford University Press, 1984); Bryn Jones, "Destruction or Redistribution of Engineering Skills? The Case of Numerical Control," Stephen Wood (haz.) içinde, *The Degradation of Work?* (London: Hutchinson, 1982), S.179-200; Leslie Nulty, "Case Studies of IAM Local Experiences with the Introduction of New Technologies," Donald Kennedy, Charles Craypo, ve Mary Lehman (haz.) içinde, *Labor and Technology: Union Response to Changing Environments* (Pennsylvania State University Department of Labor Studies, 1982), s. 115- 30.

ri de benzer bir süreç gösterir. Sofistike enformasyon sistemlerinin kullanılmaya başlaması, bankaların müşteriler, finans piyasaları ve diğer konularla ilgili bilgiyi bir anda üretmesi, işlemesi ve dolaştırması için olanak sunar. Çünkü bu bilgiler otomatik olarak üretilirler; çünkü on-line'dırlar; prensipte, ağa bağlı bilgisayar terminali olan her banka çalışanı bunlara erişebilir. Bu teknolojinin “bilgi veren” sonuçları oldukça açık; fakat bu teknoloji nasıl kullanılıyor?

Günümüzdeki bankacılık çalışmaları teknolojinin, emeğin yerine geçme, yani, orta yönetim kadrosundaki emeğin yerine geçme aracı olarak tanımlandığını gösteriyor. Bilgisayarlar onların işini yaptığı için ve bir zamanlar yaptıkları işin bir bölümü, oldukça düzenli bir şekilde, bilgisayar terminallerine bağlı alt düzeydeki çalışanlara emanet edildiği için, bir zamanlar şu anda otomatik olarak üretilen bilginin daha fazlasını üretmiş ve alt düzeydeki veznedarları ve banka çalışanlarını yönetmiş olan bu kadrodaki yöneticilerin yeri değiştiriliyor. Banka yöneticilerinin işi ile veznedarların işi arasındaki ayırım giderek belirsizleşiyor: Veznedarların yerini yavaş yavaş ATM benzeri on-line bankacılık sistemleri alıyor ve enformasyon sistemleri, kalan veznedarların merkezî olarak kontrol edilmesi için kullanılıyor.¹⁶

Günümüzde ofislerin otomasyonu ile ilgili çalışmalar da, orta düzey yöneticilerin ve uzmanların benzer bir süreçle değiştirildiklerini ortaya koyuyor.¹⁷ Shoshana Zuboff'un “bilgi veren” teknolojiyle ilgili ilginç çalışmasında öne sürdüğü gibi, yöneticiler, emeğin yerini alma ve emek maliyetini azaltma aracı olarak tanımlanmadıkça teknolojik değişimi kabullenmede büyük güçlük çekiyorlar.

Sonuç olarak, kapitalist üretim ilişkileri teknolojiyi, emeği

¹⁶ Bkz., Vicki Smith, *Managing in the Corporate Interest: Control and Resistance in an American Bank* (Berkeley: University of California Press, 1990); Harold Salzman ve Stephen Rosenthal, *Software By Design* (New York: Oxford University Press, 1993).

¹⁷ Bkz., Barbara Baran, “Office Automation and Women's Work: Technological Transformation of the Insurance Industry,” Manuel Castells (haz.) içinde, *High Technology, Space and Society* (Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1985), s.143-71.

kontrol etme ve emeğin yerini alma aracı olarak üretiyor ve teknolojinin işyerini demokratikleştirme olasılığını engelliyor. Fakat kapitalist koşullar altında bile, yeni teknolojinin kullanılmasındaki çelişkiler açıkça görülmeye başladı. Çalışanların davranışlarını kısıtlayan ve hareketlerini kontrol eden enformasyon sistemleri yaratmak için çaba sarf eden tasarımcılar ve yöneticiler aslında organizasyonu aksatabilirler; resmî organizasyona dayanan uygulamaları tasarıya dahil ederken başarısız olup çalışanların işlerini yapmalarını engelleyebilirler. Sonuç olarak, en iyi sistemleri aksatmak ve onları kendi çıkarlarına çevirmek durumunda kalabilirler.¹⁸ Bankacılıktaki çelişkiler daha da açıktır. Sistemler, veznedarların karar verme yetkisini azaltmak amacıyla, orta düzey yönetim kadrosunu değiştirerek ve enformasyon akışı ile çalışanların davranışları üzerindeki merkezî kontrolü arttırarak düzenlenir. Fakat aynı zamanda bankalar, müşteri hizmetleri sahalarını genişletmeleri için dış pazarlardan gelen baskı altında veznedarların “kalitesini yükseltmeye” mecburlar. Veznedarların müşterilere çeşitli bankacılık hizmetlerini ve ürünlerini pazarlamak için kullanabilecekleri bilgi ve yeteneği sağlamak amacıyla yeni teknolojiden yararlanılıyor. Bankalar bu çelişkiden dolayı rahatsızlar ve veznedarların karar verme yetkisini sınırlamak ve programlamak için ellerinden geleni yapıyorlar. Yine de, varolan çelişki ortadan kalkmıyor ve yeni teknolojinin imkânları bütünüyle önlenemiyor.

Evden Çalışma

Sonunda, yeni iletişim ve enformasyon işletimi teknolojisinin etkileri üzerine son zamanlarda çoğu yorumun odak noktası olan elektronik yardımıyla evden çalışma konusuna geldik. Yeni teknolojilerin iş/ev ayrımını nasıl değiştirdiğiyle ilgili çoğu spekülasyon, sadece bir fantezi veya kurmaca olarak görmekten gelinebilir. Temel toplumsal ilişkilerin bu şekilde radikal dönüşümü, kapitalist üretim ilişkileriyle uyumlu değildir. Fakat kapitalizm koşullarında ve elektronik yardımıyla evden çalışmanın gerçekliği dikkatlice in-

¹⁸ Bkz., Salzman ve Rosenthal, *Software by Design*.

celendiğinde, yeni teknolojilerin böyle bir dönüşümü farklı koşullar altındaki kolaylaştırabileceği görülür. Gerçekten de bu, günümüzdeki bazı ev işçilerinin deneyimlerinde, embriyonik şekliyle daha şimdiden görülüyor.

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojisinin, işin merkezîleştirildiği işyerlerinden belirgin bir biçimde kaymasını mümkün hale getirdiği açıktır. Özellikle, bireylerin bilgisayarlı enformasyon sistemlerine ve ağlarına, uzak yerlerden bağlanabilmeleri, işyeri dışında çalışmayla ilgili geleneksel engellerin çoğunu ortadan kaldırır. Çoğu iş, bilgiye ulaşmayı ve bireyler arasında belirli derecede iletişimi gerektirir. Yeni teknolojiler, bu ilişkilerin uzamsal mesafedeki derecesini büyük ölçüde azaltmıştır. Gerçek iş hayatındaki bazı sınırlar, merkezî işyerlerinin terk edilmesiyle ilgili spekülasyonları gerçek dışında konumlandırarak varlığını sürdürebilir. Örneğin, özellikle beyin fırtınası içeren bazı takım çalışmalarının doğrudan, yüz yüze etkileşime dayandığına dair kanıtlar vardır.¹⁹ Ayrıca, oldukça cazip bir şekilde organize edilmiş bile olsa, herkesin sürekli olarak işyerinden uzakta çalışmak isteyeceği de şüphelidir. Bazı insanlar evlerini ve iş yerlerini ayırmayı tercih ederler ve evden çalışmayı izole edici bulurlar. Her şeye rağmen, özellikle yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesi sebebiyle, görece daha desentralize işyerleri için potansiyel vardır.

Evden çalışma üzerine yapılan araştırmalar bunun, fazlasıyla sömürülen düşük ücretli işçilerden, evden çalışıp çok kazanan profesyonel işçilere kadar çok şeyi kapsayan farklı bir fenomen olduğunu gösterir. Böylesine farklı işçi gruplarıyla ilgili çok az genelleme yapılabilir. Bununla birlikte, elektronik yardımıyla evden çalışan işçi gruplarının bir kısmının deneyimlerini düşündüğümüzde, ev eksenli işin potansiyel dönüşümü ortadadır. Deneyimlerinin ortak olmaması, kapitalizmin, yeni teknolojileri yaratıcı bir biçimde kullanan ve potansiyel olarak cazip yeni iş düzenlemelerinin gelişmesini ne derece engellediğini gösterir.

¹⁹ İşyeri dışında çalışmanın bazı teknik sınırlarının değerlendirmesi için, bkz., Peter Meiksins ve Peter Whalley, "Technical Workers and Reduced Work: Limits and Possibilities," Amerikan Sosyoloji Birliği toplantısında sunulan makale, Washington, DC, 1995.

Yukarıda söz edildiği gibi, elektronik yardımıyla yürütülen ev eksenli yeni iş gücünün bir bölümü çok kazanan ev işçilerini kapsar. Kültür işçileri, teknik profesyoneller (mühendisler veya işi bilgisayarla ilgili olanlar), iş danışmanları ve diğerleri, işlerinin en cazip yanlarını ellerinde tutarken çoğu işlerini evden yürütebilirler. Phizacklea ve Wolkowitz'in evden çalışmayla ilgili çalışmalarında öne sürdükleri gibi, bu tür işçiler, iş ve kariyer arasında seçim yapmaktan uzak durabilirler. Bunun yerine, tatmin edici bir iş, yüksek gelir ve büyük ölçüde özerk olmayı, seyahatten uzak durup aileleriyle daha fazla zaman geçirebilmenin kişisel tatminiyle birleştirebilirler. Bu ev işçileri geç gelen, hatta çok az olan kariyer fırsatıyla bedel ödeyebilirler. Fakat cazip meslekleri olduğu ve günlük yaşamlarını diğer yönlerden de geliştirdikleri sürece, bunun kendilerinin özgürce yaptıkları bir seçim olduğu ve bedelin de görece düşük olduğu öne sürülebilir.²⁰ Onlar, birçok çalışanın kesinlikle arzuladığı fakat çoğu iş ilişkisinin katı olması sebebiyle elde edemedikleri türden esnek çalışma saatlerini düzenleyebilme pozisyonundadırlar.²¹

Bu ev işçilerinin deneyimleri, yeni teknoloji potansiyelinin cazip alternatif iş düzenlemelerini desteklediğini ortaya koyarken, çoğu işçinin deneyimi, bunların kapitalizm altında hayata geçmesinin güç olduğunu gösterir. Öncelikle, bu görece ayrıcalıklı ev işçilerinin deneyimleri ortak değildir; elektronik yardımıyla evden yürütülen çoğu iş çok farklıdır; daha az cazip bir yapısı vardır. Birçok işveren evden çalışmayı, eğer işyerinde yapılandan daha ucuz ise kabul edebilecekleri bir durum olarak tanımlar. Bu durumda, evde çalışan çok sayıda işçinin, rutin iş yapan ofis çalışanları ve kol gücüyle çalışan işçiler kadar kazanması bizi şaşırtmamalıdır. Ayrıca bu tür işçiler, çok az imkânı olan veya hiç imkân sunmayan, zorlayıcı, bazen elektronik yolla denetlenmeye mahkûm kılan güvenli olmayan ve/ veya part-time işler yaparlar. Kapitalizmde

²⁰ Phizacklea ve Wolkowitz, *Homeworking Women*, s. 112-16.

²¹ Bu konuyla ilgili ütöpic bir tartışma için, bkz., Lotte Bailyn, *Breaking the Mold: Women, Men and Time in the New Corporate World* (New York: Free Press, 1993).

emeğin maliyetini azaltma zorunluluğu, çok yüksek maaş alan bir profesyoneli değil, bir sigorta şirketine para ödeyen bir işçiyi paradigmatik ev eksenli işçi haline getirerek, iş organizasyonunun diğer tüm belirleyicilerini ele geçirir.

Ayrıca, çoğu işverenin ev eksenli işin yaygınlaşmasına karşı çıkması ilginçtir. Genellikle bunu, üstün yetenek gerektiren ve yüksek maaş ödenen işlerde kabul etmekte isteksizdirler. Yeteneği az olan bireylerin eksiklerini giderme ve onları eğitime ihtiyacı gibi gerçek bir baskı altında kalmadıkça işverenler bu tür bir işi, uzaktan yapılan iş için uygunsuz olarak niteleme eğilimindedirler. Bunun yerine, bunların işyerinde yapılmasının zorunlu olduğu ve çalışanın mutlak ve bölünmemiş dikkatini gerektirdiği varsayımıyla, bu meslekleri organize etmeye devam ederler. Diğer bir deyişle, böyle bir istihdam uzun çalışma saatleri ve çalışanların sadakat ve teslimiyetlerini gerektirir. Bu sadakat ve teslimiyetin gerçek ölçütü, işyerinde çalışırken harcanan saatler olmaya devam eder.

Evden çalışmanın daha cazip hale gelmesi için fırsatları geliştirme konusundaki bu isteksizliğin temelinde, işverenin kontrolle ilgili çekinceleri yatar.²² İşverenler işyeri dışında çalışmaya karşı çıkarlar, çünkü yapılan işi fiziksel anlamda gözlemleyememe düşüncesinden rahatsızdırlar. Bu, daha cazip çalışma biçimleri için de çok büyük bir engeldir. İşverenler bu tür bir işi katı, zorlayıcı yollarla idare edemediklerinden, geleneksel olarak çalışanların birbirini denetlediği proje ekipleri oluşturulmasını, çok fazla zaman gerektiren sadakat testlerini, hem resmî hem de gayrî resmî baskının uygulanabildiği toplantıları kapsayan zorlayıcı olmayan kontrol biçimlerine güvenirlir. Eğer işyeri dışında çalışmaya izin verirlerse, profesyonel işçileri denetlemenin yeni yollarını geliştirmeleri gerekeceğini düşünürler. Evden çalışma oranını arttıracak etkili ekonomik baskılar olmayınca, bu tür işlerin organize

²² Bu bölümdeki tartışmalar, part-time profesyonellerin durumuna özel bir referansla daha fazla geliştirilmiştir. Bkz: Peter Meiksins ve Peter Whalley, "Expertise at Arm's Length: Controlling Technical Workers in the Workplace," 14. Yıllık Uluslararası Emek Süreci Konferansı'nda sunulan makale, Birmingham, UK, Mart 1996.

edilmesinde ve işçilerin fiziksel anlamdaki istihdamını kontrol sisteminin bir parçası olarak kullanmalarına izin veren geleneksel yöntemlere başvurmayı tercih ederler. Sınırlı sayıdaki evişçisinin meslektaşlarından daha az üretici olduklarına dair hiçbir kanıt göstermemekle birlikte işverenler işyerlerinde profesyonel ve diğer ayrıcalıklı işçileri istihdam etmekte için ısrarlı davranırlar. Böylece evden çalışma, işin nasıl yapılacağı konusunda işçinin yerine işverenin karar verebildiği ve çalışanları “motive” etmek için parçabaşı iş benzeri mekanizmaların kullanılabildiği rutin çalışma biçimleriyle sınırlanmıştır. Maliyetlerin azaltılmasıyla ve çalışanlar üzerindeki kontrolün sağlanmasıyla bağlantılı kapitalist dürtüler, diğer olası düzenlemeleri olumsuz etkiler.

Son olarak, işverenlerin evden çalışmaya izin vermekte isteksiz oluşları özellikle erkek işçiler açısından had safhadadır. Kadın işçiler, evden çalışma gibi esnek çalışma koşulları talep ettiklerinde, işverenler bu talepleri geleneksel cinsiyet tanımlarıyla uzlaştıracırlar. Çocuk bakımı ve ev işlerinden asıl olarak kadınların sorumlu olacağı varsayımı, evden çalışmanın kadınlar için “uygun” olacağını doğrulamak amacıyla kullanılır. Tersine, evden çalışmayı ya da diğer geleneksel olmayan iş düzenlemelerini talep eden bir erkek, cinsiyetle ilgili geleneksel varsayımlarla mücadele eder. Çocuk bakımı için evde olma isteği veya ihtiyacı gibi evden çalışmayla ilgili genel bir mazeret, erkek işçiler evden çalışmaya eğilimli olsalar bile onlar için uygun değildir; çünkü işverenler bunu erkekler için genellikle meşru görmezler.

Ayrıca çok az erkek bu sebeplerden dolayı evden çalışmayı talep etme eğilimindedir. Ev işçileriyle ilgili bir araştırma, kadınlarla karşılaştırıldığında çok az erkeğin çocuk bakımını evden çalışmak için temel neden olarak belirttiğini net bir biçimde göstermiştir. Erkekler bunun yerine, özerklik veya işe gidip gelirken harcanan zamanın kazanılması gibi diğer avantajlardan söz ederler. Emegın geleneksel olarak cinsiyete dayalı ayrımında erkekler çok daha az ev işi yaparlar ve ev içindeki sorumluluklarını yerine getirmek amacıyla işlerini düzenleme konusunda kadınlara göre kendilerini çok daha az sınırlanmış hissederekler.

Sonuç olarak, evden çalışmanın koşulları temelde cinsiyet tarafından belirlenir. Çoğu ev işçisi kadındır ve çoğu işveren, evden çalışmayı erkeklerden daha çok kadınlara uygun olarak tanımlar. Bu, evden çalışmayı bugünkü kapitalizm altında yaygınlaştırma olasılıklarına yeni sınırlar koyar. Eğer evden çalışma yalnızca, küçük çocuğu olan kadınlar içinse çoğu erkek bunu istemeyecek ve istese bile elde edemeyecektir. Diğer yandan evden çalışma yalnızca kadın çalışanlardan oluşan spesifik bir grup içinmiş gibi tanımlandığından, çoğu kadın da bunu, en iyi durumda geleneksel çalışma biçimlerini geçici olarak erteleyen; en kötü durumda ise, iş güvenliği ve kariyer açısından uzun süreli negatif sonuçları olacak bir çeşit 'anneliği başarma'yla ilgili bir istihdam olarak görüp, belki de haklı olarak, istemeyecektir.

Sonuç

Bu kısa yazıda, günümüzdeki elektronik ve enformasyon teknolojisi deneyiminin bizlere kapitalizmle apaçık dersler verdiğini öne sürdüm. Günümüzde bu teknolojiler işyerlerinde hem pozitif hem de negatif bir biçimde kullanılıyor. Bununla beraber en önemli şey, bunları pozitif bir biçimde kullanma olasılıklarına, işverenlerin gerçekten baskı altında kaldıklarında bile ne derece karşı koyduklarıdır. Gerçekte yeni teknolojinin pozitif uygulamalarının varlığı, tamamen uzlaştıramadığını değiştirmek için itici kuvvet yaratma eğilimindeki kapitalizmin çelişkili karakterine olduğu kadar, bireylerin kapitalist üretim ilişkilerinin normal eğilimlerine direnme yeteneklerine ilişkin de bir kanıttır.

Bazı gözlemciler, teknoloji ve kullanım biçimleriyle ilgili seçimlerin sadece bir kültür sorunu olduğuna bizi inandıracaklardır. Örneğin Zuboff, yeni teknolojinin bilgi verme potansiyelini fark etmenin, kültürel terimlerle alışkanlık ve ideoloji olarak tanımlanan, yönetimin direnmesiyle baş edebilme sorunu olduğunu öne sürer. Diğerleri, Japonların yeni teknolojiye sözde daha aydın yaklaşımları ile ABD şirketlerinin benimsediği muhafazakâr, cezalandırıcı yaklaşımı dengeler. Bu açıdan kültürün, teknolojilerin uygu-

lanma biçimlerini belirleyen bir faktör olduğu gerçeği inkâr edilemez. Fakat, yönetim yaklaşımlarının bir vakum içinde şekillenmediği ve ulusal farklılıkların kapitalizmin temel karakterini silmediği unutulmamalıdır. İletişim ve enformasyon teknolojileriyle ilgili en dikkat çeken şey, bütün ülkelerde ve şirketlerde bunların tarr anlamıyla gelişmesine gösterilen direncin derecesidir. Bu açıdan bazılarının öne sürdüğü gibi yeni teknolojiler, niteliksel olarak öncekinden farklı olan yeni “organize olmamış kapitalizm”in temelini oluşturmaz.²³ Bunun yerine açıkça ve hep olduğu şekliyle işin yeniden organize edilmesini kolaylaştıracak yeni teknoloji potansiyelinin hayata geçmesini zorlaştıran kapitalizmin sömürüye ve emeğin kontrolüne dayanan bir üretim biçimi olarak hangi düzeyde örgütlendirildiğini ortaya koyar.

²³ Bkz., Scott Lash ve John Urry, *Economies of Signs and Space* (London: Sage Publications, 1994).

KANADA TELEKOMÜNİKASYONUNDA NEO-LİBERALİZMLE SAVAŞMAK

Elaine BERNARD
Sid SHNIAD

Bugünün yeni ve cesur küresel dünyasındaki şirketler ve hükümetler, son elli yıldan fazla bir zamandan beri topluma bahşetmiş oldukları programları, hizmetleri ve düzenlemeleri kaldırma noktasına gelmiştir. Bu yıkıcı faaliyetler, başka hiçbir yerde telekomünikasyon sektöründe yaşandığı kadar dramatik olmamıştır.

Diğer birçok alanda olduğu gibi, telekomünikasyonda uygulanan neo-liberal program, toplumun tüm bileşenlerine yararlı olacağı düşünülmüşse de, gerçek acı bir biçimde farklı tezahür etmiştir. Telekomünikasyondaki toplum karşıtı gelişmeler, sermayenin kendi gündemini uygulamasına izin verildiği takdirde diğer sektörlerde nelerin yaşanacağını önceden göstermiştir. Yapılan değişiklikler, emek ve yönetim arasındaki ilişkiler aracılığıyla, toplumsal olarak düzenlenmiş telefon sektörüne de yansımıştır. 1984 AT&T soygunundan elli yıl önce, Kuzey Amerika telekom sendikaları 'ekmek ve yağ' sendikacılığı da denilebilecek bir tür sendikacılık uygulamıştır. Telefon işçileri ücretler ve sosyal haklar için nadiren greve giderken, sendikalar yönetimin sektörü kendisine uygun biçimde yönetme hakkına karşı çok az mücadele vermişlerdir. Sendikalara dönük bu muhafazakâr yaklaşım, telefon işçileri için olumlu sonuçlar getirmiştir: Telefon şirketleri iyi ücretler ödemiş ve sendikalı çalışanlarına istikrarlı bir istihdam süreci sağlamıştır. Yönetimin böylesi bir yardımsever paternalizm pratiği için çok iyi gerekçeleri vardır: İşçiler, yönetime karşı kullanabilecekleri etkin bir pazarlık gücüne sahiptir. Telefon sisteminin mer-

kezindeki teknolojinin güvenilir olmaktan uzak olması nedeniyle sistem, hemen anında müdahale edilmesi gereken teknik aksaklıklara açıktır. Nakilde ya da santralde yaşanacak bir hata önemli sayıdaki tüketiciye sunulan servisi kolayca karıştırır; bu nedenle telefon şirketleri, sistemlerinin düzgün çalışması için özel eğitilmiş ve yetenekli çok sayıda işçiye ihtiyaç duymuştur.

Aynı zamanda, bu sistemlerin işlenmesi için gerekli yetenekler telefon endüstrisi için giderek orijinal kaynaklar haline gelmiştir. Dışarıdan edinilen teknik eğitimden ziyade, çalışılırken edinilen deneyim tercih edilmiştir. Birçok durumda, hesap çıkartma ve tüketicilerle etkileşim faaliyeti bile telefon endüstrisinde kendine özgü olmuş, söz konusu faaliyetin başka bir yerdeki uygulaması sınırlandırılmıştır. Bu nedenle, işçiler ve yetenekleri kolayca ikame edilememiş, bu durum işçilerin pazarlık paylarını yükseltmişse de, yeteneklerinin sınırlı uygulanabilirliği nedeniyle şirkete bağlanmışlardır.

Tekelciliğe dönük düzenlemeler doğrultusunda ortaya çıkan rekabet eksikliği, telefon şirketlerine hizmetleri fiyatlandırmada esneklik kazandırmış ve onların uzun vadeli plânlama yapmalarını engellemiştir. Bu etkenler, verimlilikteki düzenli artışla birlikte katlanmış, yönetimin işçi taleplerini uygun ücret artışlarıyla karşılamasını sağlamıştır. Çünkü hükümetin yaptığı düzenlemeyle telefon şirketlerinin hizmet kalitesini izlemesi, yönetimin gerekli iş gücünü sağlamak kadar yüksek hizmet kalitesi elde etmenin de kendi çıkarına olduğunu düşünmesine neden olmuştur. Kısacası etken çeşitliliği, sektörde kesin bir sosyal sözleşme yaratırken, karşılıklı güvene dayalı ilişkiye katkı sunmuştur.

Telefon şirketleri ve işçiler arasındaki simbiyotik ilişki, telekom sendikaları ve işverenler arasında yapılan düzenleme toplantılarına da yansıtılmıştır. Sendikalar, üyelerine ödenen ücretlerin ve iş güvenliğinin şirketlerin mülkiyetine dayandığını düşünmüşler, ayrıca yönetimin maliyet artışlarının tüketiciye yansıtılmasına dönük isteklerini kabul etmişlerdir. Bu koşullarda telefon sendikaları, tüketici gruplarıyla nadiren çalışmıştır. Bunun sonucunda, düzenleyici uygulamalara katılan tüketici aktivistler, telekom sendi-

kalarının işverenlerle aynı yatakta yattığını düşünmeye başlamışlardır.

Deregölasyonun Kırbacı

1970'lerde ulaşım sektöründe başlayan, oradan da haberleşmeye sıçrayan ekonomik deregölasyon, hükümetin büyük sermaye aracılığıyla piyasaya müdahalesini sona erdirmiştir. Büyük iş dünyası, hükümetlerin sosyal amaçlar için yaptığı düzenleme takibinin telekomünikasyondaki maliyetleri arttırdığını fark etmiştir.

Telekomünikasyon sektörünü yönlendiren sosyal düzenleme, özellikle büyük şirketler tarafından kullanılan uzun mesafeli ses sistemlerinin, maliyetlerinin üstünde fiyatlandırılmasına neden olmuştur. Elde edilen gelirin önemli bir bölümü yerel hizmetler için kullanılmıştır. Sektörde çapraz parasal destek olarak bilinen bu ayarlama, ABD ve Kanada genelinde telefon servisindeki uygulamaların temeli olmuştur.

Şirketler düzenlemelere hiç müdahale etmemiştir. Yaşananlara tahammül etmeye çalışmışlar, düzenlemelerin kendilerine işin kârlı bir bölümünü elde etme imkânını sunacağını ve büyük bir kâr payını garanti edeceğini düşünmüşlerdir. Aynı zamanda, hükümet düzenlemeleri ve sosyal açıdan belirlenen telefon fiyatları şirket müşterilerini kızdıran bir durum haline gelmiştir.

Büyük şirketler haberleşme maliyetlerini düşürmeye ve sektörü, ihtiyaçların karşılanması amacıyla yeniden şekillendirmeye yönelik hoşgörüsüz bir istekle büyük deregölasyonla sonuçlanan bir kampanya yürütmüşlerdir. Bugün küreselleşme olarak bilinen sürecin habercisi olan bu gelişmeler içinde, ABD, İngiltere ve Japonya'daki şirketler, hükümetlerinin telekomünikasyon sektörü üzerindeki etkisini kaldırmayı amaçlayan kampanyalar başlatmışlardır. Ortak amaçları, haberleşme maliyetlerini düşürmek ve örgütsel ihtiyaçlarına bağlı olarak sektörü yeniden biçimlendirmektir.

Şirketlerin çabalarıyla gerçekleşen yeni durum, yüzyılın ilk yetmiş beş yılı boyunca telekomünikasyon sektöründe sürdürülmüş olan sosyal düzenleme sistemini söküp atmıştır. Deregölasyon ve rekabeti takiben, büyük şirketlerin ve piramidin tepesinde-

ki bireylerin haberleşme kullanım maliyetleri azalmıştır. Mesele-
nin hali hazırda tartışmalı olduğu dönemde yapılan iki yüzölçümün
aksine, ortaya çıkan sonuçlar telefon kullanıcılarının yararına
olmamıştır. Kullanıcıların büyük bir çoğunluğu eski sabit fiyatların
aniden yükseldiğini görmüştür.

Aynı zamanda deregülasyon, telefon şirketlerinin hizmet kalite-
sini ihmal etmesine neden olmuştur. Sonuçta; on binlerce işçi iş-
ten çıkartılmış, maliyetler azaltılmış ve kârlar arttırılmıştır. Yaşanan
bu travmalı süreç, önceden sosyal açıdan düzenlenmiş haberleşme
sektörünü tanımlayan emek-yönetim ilişkisinden çıkılmasına ne-
den olmuştur.

1984'te AT&T soygununun fark edilmesinin ardından yaşanan
gürültüde telefon işçileri en çok kaybeden kesimdir. Jeffrey Keefe
ve Karen Boroff'a göre; "(1984'teki) soygunun arifesinde AT&T,
bir milyonun üstünde çalışanıyla dünyanın en büyük şirketi idi...
Soygundan sonra, birlik dışı şubeler kuran ve satış yapan, şirket
anlaşması olduğu 140. 000 birim işi iptal etti... Ekim 1993'ten iti-
baren şirketin yeniden yapılandırılması hızlanmıştı... U.S. West
9.400; Bell South 10.800; GTE 17.000 işi iptal ettiğini ilan etti.
Pacific Telesis Pacific Bell'de sayının 10.000'e düşeceğini belirt-
ti... AT&T takvime bağlanan 6000 operatör ve çağrı servisinin üye-
lerinden 15.000; Global Information Solutions ve dolayısıyla
NCR'deki 7.500 işi iptal ettiğini açıkladı... Ameritech tüm bunla-
rın iş gücünü 6000 birim azaltacağını söyledi... Planlarını yeniden
gözden geçiren NYNEX 22.500 olan iş sayısını 16.800'e çekmeyi
düşünmektedir... Emek-yönetim ilişkileri açısından bakıldığında,
sektörün yaşadığı bu muazzam yeniden yapılanmanın, hızlı teknolo-
jik değişim üzerinden yaşanan yüksek verimlilik artışı ile istih-
dam güvenceleri sonucu çalışanların gelirlerinin yükselmesi ara-
sındaki geleneksel bağı koparma tehlikesi vardır."

Tüketiciler de bu gelişmelerin sonucunda acı çekmiştir. Sektör-
deki istihdamın düzeyi ile şirketlerin tüketicilere sunduğu hizmet
kalitesi arasındaki doğrudan ilişki üzerinden hizmet kalitesi, şir-
ketlerin iş gücünü aşağı çekmeleri nedeniyle, zayıflamıştır. Örne-
ğin, NYNEX'i (Bell Atlantic'le birleştikten beri) izleyen New

York Kamusal Hizmet Komisyonu şirketi, hizmet kalitesini standartlarının altında bulduğundan 50 milyon dolarlık para cezası ile cezalandırmıştır. Ardından komisyon sorunun büyüklüğü ve şirketin isteksizliği üzerinden ceza miktarını iki katına çıkartacağını söyleyerek tehditte bulunmuştur.

Kanada’da Deregülasyon

Sendikalar, tüketiciler ve yoksulluk karşıtı örgütler sektörde yaşanan deregülasyonun ABD’de nelere mal olduğunu bildiklerinden, bu uygulamanın Kanada’ya ithal edilmesine karşı önlemler almaya çalışmıştır. Üç ayrı kırsal bölgede; Alberta, Saskatchewan ve Manitoba’da bulunan hükümete ait şirketler, yüzyılın ilk yıllarından beri çalışmaktadır ve yaklaşık on yıldır halkın birleşik muhalefeti, rekabeti bu bölgelere ve genelde Kanada’ya deregülasyonu sokmamayı başarmıştır. Ancak 1990 Baharında Unitel, Kanada genelinde rekabet edebilmek için düzenleme izni araştıracağını açıklayınca durum dramatik bir biçimde değişmiştir.

Deregülasyonun ve rekabetin beraberinde getireceği düşük uzun erimli kârları isteyen Kanadalı şirketlerin desteğini almak Unitel’in hoşuna gitmiş; muazzam finansal kaynakların, güçlü şirket ittifaklarının ve şirketlerin etkisindeki Muhafazakâr Federal Hükümet’in yardımıyla yürüttüğü, uzun erimli rekabeti tanıtmayı amaçlayan kampanyası durdurulamamıştır. Unitel, Haziran 1992’de, Kanada Radyo Televizyonu ve Kanada’daki telefon servisi düzenleyicisi olan Telekomünikasyon Komisyonu’ndan (CRTC) Kanada’da telefon işlerinde uzun vadeli rekabet edebilme izni almıştır.

ABD’de olduğu gibi, Kanada’daki kırsal bölgelerde ve küçük kasabalarda yaşayan tüketiciler temel hizmetlerde çok yüksek maliyetlerle karşılaşmış; basit telekomünikasyon hizmetlerinden mahrum kalmışlardır. Amerika’da olduğu gibi telefon şirketlerinin, işlemlerini büyük şehir merkezlerindeki tüketici şirketlerin ihtiyaçlarına uygun bir biçimde yeniden yapılandırması sonucu, binlerce Kanadalı telefon işçisi işini kaybetmiştir.

Kanadalı telefon şirketlerinin teşvikleri aşağı çekmesiyle hiz-

met kalitesinde çeşitli sorunlar ortaya çıkmıştır. CRTC birçok şirketi, hizmet kalitesinin standartların altında olması sebebiyle uyarmıştır.

Geleceğe Giden Yol Hangisi?

Kendi haline bırakılmış, özel mülkiyet altında, piyasa kontrolündeki telefon şirketleri, müşterilere düşük kârlı ve yüksek maliyetli hizmetler sağlama konusundaki bir önceliğe asla sahip olmamıştır. Bu durum ilk planda, özel tekellerin düzenlenmesinin altında yatan mantığı ele vermiştir. Enformasyon çağına doğru gidildikçe, parasal açıdan uygun hizmetlerin üretilmesi zorunluluğu her zamankinden daha fazla önem kazanmaktadır. Ancak yeni rekabet koşullarında, telefon ve kablo endüstrisinin temsilcileri, yoksulların ya da seyrek nüfuslu bölgelerin telekomünikasyon ihtiyaçlarına hitap etmek gibi bir sorumluluğa inanmamaktadırlar. Bulundukları konum üzerinden, rekabet koşulları içinde işleyen şirketlerin böylesi sosyal zorunlulukları olmadığı düşünülmektedir.

Hükümet müdahalesi olmadan, yoksullar kadar kırsal ve uzak bölgelerde yaşayanlar da, gelişmiş telekomünikasyonun düzenleme dışı koşulları çerçevesinde kendilerini idare edebilecekleri bir konumda bırakılırlar. Bu durum ABD’de AT&T soygunundan itibaren yerel kârlarda büyük bir artışa neden olmuştur. Birçok kırsal bölgede hizmet zorunluluğu tümüyle terk edilmiş, bazı telefon şirketleri önemsiz fiyatlarla kırsal bölgelerdeki tüketicilere modası geçmiş tesisatlar satmıştır. GTE ve Ameritech gibi şirketlerin yaptığı bu ‘abone indirimi’ enformasyon otobanına girişin evrenselliğine ve desteklenebilirliğine dönük herhangi bir çıkarının olmadığını gösterir.

Kendi haline bırakılmış kırsal yerleşimciler ve düşük gelirli halk, enformasyon otobanına girmek için gerekli altyapının inşasında ihtiyaç duydukları paraya hiçbir zaman sahip olamayacaklardır. Şirketlerin bu mübadele ve pazar ortamını terk etmelerinin sonucunda, tüm toplumlara ve sosyal katmanlara, ikinci derecede enformasyon araç gereçleri ve hizmetleri kalacaktır.

Bu düzenlenmemiş koşullar altında, telefon işçileri ve tüketici-

leri ortak çıkarlara sahip olduklarını fark etmeye başlamışlardır. İşçilerin iyi ücret veren istikrarlı işlere olan ihtiyacıyla tüketicilerin yüksek kaliteli haberleşme hizmetlerine ulaşma ihtiyacı arasındaki bağ oldukça açıktır. Çıkarların ortak olduğunun fark edilmesi ve bu yönde gerçekleştirilen birleşik çabalar, kâr güdümlü sektörel yeniden yapılanmaya karşı emek merkezli alternatiflerin geliştirilmesindeki asıl anahtar etmendir.

Hükümetler ve işverenler telekomünikasyon işçileri ve tüketiciler arasında oluşan koalisyonun içerdiği ciddi potansiyeli kavramışlardır. Mayıs 1985'teki bir toplantıda sunulan ve hükümet bürokratları tarafından Kanada Federal Kabinesi için hazırlanan telekomünikasyon politikası ile ilgili belgeler, evrensel ve desteklenebilir telekomünikasyon hizmeti elde etmek amacıyla, "tüketiciler, küçük ve orta ölçekli iş çevreleri, sendikalar, yoksulluk karşıtı gruplar" arasında oluşan "ortak cephe"nin neden olduğu tehlikeye dikkat çekiyordu. Yazarlar bu alanda oluşan üretici/tüketici koalisyonunun sahip olduğu gücü aktardıktan sonra, böylesi bir ortak cephenin oluşumunu engellemek gerektiğini ifade etmişlerdir.

Ortak Bir Zemin Bulmak

Son yıllarda, sendikalı işçiler arasında, kendi toplum üyeleri ile birlikte çalışmak ve şirket güçlerine birlikte karşı koymak konusunda ortak çıkarlara sahip oldukları fikri kabul görmeye başlamıştır. Fakat bazı sendikalar, bu perspektifi neo-liberalizmin tesisinden çok önce benimsemiştir. Telekomünikasyon İşçileri Sendikası (TWU) yirmi beş yıldan daha uzun bir zamandan beri, bağlantı imkânları, hizmet kalitesi ve elde edilebilirlik konusunda toplum ve tüketici gruplarıyla ortak bir zemin bulmaya çalışmaktadır. TWU ilk kampanyasını 1970'lerin ilk yıllarında, Kanada'nın ilk self-servisi Phone Mart'ın açılışına karşı başlatmıştır. Sendika self servis uygulamasının kamusal hizmette düşüşe ve iş kaybına neden olacağını görmüştür. Phone Marts'ın açılışının engellenmesine dönük çabalar büyük ölçüde başarısız olmuşsa da kampanya, sendikanın yönetimin hatalarına karşı çıkmak konusunda bir çıkarı olduğu görüşünü meşrulaştırmıştır.

Sendika 1980'deki düşüşle birlikte, CRTC ile yaptığı görüşmelerde BC Telefon Şirketi'nin kâr artışı talebine itiraz ederek, tarihsel bir adım atmıştır. CRTC tarihinin yaşadığı bu en uzun görüşmelerde sendika üyeleri, halkın telefon şirketlerini izleyen gözü olarak yerlerini almışlardır. Üyeler, yönetimin önceliklerine mahvedici bir bakışla saldırmış, tüketici hizmet kalitesinin neden ikinci derecede öneme sahip olduğunu açıklamış ve herhangi bir kâr artışının şirketin halka sağladığı hizmetin gelişmesi koşuluna bağlı olduğunu savunmuşlardır.

Kendilerini tüketicilerle ve şirketlerin kâr artışına karşı çıkan diğer gruplarla ittifak içinde gören telefon işçileri, kamuoyunun gözünde muazzam bir güvenilirlik kazanmıştır. Ayrıca CRTC müdahalesi, sendikaların tüketicilerle gerçekleştirecekleri birleşik eylemlerin gücünü fark etmelerini de sağlamıştır. TWU, bir daha hiç terk etmeyeceği ve yönetimlerin kamusal geleceğe dönük geriletici plânlarına meydan okuyan saldırgan bir konum almıştır.

Basının lehte takibi ve kamuoyu desteği, sendikanın CRTC görüşmelerine dönük müdahalelerinde kendisini göstermiştir. Üç aydan kısa bir zaman sonra, yönetimin sendikalı işçileri kapı dışarı edeceği anlaşıldığında, TWU inisiyatifi ele almış ve yönetimi kapı dışarı etmiştir.

Beş gün boyunca sendikalı işçiler telefon akışını işgal etmişler; mahkemenin emriyle sendika işgali durdurmuştur. Böylesi bir barışçıl, disiplinli ve militan eylem, telefon tesisatlarına zarar verilmemesini isteyen kampanyayla birlikte, muhteşem bir kamuoyu desteğine neden olmuştur. Bu çabanın sonucu olarak sendika, işgal boyunca ve grevi takip eden günlerde üye ve liderlerinin suçlanmasını önleyebilmiştir.

Halkla kurulan ilişkinin sonucunda TWU, yeni bir sendikal yaklaşım denemiştir. Bu yaklaşım, ekmek-yağ sendikacılığının ötesindeki bir niteliğe sahiptir. Fakat benimsenen bu yeni yaklaşım, sınıf ya da sosyalizm gibi kavramlara dönük soyut felsefî vaatlere dayandırılmamıştır. Aksine yaklaşım, üyelerin kendi çıkarlarına dayalı taktik ve stratejilerle artık bir yere varamayacağı düşüncesi üzerinde zemin bulmuştur.

Tüketici ve toplumsal gruplarla kurulan 'yeni ilişki TWU'ya, tepkisel bir duruşun ötesinde hareket etmesine yardımcı olmuş ve yönetimle ilişkilerini biçimlendiren eylem öncesi bir konum alabilmesini sağlamıştır. 1980'lerin ilk yıllarında halkla kurduğu temas, sendikanın sonraki on yıl içinde uyguladığı stratejiyi önceden hazırlayabilmesini sağlamıştır. TWU üyeleri kendi sektörlerinin geleceğiyle ilgili temel meselelerle uğraştıkça yerel topluluklarla, çevrecilerle, kadın örgütleriyle ve sosyal gruplarla bağ kurmanın gerekliliğini fark etmişlerdir. Birlikte çalışarak, emek ve yönetim arasındaki sınırlı çelişkileri daha geniş sosyal çatışmalara doğru evriltilmişlerdir. Süreç içinde, sektörlerine dönük stratejileri toplumsal açıdan formüle etmeye başlamışlardır.

Enformasyon Otobanı İçin Toplumsal Yol Haritası

Enformasyon otobanı ve telekomünikasyon sektörü cömert bir geleceğin anahtarları olarak sunulmuştur. Birkaç konu hükümet ve iş dünyasından alınmıştır. Her ne kadar kamuoyu hiçbir şey duymasa da, enformasyon otobanına dönük pozitif kamusal merak yaygınlaşmış; telekomünikasyon işçileri, negatif değişimi tecrübe etmişlerdir. Bazıları onların enformasyon otobanında yol katili olma ihtimaliyle yüzleştiklerini söylemektedir.

Rekabet güdümlü yeniden yapılanmanın telefon işçileri üzerindeki etkisi giderek daha mahvedici bir nitelik kazanmıştır. İşleri rutinleşen, gözlenen, yoğunlaşan ve ustalık gerektirmeyen bir dizi göreve bölünmüştür. Aksaklıkları saptayıp çözümleyen işler, kişisel bilgisayarlar kullanan masa başı işçilerin kullanıldığı işlere dönüşmüştür. Kompleks zaman ve görev takvimleri aracılığıyla aktarılan çağrı bilgisi sağlayan operatörlerin çalışması, bir dizi küçük iş birimine bölünmüş ve hayal edilmesi imkânsız bir hızın idaresine girmiştir. Diğer iş güçlerinin imrendiği çalışma koşullarına ve ücretlere sahip telefon işçileri, yaşam standartlarının azaldığı, işteki stresin arttığı ve işlerinin geleceği konusunda daha önce görülmemiş bir güvensizliğin ortaya çıktığı koşulları yaşamaya başlamışlardır.

Enformasyon otobanı ile ilgili popüler hareketler sadece sektördeki iş gücünün yaşadığı değişimlere dönük etkileri göz ardı etmez. Ayrıca, şirketlerin bütün tüketici sınıfları başından atma planlarına da dikkate almaz. İşçilere ve toplumun diğer kesimlerine dönük bu planları fark eden TWU, toplumsal meselelerin önemli bir bölümüne hitap eden, enformasyon otobanına dönük alternatif bir strateji geliştirilmesi gerektiğini anlamıştır.

1994'te sendika, "British Columbia'da Enformasyon Otobanının Sosyo-Ekonomik Görünümleri" başlığını taşıyan bir çalışma yapmıştır. Çalışmaya parasal desteği British Columbia Bilim Konseyi sağlamıştır. Sektördeki istihdam eğilimleri ve halkın bu yeni teknolojinin sunduğu hizmetlere ulaşmasını sağlayan gerekli adımları içeren geniş bir konu başlığı incelenmiştir. Sonuç olarak çalışma, enformasyon teknolojisinin British Columbia'da evrensel ve desteklenebilir olmasını sağlamak için çeşitli tavsiyelerde bulunmuş ve eyalet genelinde sosyal ihtiyaçlara hitap edebilecek şekilde inşa edilmesi gerektiğini savunmuştur.

Hükümetlerin küreselleşme koşullarında güçsüz olduğu mücadelenin aksine, TWU'nun Bilim Konseyi stratejisi hükümetlere telekomünikasyon sektörünün davranışlarını düzenleme yönünde daha güçlü bir rol oynaması gerektiğini hatırlatmıştır. Raporda sunulan tavsiyelerin en göze çarpanı, hükümetlerin dehşetli satış gücünü telekomünikasyon şirketlerinin enformasyon otobanı hizmetlerini evrensel ve desteklenebilir bir temelde ele geçirmesine dönük imkân sunduğuna ilişkin ihtardır. Hükümetlerin, telefon şirketlerinin en önemli tüketicisi olduğu belirtilmiş; sosyal ölçütlere ulaşma gereklerini içeren taleplerinin göz ardı edilemeyeceği ifade edilmiştir.

TWU'nun çalışması, hükümetlerin satış gücü üzerinden elde ettikleri manivela özelliğinin, fiziksel ve finansal açıdan muteber olan enformasyon otobanının şirket dışı ölçütlerini inşa etme imkânını sunduğunu göstermiştir. Telekomünikasyonun artık rekabet dahilinde olduğu gerçeği hükümetlere, yükümlü telekomünikasyon şirketleri üzerinden büyük bir manivela gücü kazandırır. Bilim Konseyi'nin çalışması, hükümetler tarafından gerçekleştirilen satı-

şın tüm strateji içinde temel unsur olabileceğini; böylesi bir stratejinin, şirketlerin yüksek maliyetli kırsal alanlara ve düşük gelirli tüketicilere dönük hizmetlerin yürütülmesinde karşılaştıkları sorunları anlamaya yardımcı olup olamayacağını tartışmıştır.

Söz konusu çalışma, evrensel açıdan desteklenebilir bağlantının gerçek olabilmesini mümkün kılan kapsamlı bir program sunmuştur. Program şu ifadelerle savunulmuştur:

- Yayıncılık lisansları, telekomünikasyon tarifeleri ve belirli coğrafi alanlara ve tüketici sınıflara dönük hizmet şartlarını saptayan hükümet tedarik anlaşmalarını belirleyen durumların hesaba katılması gerekir;
- Kırsal ve uzak toplumlarda tesisat paylaşımı zorunlu olmalıdır;
- Enformasyon otobanına dönük fiziksel bağlantı mümkün kılınmalıdır. Her eve enformasyon otobanı hizmeti sunmanın yüksek maliyetli olduğu durumlarda giriş aşamalandırılmalıdır. Kurumlar ve toplum merkezleri evlerden önce bağlantı yapabilir.
- Sosyal sektörün, evrensel hizmetin tarifi dahilinde katılımına ve bu tarfin sektörde yaşanan değişimlere ayak uydurarak güncellenmesine izin verilmelidir.
- Çeşitli kamusal çıkar gruplarını içeren bir tavsiye komitesinin hükümeti, sektördeki gelişmelere karşılık gelen toplumsal ihtiyaçlar konusunda desteklemesi gerekir.
- Resmî kamusal istişareler hükümet ve sektör arasında yürütülür ve ekonomik ve sosyal konular üzerinde durur.

Bu stratejinin temel bölümleri British Columbia'da zaten uygulamaya konmuştur.

Deregülasyonu ve Şirket Stratejilerini Önlemek

16 Eylül 1994'te, Kanada Federal Hükümeti, düzenleyici Telekom Karamamesi'ni onaylamıştır. Karamame, 1 Ocak 1995'te olduğu gibi, telefon şirketlerine verilen hizmetlerin artık kâr oranlarına dönük düzenlemelere bağlı olmayacağı şartını koşmuştur. Geleneksel olarak CRTC, telefon şirketleri için kendi belirlediği kâr oranını uygulamaya koymuştur.

Örneğin bir şirket eğer 2 milyarlık bir değere sahipse ve buna

denk düşen kâr oranı % 10 ise, o yıl 200 milyonluk kâr elde etmiş demektir. Bu örnekte, eğer şirket 200 milyondan fazla kâr elde etmişse, kâr oranını aşan miktarı abonelerine yönlendirmesi için zorlanır.

Ancak 1994-19 Kararnamesi, 1 Ocak 1998'de etkin olacak bir başka uygulamayı daha ilan eder. Buna göre; kâr oranı düzenlemesi fiyat tabanı sistemine göre yapılacaktır. Bu tarihten itibaren telefon şirketlerine ait kârların düzenlenmesi yerini şirketlerin saptadığı fiyatların izlenmesine bırakmıştır.

TWU alınan kararı büyük bir endişeyle izlemiştir. Kâr oranı düzenlemesinde, şirketlerin maliyetlerini iş gücü üzerinden azaltma noktasında herhangi bir dayanağı yoktur. Kâr artışına sebep olan her şey sadece kâr oranlarını aşmaya zorlar. Ancak şirketler, fiyat düzenlemesinde maliyetlerini kısarak kârlarını artırabilirler ve bu durum onlara iş güçlerini kamçılar için gerekli finansal desteği sunar.

Sendikanın düzenlemedeki bu değişikliğe dönük kaygılarına ek olarak, Kanada telefon şirketleri, 1984 AT&T soygunundan sonra, Ameritech'in öncülük ettiği bir stratejiyi uygulamaya başlamıştır. TWU, şirketlerin Ameritech'in planını takip etmeleri durumunda, sendika üyeleri kadar genel kamuoyunun da akıbetinin kötü olacağını anlamıştır.

Deregülasyon koşullarında pazar payı elde etmeye dönük bu proje beraberinde Yerel Ölçüm Servisi'ni getirmiştir. Sonuç olarak, nüfus yoğunluğu az ve uzak bölgelerde yaşayan tüketicilere yüklenmiş kârlar hızla artmıştır. Aynı zamanda bu durum, özellikle personel azaltarak maliyetlerini düşüren ve kârlarını arttıran telefon şirketlerini cesaretlendirmiş, bu şirketler işlerini teşvike dayalı düzenlemelerle yürütmüşlerdir. (1994-19 Kararnamesi'nde CRTC tarafından uygulanan fiyat düzenlemesi sistemi teşvike dayalı düzenleme biçimidir.)

Ameritech, 'haberleşme yoğunluklu ev hayatı' olarak tarif edilen 'yeni pazar alanı'nın ihtiyaçlarına odaklanmıştır. Bu alan tüketicilerin yüzde yirmisini ifade eder ve kullanım vergisinin % 70'ini oluşturur. Bu pazara yönelen şirket ikincil hatları, ses mek-

tup kutularını ve diğer merkezî ofis araçlarını sunmuştur. Aynı zamanda, Ameritech'in tesis ettiği stratejinin yeni öncelikleri üzerinden tüketicilerin geriye kalan % 80'lik bölümü göz ardı edilmiştir. TWU, Kanadalı telefon şirketlerinin bu stratejiyi uygulamasına izin verilmesi durumunda stratejinin telefon işçilerine ve tüketicilere dönük etkisinin tehlikeli sonuçlar doğuracağını görmüştür.

Kanadalı şirketlerin Ameritech'e ait bu plana göre hareket etmelerini önlemek için TWU, çok yönlü bir stratejiyi uygulamaya koymuştur. Yukarıda belirtildiği gibi, Bilim Konseyi'nden enformasyon otobanına dönük kendi araştırmalarını yapabilmek için yardım talep etmiştir. Araştırmanın sonuçlarına dayanarak, BC Elektronik Otoban Anlaşması'nı tesis edebilmek için British Columbia hükümetiyle birlikte çalışmıştır. Anlaşmanın ardından ortaya çıkarılacak Tavsiye Konseyi sendikalar, şirketler ve kamusal çıkar gruplarının temsil edildiği bir yer olacak ve sektörün eyalette yaşayan insanların ihtiyaçlarını karşılaması sağlanacaktır. Anlaşmaya göre, eyalet hükümeti satış gücünü Ameritech plânını, niyet ettiklerinin aksine, BC Tel'e baskı yapmak ve uzak bölgelerdeki hizmetleri iyileştirmek yönünde kullanmak için zorlayacaktır.

Ayrıca TWU, Ulusal Haberleşme Sendikaları İttifakı'nın (NACU) oluşmasında da önemli bir rol oynamıştır. İttifakta, Kanada genelindeki emek örgütleri yer almıştır. NACU'nun amacı, bilgiyi paylaşmak ve Kanadalı şirketlerin planlarına karşı ortak stratejiler geliştirmektir.

CRTC'nin taban fiyat düzenlemelerine dayalı yeni bir sistem uygulamaya koyacağını ilan etmesinden sonra TWU, İttifakın diğer üyelerini birlikte mücadeleye ikna etmeye çalışmıştır. İttifak, TWU'nun uzman tanıklığında, tüketici avukatı olan ve Maine Kamu Hizmet Kurumları Komisyonu üyesiye telefon şirketlerinin faaliyetlerini izlemek için çeşitli araçlar geliştiren Barbara Alexander'ı göreve getirmiştir. Bu sayede, ayrıntılı bir yaklaşım üzerinden, Kanada'daki telefon şirketlerinin, fiyat tabanlı düzenlemenin sunduğu imkân aracılığıyla, on binlerce işçi çıkartarak ve hiz-

met kalitesini düşürerek karlarını artıran ABD’li örneği taklit etmesini önlemeye çalışmışlardır.

Hükümetlere ve düzenleyicilere dönük çalışmayı tamamlamak için TWU, hem BC Bilgi Giriş Koalisyonu’nun, hem de Birleştirilmiş Kanada İttifakı’nın oluşumunda aktif olarak yer almıştır. Bu koalisyonlar sendikaları, tüketicileri, kamusal çıkar gruplarını, yoksulluk karşıtı örgütleri ve enformasyon otobanına evrensel ve desteklenebilir bir bağlantı imkânı için çalışan aktivistleri bir araya getirmiştir.

Bunların hiçbirisi BC Tel yönetiminin Amerika’daki muadili gibi iş gücünü küçültmesini önleyememiştir. Fakat şirket, kırsal bölgelerdeki ofislerini azaltacağını ya da kapatacağını ilan ettiğinde, TWU bu gelişmenin etkilediği kasaba belediye konseylerine delegeler yollamış ve şirket faaliyetlerinin neden gerekli olmadığını ve topluma nasıl zarar verdiğini açıklamaya çalışmıştır. Hizmet kalitesinin azaltılmasına tepki olarak sendika, kendi iç Hizmet Kalitesi Komitesi’ni oluşturmuş ve BC Tel’deki gelişmeleri izleyerek şirketin hizmet ya da personel azaltmaya dönük çabalarına karşı baskı kurmaya çalışmıştır.

Sonuç olarak, ortak bir pazarlık gündemde olduğunda TWU, üyelerinin çalıştıkları zaman fazlasını sınırlandırmasını istemiş, böylece BC Tel’in fazla zamanı personel azaltmada kullanmasını önlemeye çalışmıştır. Verilen desteklerle bu program şirket üzerinde muazzam bir baskı kurabilmiştir.

Tüm bu etkenler 1996’da bir araya toplanmış ve sendikanın pazarlık sürecinde yaptığı en iyi anlaşmaya imza atmasını sağlamıştır. Ücretler ve emekli aylığındaki önemli bir artışa ek olarak, yapılan anlaşma TWU’nun yetki alanını da genişletmiş, şirket üzerinde ödeme ve istihdam üzerinden baskıyı artırmıştır.

TWU deneyimi, işçilerin ve tüketicilerin neo-liberal küreselleşmeye karşı stratejik alternatifleri takip etme konusunda ortak çıkarlara sahip olduğunun açık bir delilini sunar. Söz konusu alternatifler sosyal öncelikler alanına hitap eder. Bu deneyim, sermayenin şiddetli saldırılar gerçekleştirdiği koşullarda, emeğin sosyal sendikacılık pratiği, somut ilişkiler ve sosyal ittifaklar

aracılığıyla, savunmacı bir çizgiden saldırgan bir çizgiye geçebilmesini mümkün kılar.

Günümüz dünyasında sermayenin, toplumun bütün kesimlerini kapsayan saldırısı karşısında ortaya konacak başka hiçbir yaklaşım, bu görevin ifa edilmesi konusunda yeterli olmayacaktır.

PROPAGANDA VE KAMUSAL AKLIN KONTROLÜ

Noam CHOMSKY

Aşağıdaki yorumlar, Harvard Üniversitesi Sendika Programı dahilinde, (Cambridge, Massachusetts), 7 Şubat 1997’de, ulusal yayın yapan Alternatif Radyo için David Barsamian’ın hazırladığı bir programdan alınmıştır. Konuşmanın tümü iki kasete kaydedilmiştir. Chomsky, Robert McCheney ve daha birçok ilerici aydının yaptıkları konuşmalar, Alternatif Radyo’nun yazılı izni (‘Alternatif Radyo, P.O. Box 551, Boulder CO 80306’ adresinden) ya da telefon aracılığıyla (Tel: 800 – 444 – 1977) edinilebilir.

Emekçi halka karşı yürütölen savaş gerçek bir savaş olarak anlaşılmalıdır. Bu savaş yeni değil, eski bir savaştır. Ayrıca, her yerde cereyan eden tümöyle bilinçli bir gerçektir. Fakat özellikle, oldukça özğöür bir öлке olarak görölen ve öyüksek düzeyde sınıf bilincine sahip bir işveren sınıfının bulunduğu ABD’de bilinçli bir biçimde işlemektedir. Bu nedenle siz bu konuda daha fazla bilgiye sahipsiniz. Onlar konuşur; siz kaydını yaparsınız. Onlar kendilerini uzun zamandır şiddetli bir sınıf savaşı ile uğraşan kişiler olarak görür ve başka kimsenin bunu bilmesini istemez.

Bazen bir başkası bu meseleden haberdar olur. Sanırım, yirmi yıl önce 1978’de yaşanan Doug Fraser olayı bu konuyla ilgili en bilinen örnektir. Fraser Emek Yönetim Konseyi’nden ayrıldığında, iş dönyasının liderlerini çalışan insanlara, fakirlere, işsizlere, azınlıklara, hatta orta sınıf öyelerine karşı tek taraflı bir sınıf savaşı yürütme kararı almaları; büyüme ve refah sürecinde gerçekleştirilen kırılğan toplumsal sözleşmeyi parçalamış olmaları sebebiyle kınadı. (Her ne kadar o söylememiş olsa da) söz konusu sözleşme, sert

koşullar altında yaşanan oldukça militan bir mücadelenin verildiği 1930'lu yıllarda hazırlanmıştı.

Bu ifadedeki tek yanlış, ifadenin geç kalmış olmasıdır. Bahsettiği savaş aslında, tüm çıplaklığıyla, kırılğan toplumsal sözleşmenin inşa edildiği ilk yıllarda, 1930'larda başladı. Savaşla ilgili bilgileri elde etmek için gizli kayıtları kurcalamanız gerekmez. 1930'ların sonlarında kırılan grevleri bilmeniz de yanlış yerden başladığınızı gösterir. Bunun sebebi konunun çok fazla bilinmemesidir. Çünkü, ne eğitim sistemi ne de Harvard gibi irfan yuvaları meseleye dikkat çekmez. Bu, üzerinde çalışılan bir mesele değildir.

Yirminci yüzyıl ABD tarihinde en temel meselelerden birinin şirket propagandası olduğundan kimsenin şüphesi yoktur. Bu devasa bir endüstridir. Gözle görülür bir biçimde ticarî medya üzerinden yayılır ve kamuya ulaşan sistemlerin tüm alanını kapsar: Eğlence sektörü, televizyon, okullarda gösterilenlerin epeyce büyük bir bölümü, gazetelerin önemli bir kısmı ve diğerleri. Asıl önemli bölümüne, 1920'lerde geliştirilmiş ve tesis edilmiş kamusal ilişkiler endüstrisi kaynaklık eder. Bugün dünyanın geri kalan tüm bölgelerine yayılmaktadır, ancak öncelikle burada (ABD'de) iş görmektedir.

Başlangıcından beri hedefi, açık ve bilinçli bir biçimde, 'kamusal aklın kontrolü'dür. Kamusal akıl, yüzyılın ilk yıllarından beri şirketler tarafından en büyük tehdit olarak görülmüştür. İş dünyasının iktidarı güçlüdür. (Standartlarla karşılaştırıldığında) oldukça özgür bir ülke olan ABD'de iş dünyasının devletten, halkın özgürlük, haklar ve adalet için verdikleri mücadeleyi ezmesini istemesi zordur, ancak imkânsız da değildir. Bu noktada halkın aklını kontrol etmenin zamanla önemli olacağı çok önceden anlaşılmıştır. Bunun yeni bir görüş olmadığını söylemeliyim. Konuyla ilgili olarak Aydınlanma'ya ve David Hume'a bakılabilir. O tarihlerde de kontrolün önemi fark edilmiştir. On yedinci yüzyılda İngiltere'de yaşanan demokratik devrimin ilk heyecan verici günlerine geri döndüğümüzde, meselenin orada da tartışıldığı görülür. Önceleri ilgi halkın kontrolünün güçle sağlanamayacağı üzerinde yoğunlaşır. Bu nedenle, kontrol başka araçlar aracılığıyla sağlanmalıdır: Meseleye

halkın düşündükleri, hissettikleri ve başkalarına dönük davranışları üzerinden yaklaşılmalıdır. Kontrol mekânizmalarının tüm çeşitleri, gücün ve şiddetin verimli kullanımının yerini alacak şekilde tasarlanıyor olmalıdır. Bu kullanım tarzı ilk yıllarda geniş bir alan dahilinde elverişli olmuştur. Sürekli aynı biçimde olmasa da, yıllar içinde giderek azalmıştır.

Konuyu öğrenmek için Cambridge seçkinlerine bakmak yeter... Kamusal ilişkiler sektörünün önde gelen figürü, oldukça itibar görmüş, Cambirdge’li Roosevelt-Kennedy çizgisinden bir liberal ve yakın zamanda ölmüş olan Edward Bernays, 1920’lerde, kamusal ilişkiler endüstrisinin okunmayı fazlasıyla hak eden standart elkitabını yazmıştır... Burada sağ kanattan bahsetmiyorum. Bahis konusu olan Amerikan politikasının sol liberal çizgisinin sonudur. Kitabın adı *Propaganda*’dır.

(Terminolojinin İkinci Dünya Savaşı boyunca değişmiş olduğunu belirtmeliyim. Savaş öncesinde ‘propaganda’ terimi açık ve serbest bir biçimde kamusal aklın kontrolü için kullanılmıştır. Hitler yüzünden kötü çağrışımlar yüklenmiştir, bu nedenle terim kullanımdan düşmüştür. Bugün başka terimler kullanılmaktadır. Fakat sosyal bilimlerdeki, ayrıca 1920 ve 30’ların kamusal ilişkiler sektöründeki literatürü takip ettiğinizde yaptıkları şeye *propaganda* dediklerini göreceksiniz.)

Bernays’in *Propaganda*’sı, yükselen kamusal ilişkiler sektörünün elkitabıdır. Kitabına, kitlelerin örgütlü davranış ve fikirlerinin bilinçli manipülasyonunun, demokratik toplumun merkezî özelliği olduğunu anlatarak başlar. Kitabın ilerleyen bölümlerinde ifade ettiği gibi o, ‘demokrasinin özü’dür. Bunu işletmemiz için gerekli araçlara sahip olduğumuzu, bu araçların, orduların insan bedenlerini tasnif etmesi gibi halkın aklını da verimli bir biçimde tasnif etmek için kullanılması gerektiğini söyler. Ona göre biz bunları yapmak zorundayız. Her şeyden önce kontrol, demokrasinin temel özelliğidir. Fakat ayrıca bu (bir dip not olarak) güç ve otorite yapıları, refah ve başka unsurları elde etmenin yoludur.

Bugün *endüstriyel kapitalist sistem* denilen şeyde, özel ellerde toplanan güç hükümet üzerinde gerçekleştirdikleri birlikteliklerle

baskı kurar ve büyük hediyeler aracılığıyla rüşvet verir. Bu ifade 1997'nin çok güzel bir açıklamasıdır. 1792'den beri yaşanan değişimlerle birlikte, tüm bu baskı grupları ile iyi bir istikrar anlaşması imzalanmıştır. Anlaşma, James Madison'ın ilân ettiği taahhüdü de içerir. Söz konusu taahhüt, hükümetin öncelikli hedefinin zengin azınlığı çoğunluğa karşı korumasıyla ilgilidir... Özellikle (Bernays gibi) liberaller halkın aklını kontrol etmenin gerekli olduğunu söyler; çünkü halk tehlike arz etmektedir.

İkinci Dünya Savaşından da önce, 1933'ten beri en büyük ansiklopedi olan *Sosyal Bilimler Ansiklopedisi*'ne bakalım. Orada propagandaya gerçek bir giriş yapılmıştır. O zamanlar 'propaganda' teriminin kullanımda olduğunu hatırlayalım. Giriş, liberal bir politika bilimcisi, modern politika biliminin ve iletişimin kurucusu olan Harold Lasswell tarafından yazılmıştır. O, halkın kendi çıkarları konusunda en iyi yargıç olduğuna dönük demokratik dogmalara aldanmamamız gerektiğini söyler; çünkü gerçek böyle değildir. 'Biz' 'onların' çıkarlarının en iyi yargıcıyız, biz zeki insanlarız. Ayrıca 'biz' bu aptalların gerçekte teorik hakları gereği oy kullanarak, ait olmadıkları o kamusal arenaya müdahale edebilmelerini engellemek zorundayız. Bu yüzden onları, nasıl olursa olsun, kamusal arenadan uzak tutmalı ve orada bizim gibi zeki insanların bulunduğundan emin olmalıyız. Tabii ki bu onların iyilikleri içindir: Siz üç yaşındaki torununuzun caddede karşıdan karşıya geçmesine izin vermezsiniz. Karşıya geçmek isteyebilir, ancak kendi seçimini gerçekleştirmesi uygun değildir. Aynı şey kitleler için de geçerlidir. Onlar çalışma alanlarında kontrol edilmeli, politik arenadan uzak tutulmalıdır. Onlar, zengin azınlığın çoğunluğa karşı olan ihtiyaçlarını hiçbir zaman anlamayacaktır. Her fırsatta garip tepkiler verecek ve dünyayı sayısız tehlikeli yoldan karıştıracaklardır.

Bu yüzden, onların çıkarı adına 'biz' akılları ordunun insanlara yaptığı gibi, tasnif etmeli ve kontrol altına almalıyız. Meseleyi daha açık hale getirmek için şunlar söylenebilir: Çalışma alanlarında, özellikle politik arenada yönetime katılmamalıdır. Onlar dışarıda bir yerde tutulmalıdır.

Bu metnin peşine düştüğü konu oldukça ürkütücüdür.

1920'lerde emek cephesinin güçsüzleşmesinden hemen sonra, Amerika'da emeğin tümüyle ezildiği yıllarda, halk parçalandı ve (David Montgomery ve diğerlerinin işaret ettiği gibi) 'en anti demokratik Amerika' ile bireysel düzlemde uzlaşmak zorunda kaldı. O zamanlar tarihin sonu ve efendilerin hayalleri ile ilgili büyük bir korku vardı: "Her şey bitti. Biz, iyi insanlar, kazandık. Bizim dışımızdaki herkes ayaklarımızın altında." Bugün okuduğunuz kadroların bazıları bunları söylüyordu...

Birkaç yıl sonra bütün her şey çöktü, militan bir sınıf mücadelesi ve diğer halk eylemleri başladı. Bu noktada, oturma eylemleriyle çizgiyi aşan arınmamış kitlelerle bir tür uzlaşma sağlanmıyordu. Doug Fraser'ın ifade ettiği bu kırılgan toplumsal sözleşme, emek yasaları ve sınırlı bir sosyal sistem anlamına geliyordu. Sistem *tesis edildi*, ancak bu kesinlikle bir armağan değildi. Çünkü, tümüyle mücadelenin sonucunda kazanılmıştı. (Aslında, 1930'ların başında Amerikalı işçiler uzun süre sabit kalacak hakları elde etmeye başlamışlardı, hatta en insanlık dışı bölgelerde bile bunu başarmışlardı. Yüzyılın ilk bölümünde sağcı İngiliz basını okunduğunda bu görülür. Onlar bile Amerikalı işçilerin maruz kaldıkları kötü muameleye inanamamışlardır.)

Ancak 1930'larda ABD, sınırlı da olsa, endüstriyel toplumun hâkim yönelimi içine girdi. Bu durum 1936 ya da 1937'de efendiler arasında histeriye neden oldu. (Tekrar etmek gerekirse, bunlar gerçek bir özgür toplumda herkesin ilkokulda öğrenmesi gereken konulardır, çünkü bunlar toplumun genel yapısını verdikleri için önemlidir.) İş dünyasına ait basında, endüstrideki hâkim isimlerin korku dolu yüzlerinden, kitlelerin yükselen politik gücünden ve "kendimizi kurtarmak için bir şeyler yapmalıyız yoksa tüm yaşam tarzımızı kaybedeceğiz. Fazla zamanımız kalmadı" yönünde sarf edilen konuşmalardan bahsedilmektedir. Zaten fazla beklemediler ve çalışmalara hemen başladılar.

1930'ların sonlarında yeni teknikler eşliğinde emek karşıtı bir kampanya başlatıldı. Güç kullanımı hâlâ mevcuttu, fakat eskiden işe yarayan güç kullanımının bu sefer işe yaramayacağı anlaşıldı. Bu nedenle, propagandaya eğilim giderek arttı. Temel görüşe 'Mo-

hawk Vadisi formülü' adı verildi. Formül, 1936 ve 37'de çok sayıda halkla ilişkiler uzmanı tarafından biçimlendirildi. Bu konuda, çelik endüstrinde yaşanan bazı grevler için geliştirilen *grev kırıcılığı'nın bilimsel yöntemleri* yardımcı oldu: "insanlara ateş etmek ve onların kafalarını parçalamak zorunda değiliz. Eski yöntem artık işe yaramadığından bu yeni bilimsel yöntemi kullanmalıyız." dediler...

Grev kırıcılığının bilimsel yöntemleri, halkla ilişkilerle ilgili daha önce bahsettiğim görüşlerden türetildi. Temel fikir, topluluğu grevcilere ve sendikalı eylemcilere karşı harekete geçirmekti. Bu yönde geliştirilen anlayış bugün de geçerlidir.

Temel fikir, şu tarz bir dünyayı resmetmektedir: Orada, topluluğun içinde büyük ve mutlu bir aile olarak, 'biz' varız. Dürüst iş adamı her sabah içinde öğle yemeği olan karavanasıyla evden çıkar, sadık karısı yemek yapar ve çocuklarına bakar, çalışkan yönetici gece gündüz işçilerin ve toplumun çıkarı için çalışır, dostu olan bankacı borç verecek insan arar.. Bu biziz. Hepimiz bu harmoninin içindeyiz. Harmoni büyük bir sözcük. Hepimiz bir aradayız. İşte bu 'Amerikanizm'dir.

Siz bu alışılmadık sözcüğü, 'Amerikanizm'i tekrar ele alabilirsiniz. Bildiğim kadarıyla böylesi bir terimi sadece totalitaryen toplumlarda bulabilirsiniz. Örneğin SSCB'de, 'anti-sovyetizm' bütün suçların en ağır olarak düşünülür. Ayrıca, Brezilyalı generaller de böylesi bir kavrama sahiptir: 'anti-Brezilyacılık'. Fakat örneğin, 'anti-İtalyanizm' adında bir kitap yayınlamaya kalkışın, bakalım Roma ve Milâno caddelerinde neler oluyor? İnsanlar bu duruma güler geçer. Çünkü bu komik bir fikirdir. 'İtalyacılık' ya da 'Norveççilik' insanların kafalarında, demokratik kültüre sahip toplumlarda alay konusu olur. Ancak totaliter toplumlarda bu tip kavramlar kullanılır ve bildiğim kadarıyla ABD böylesi bir kavrama sahip tek özgür toplumdur. 'Amerikacılık', 'Amerika 'karşıtlığı' ve 'Amerika dışılık' uyum içinde olan ve 'dışarıdakiler'i bıkıran kavramlardır.

Diğer taraftan bu kavramlar, insanlar arasındaki nefret ve korkuyu beslemektedir. Bu parçalanmış topluma işaret eder... Avrupa'ya gittiğinizde, birçok mekân bir birine benzer. Bu nedenle, propagan-

dacılar için bir insanı yan tarafta oturan komşusundan nefret ettirmek kolaydır, çünkü o biraz farklı görünmektedir. İnsanlar arasındaki ayrışmayı kışkırtmak için büyük kampanyalar başlatılır ve bunlar toplumsal kontrolün oldukça doğal teknikleridir.

Mohawk Vadisi formülüne geri dönelim. Buradaki fikir, grevin olduğu topluluğa girmek, düşünceyi propaganda ile birlikte ilerletmek, medyayı, kiliseleri ve okulları ele geçirmek; harmonik ve düzenli yaşamımızı rahatsız eden kötü insanlarla ilgili propaganda'yı buraya boşaltmakla ilgilidir. Kötü insanlar, büyük olasılıkla komünist ya da anarşist ve Amerikalı olmayan sendika örgütçüsüdür. Onlar sahip olduğumuz her şeyi mahvetmeye çalışmaktadır. Bir araya gelmeliyiz ve onları defetmeliyiz. Onlara karşı yaşam tarzımızı korumalıyız.

Birçok din birbirine geçmiştir. ABD'nin gereğinden fazla köktenci olduğunu hatırlayalım. Karşılaştırmalı istatistiklere bakalım: Genellikle dinî köktencilik sektörleşme artıkça inişe geçer. Aralarında sıkı bir bağlaşıklık vardır. ABD bunun dışındadır. Birçok şeyden mahrum olan köylü topluluklarında oluşur... Büyük olasılıkla İran'dan daha fazla köktencidir. Meselenin bu kadar karmaşık olmasının nedeni budur. Fakat bu konudaki tek etken, kesinlikle iş dünyası liderlerinin meseleyi on dokuzuncu yüzyıldan itibaren bilinçli olarak tahrik etmiş olmalarıdır. Ünlü bir Evangelist olan John D. Rockefeller bu mesele için çok para akıtmıştır. O insanların, emek hareketinden çok aydınlanmış fikirlere sahip olması gerektiğini söylemiştir. 'Aydınlanmış fikirler' ise kiliseye gitmek, emirlere uymak, onların söylediklerini yapmak ve susmaktır.

Bu gerçekten ilginç bir konudur çünkü Mohawk Vadisi, savaş sonrası dönemde grev kırıcılığı ve emek hareketinin ezilmesi için kullanılmıştır. Aklıma gelmişken söylemeliyim; bu konuyla ilgili her hangi bir çalışma bilmiyorum, siz biliyor musunuz? Bunlar dokunulmaz konulardır. İnsanların yaşamları için önemli olmaya başlayan böylesi önemli konuların neden gündem dışında tutulduğunu sorabilirsiniz. Bu gerçekten de dikkate almaya değer bir husustur. İnsanların bu tip konuları bilmesini ve yanlış şeyler öğrenmesini istemezsiniz. Burada bir tür fesattan değil, ortak bir duyuru-

dan bahsedilmektedir; eğer belli bir güç düzeyi, otorite ve imtiyaz sahibiyse, insanların onlar için zararlı olabilecek şeyleri bilmesini istemezsiniz. Onlar gerçekten de çocuklar gibidir. Biz ise onlar için kararlar almak zorunda olanlarız.

Bu mesele için çok büyük miktarlarda para akıtılmaktadır. Bu, insanları marjinalleştirmeye çalışmak, yaşamlarını daha iyi duruma getirebilecek verili sosyal ve politik mücadelelerden koparmak ve çeşitli yöntemlerle ayırıştırarak bir başkasıyla birlikte çalışmasına engel olmak için kullanılan bir başka tekniktir...

İki gün önce, burada açıklayamayacağım mazoşistik bir nedenle, *New York Times* okumanın acısına katlanıyordum. Gazetenin kendisi gibi büyük bir şefi, büyük bir düşünürü var: Adı Thomas Friedman... Bu zat üç ya da dört gün önce yazmış olduğu makalesinde şunları söylüyordu: “Soğuk Savaş bitti, bu nedenle artık kırılma şahinler ve güvercinler arasında değil... (yeni kırılma, Friedman’a göre) entegrasyoncular ve entegrasyon karşıtları arasındadır.” Bu şu anlama gelir: Serbest ticaret (aslında serbest ticaret değil) anlamına gelen küreselleşmeye taraftar olanlarla küreselleşmeyi yavaşlatmak ya da bitirmek isteyenler arasında bir kırılma vardır. Diğer kırılma, güvenlik duvarlarından yana olanlarla, herkesin ‘kendi başına’ olması ve elde edebileceği kadarını elde etmesi gerektiğini düşünenler arasındadır...

Newt Gingrich “entegrasyoncu”yu bir köşeye koyar ve “altta kalanın canı çıksın, herkes kendisi içindir” demektedir. Bunun Gingrich’in konumu ile ilgili olduğu görülebilir. Örneğin Gingrich, entegrasyoncu ve serbest ticaret yanlısı ise, Reagan yönetiminin 1930’lardan beri gerçekleşen en büyük korumacılık dalgasını kurumsallaştırmasına nasıl tepki verdiğini sorabiliriz. Bu tam da doğrudan yapılan bir korumacılıktır. Özel sektöre ve endüstriye yapılan parasal yardımlardaki büyük artışın yanında, Amerika tarihinin en büyük ulusallaştırma operasyonu Continental Illinois Bankası’nın alınması ile gerçekleştirilmiştir. Bütün bu gelişmeler entegrasyona kökten karşıdır. Yaşananlara Newt Gingrich nasıl bir tepki vermiştir? Bu soruyu sorabiliriz. Cevabında, tüm yaşananların önemli olduğunu söyleyecektir.

Ya güvenlik duvarı hikâyesi?.. Gingrich, dışarıda kendi başlarına olan insanların, sert işadamlarının yanındadır. O, Georgia'daki Cobb County'yi temsil eder ve devletin parasal yardımlarını zenginlere aktarma konusunda ulusal şampiyonluğu elinde tutar. Kursuz olmak için, ABD'deki az gelişmiş bölgeler arasında Cobb County, devletten yardım alanlar listesinde üçüncü sıradadır ve bu bölgeye fazla miktarda parasal kaynak aktarılmaktadır; çünkü Pentagon buradadır. Florida'daki Bravard County uzay merkezinin bulunduğu bir yerdir ve burası da federal hükümetin bir parçasıdır. Ancak eğer federal hükümetin dışına çıktığınızda, Gingrich'in bölgesi bir numaradır. Herkesten daha fazla yardım alır. Cobb County'deki en büyük işveren olan Lockheed kamusal açıdan desteklenen kâr amaçlı özel bir şirkettir. Ticarî uçaklar satar. Ancak herkes bilir ki, sistemi düzenleyenlerin çizdiği yolun belirleniminde teknoloji, askerî kisve içinde geliştirilir ve çalışması durumunda da özel sektöre devredilir. Bu her şey için geçerlidir: Uçaklar, bilgisayarlar, internet... Cobb County tam da bu sistemin merkezidir.

O, sizin kendinizle baş başa kalmanızın ve bu insafsız dünya ile kavga etmeniz mi yanındadır? Saçma!.. Bu söylenen ülkedeki en büyük refah aldatmacasıdır. Ancak lafzî olarak doğru olan bu sözü eden kişi refahın sadece çok zengin insanlara akmasını ister... Bu bizim ekonomimizin işlediği yolu da anlatır. Bildiğiniz herhangi bir dinamik sektörü ele alın... O zaman şunu göreceksiniz: Ele aldığınız sektör büyük ölçüde kamusal yardımlar ve kârın özelleştirilmesi üzerine kuruludur. Kamu, maliyeti karşılar ve riskleri giderir; ardından özel mülkiyete dayalı sistem kâr eder. Cobb County bunun en uç örneğini verir...

Eğer kemiklerinize işlememişse, iyi bir propagandacı olamazsınız. Yalan söylemek çok zor bir iştir. Sanırım hepimiz bunu kendi kişisel deneyimlerimizden biliyoruz. İnsanlara yalan söylemek zordur. Eğer her birimiz çılgın birer melek değilsek, her zaman insanlara yalan söyleriz. Bunu nasıl yaptığımızı eminim siz de biliyorsunuz. İlk söylediğimiz şeyin doğru olduğu konusunda kendimizi ikna ederiz. Örneğin siz sekiz yaşında bir çocuksunuz ve

kardeşinizin oyuncağını ondan çaldınız. Anneniz odaya gelir ve size bağırmaya başlar. Siz: “oyuncak istedim, kardeşimde vardı, ondan aldım, çünkü ben ondan daha güçlüyüm.” demeysiniz. Söyleyeceğiniz şey şudur: “oyuncak aslında onun değildi ve ayrıca önceden o da benim oyuncağımı almıştı. Benim de onun oyuncağını almaya hakkım var.” İnsanlar böylesi bir deneyim yaşamamış olsalar da buna benzer olayları kesinlikle yaşamıştır.

Bu tip bir deneyim, bütün yolları aşar ve *New York Times*’ın ünlü bir muhabiri olmaya kadar gider. Eğer başka şekillerde düşünmenizi engelleyen bir doktrin ve propagandanın aracılığıyla baskı altına değilseniz bu çembere girmek zorunda da değilsiniz. Bu nedenle, insanlar bu tarz sözler sarf edince, *New York Times*’ta yazan liberal bir köşe yazarının kızgın ifadelerle şu sözleri söylediğini görürsünüz: “Bana hiç kimse ne yazmam gerektiğini söylemiyor. Ben sadece kendi istediğim şeyleri yazıyorum.” Bunlardan hangisi tam anlamıyla doğrudur? Eğer gerçek gücü elinde bulunduran insanlar doğru şeyleri söyleyeceklerinden emin değillerse, kendi istekleri doğrultusunda yazı yazdıklarını söyleyecekleri bir konumda da olamazlar.

Sistem nasıl çalışır? Süreç çocukluktan, oyun bahçesinden ve televizyondan başlar. Herkes o ilk andan itibaren eleme sürecine girer. Kendi okul deneyimini ya da tanıdığım bir insanın deneyimini düşündüğümde, itaat için seçmeler yapıldığını görürüm... Şimdi içinde olduğumuz türden şaşalı kolejlere gitmeyi bıraktım. Bunu bu tip yerleri kendime kapatarak yaptım. Birçok kez olduğu gibi, eğer yüksek okul öğretmeninin atın kışına benzediğini düşündüğümde, – aslında tam da böyle demek istememişimdir – (birkaç kez bunu bu şekilde söyledim ve sınıftan atıldım!) bir şey öğrenmediğimi iddia etmiyorum. Söylediğim sadece şudur: “Tamam, bir sonraki ödevi yapacağım çünkü bunun ileri gitmem için gerekli olduğunu biliyorum. Eninde sonunda bunu da bundan sonrakileri de yapacağım.” Bu tip şeyleri yapmak için hangi beceriye sahip olursanız olun, bu konuda yeterli ölçüde disiplinli ve pasif davranın, tüm bunları üst kademelere geçmek için yaparsınız.

Bunu yapmayan insanlar var... Onların başı sürekli derde girer

ve onlar, gereğinden fazla bağımsız olduklarından, davranış sorunları olan bir yıkıcı ya da bir hapçi olarak görülür. Bağımsız insanlar boyundaki ağrı gibidir. Onlar sistemi karışıklığa iter ve bir biçimde kesilip atılmalıdırlar.

Televizyonda bir durum komedisi (sit-com) izlerken, Mohawk Vadisi formülüne maruz kaldığınızı hiç düşünmezsiniz. Ancak durum tam da budur. Hayata dair sunulan resim her gün bu biçimde çizilir.

İnsanların kişisel sorunları vardır, ancak hiçbir şey çağın yeni ruhuna karşı mücadele etmek için onları bir araya getirmez. Bu konuyla ilgili ne zaman bir durum komedisi izlediniz? Elinize geçen sadece oldukça bilinçli bir biçimde PR (halkla ilişkiler) dışında gelişen bir yığın saçma sapan şeydir...

İkinci Dünya Savaşından sonra halkla ilişkiler üzerinden geliştirilen propagandanın temel bir unsuru da emeğin şeytan gibi gösterilmesidir. Bu gerçeği emek hareketi bilir.

O günden beri sürekliliğini koruyan oldukça önemli bir emek basını mevcuttur. 1950'lerde bile 800 emek gazetesi vardı ve bunlar haftada yaklaşık 20 ila 30 milyon okura ulaşabiliyordu. Bunlar ticarî amaç gütmüyordu. Burada, radikal ya da solcu basından söz etmiyorum. Bu gazeteler tam anlamıyla muhafazakâr Amerika'nın emek hareketine ait gazetelerdi ve 'tutsak basın'ın, yani, ticarî medyanın yaydığı zehre karşı panzehir geliştirmekten bahsediyorlardı. Ticarî medya sürekli ve her fırsatta emeği karalıyor, başarılarımızın altını oymaya çalışıyor ve toplumu yöneten şirket yöneticilerinin işlediği suçları büyük bir sahtekârlıkla ört bas etmeye çalışıyorlardı.

Bu konuyla ilgili iyi bir kitap var. Amerika'daki akademik hayat ile ilgili bir şeyler söyleyecektir size. Modern tarihin bu temel meselesi ile ilgili olarak Amerika'da duyduğum ilk çalışma olan kitap, Illinois Üniversitesi Yayınları'ndan çıkmış. Elizabeth Fones-Wolf'un kaleme aldığı bu kitabın adı *Serbest Teşebbüsü Satmak*'tır (Selling Free Enterprise). Çalışma tümüyle politika dışıdır ve özgün bir bakış açısına sahip değildir. Ancak kullandığı malzeme oldukça açıklayıcıdır...

ABD İkinci Dünya Savaşından, dünyanın büyük bir bölümü gibi, sosyal demokrat olarak çıkmıştır... ABD’de birçok insan, belki de yarısı, sektörün bazı alanlarında halkın kontrol sahibi olması gerektiğini düşünmüştür... Sosyal programlar çok büyük destek bulmuştur. Bu durum insanların kafasına vurmuş olacak ki, halkla ilişkiler endüstrisinin liderleri; “yaşam tarzımızı korumak için sadece üç ya da beş yılımız kaldı. Savaşmalıyız.” deme noktasına gelmiştir. Hızla çalışmalara başlamışlar ve süreç içinde “insanların akılları için sonsuz savaş” dedikleri şeyi kazanmışlardır. Her fırsatta tekrarladıkları o aptal kapitalist hikâyeleri anlatarak insanlara fikirlerini aşılamışlardır.

Bu konuda hiç dalga geçmemişler... Örneğin, 1950’lerin ilk yıllarında Amerika’daki ilkokullarda kullanılan araçların üçte biri doğrudan şirketlerin propaganda bürolarından çıkmıştır. Spor ligleri kurulmuş, kiliseler devreye girmiştir. Üniversitelere saldırılmıştır. Bu tam da insanların akılları için yürütülen sonsuz savaşın kazanılması için hedefi on ikiden vuran bir saldırdır. Saldırı hâlâ devam ediyor...

Medya sistemlerinin özel tiranların elinde olması öncelikle demokrasiye zarar verir... İşte bu devasa sistem, kamusal giderlerin üzerine kurulmuştur. Birçok medya analistinin kafası bu gerçeği görme ya da rapor etme konusunda kilitlenir. Ortaya çıkan ne varsa uluslararası nitelikte yarım düzine mega şirketin elinde toplanır. Bunlar çelik ve bilgisayar sektörünü elinde bulunduran oligopollerden daha kötüdür, çünkü burada bahsedilen şey özel şirketlerin idaresine devredilen yeni bir iletişim ve enformasyon biçimidir.

1996’daki Telekomünikasyon Yasası son Kongre’nin büyük bir yasama başarısı oldu, ancak yasa kamusal çıkar üzerinden hiç tartışılmadı. Mesele tümüyle işveren dünyasına ait bir olgu olarak ele alındı. Konuyla ilgili kayıtlar gazete sayfalarına yansıdı... Temel enformasyon sistemleri ve karşılıklı değişim Rupert Murdoch’a bir armağan olarak sunulduğundan, mesele kamusal çıkar üzerinden tartışılmadı. Tartışma sadece şu konular üzerinde durdu: Bunu altı şirkete mi yoksa on iki şirkete mi vereceksin, ya da bu

işi bu yoldan mı yoksa şu yoldan mı yapacaksın?.. Bu konular insanlara doğrudan yansımasa bile gerçekleşen şey etkin bir fikir aşılama çabasıdır... Bu durum karar alma yetkisinin özel tiranlara devredilmesinden daha kötü bir durumdur, çünkü kamusal aklın kontrolü için kullanılacak olan şeyler de devredilmektedir. Bu sistemler insanları özgürleştirmek için de kullanılabilirdi...

Toplum eskisinden daha büyük bir oranda işverenlerin güdümündedir. Gördüğüm son hesap şudur: Pazarlama alanında, toplam ekonomi içinde altı dolardan sadece biri harcanmaktadır. Bu, sermayenin aşırı ölçüde yetersiz kullanıldığını anlatır. Pazarlama hiçbir kamusal yarar üretmez. Ancak pazarlama manipülasyon ve hilenin bir biçimidir. Sunî istekler yaratma, insanların eşyalara bakma ve onlar hakkında düşünme biçimlerini kontrol etme çabasıdır. Pazarlamanın önemli bir bölümünü doğrudan propaganda anlamına gelen reklâm oluşturur. Birçoğu vergiden muaftır... Bunun anlamı şudur: Sistemin işlediği biçimiyle, siz size propaganda yapılmış olmanın ayrıcalığı ve üzerinize kalan tüm o saçma sapan şeyler için ödeme yaparsınız. Bunlar küçük ve basit hesaplar değildir. Sanırım 1992’de bu hesap bir trilyonu bulmuştur. Siz akılların kontrol edilmesinden, arzuların yönlendirilmesinden, halkla ilişkiler ve sosyal bilimler literatüründe konuşulan her şeyi yapmaktan (ben süslemiyorum; bunu orada okuyabilirsiniz.) daha fazla şeylere sahipseniz, – çünkü bu konuşma standart bir akademik konuşmadır – bütün o ödülleri elde etmişseniz daha çok çalışmanız gerekecektir. Ayrıca tüm bunlara karşı savaşmanız kolay olmayacaktır. Zaten bu durum da örgütlenmeyi zorlaştırmaktadır. Birçok fizikî direnişi kırmanız gerekir.

Emek hareketinin tüm tarihi size bunu anlatır. Lowell’da, 150 yıl önce yaşayan fabrika işçilerinin durumu bu konuda öğreticidir. Bu büyük bir savaştır. Ayrıca siz sadece birilerinin ‘çalışma hakkı’ dediği şey için mücadele eden insanlar değilsiniz. Siz günlük beş saatlik televizyona, sinema endüstrisine, kitaplara, okullara ve başka birçok şeye karşı mücadele veriyorsunuz. İnsan aklı için verilen savaş kazanmak uğruna harcanan çabanın ölçüsü hayli

büyük. Bu konuda bir şeyler bildiğimi sanırdım, ancak Elizabeth Fones-Wolf'un kitabını okuduğumda, harcanması gereken çabanın ölçüsünü ve sonsuz savaşı kazanmaya adanmış çılgınlığı gördüğümde fazlasıyla şaşırdığımı belirtmeliyim. Ödüllerini düşünssek bile bu gerçekten şaşırtıcı bir durumdur.

PROPAGANDA MODELİNE DÖNÜŞ

Edward S. HERMAN

*Üretilen Rıza: Kitle İletişimin Politik Ekonomisi*¹ adlı çalışmada Noam Chomsky ve ben, ABD medyasındaki hâkim görüşün bu biçimiyle nasıl ve neden işleyebildiğini anlamak ve çözümlemek amacıyla önümüze çalışmamızın ana çerçevesini oluşturan bir ‘propaganda modeli’ koymuştuk. Uzun bir zaman medyanın kısıtlı önermelerle çalıştığı, yoğun ve eleştiriden yoksun bir biçimde seçkinlerin bilgi kaynaklarına güvendiği ve onların çıkarlarına yardımcı olan propaganda kampanyalarına katıldığı o verili düzeni bizi oldukça etkilemişti. Bunu neden yaptıklarını açıklamaya çalışırken, sistematik davranışın ve performans örneklerinin tek olası kökü olması sebebiyle, yapısal etkenlere göz attık.

Eskiden olduğu gibi bugün de propaganda modeli, liberallerin ve muhafazakârların medya davranışı ve performansı ile ilgili hâkim görüşlerine karşıdır. Bu yaklaşımlar yapısal etkenlerin rolünü ciddiye almaz. Genellikle, ne bu etkenlerin önemsizliğini ne de araçların çokluğundan kaynaklanan pozitif etkisini ön görür ve bu nedenle rekabeti ve çeşitliliği dikkate almaz. Hem liberal hem de muhafazakâr analistler, gazetecilerin kural ve tavırlarını, kamusal görüşü ve haber kaynaklarını, asıl belirleyici değişkenler olarak saptarlar. Ancak söz konusu analistler, bu hususta tutarsızdır. Komünist ya da bir başka otoriter devletteki medya sistemlerini tartışırken ortaya koydukları fikir; gazetecilerin ya da kamusal görüşün, iktidarı elinde bulunduranları alaşağı edebileceğini ve medyayı kontrol altına alabileceklerini söyleyen fikir bir biçimde anlamsızlaşır, hatta tiranlığa dönük bir özre dönüşerek geçerliliğini yitirir.

Ayrıca propaganda modelinin politik yansımaları ile hâkim

¹ Edward Herman ve Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (New York: Pantheon, 1988).

medya analizi arasında önemli bir ayrım vardır. Propaganda modeli; yapısal etkenler medya performansının geniş dış yüzeyini biçimlendirdiğinden ve performans gerçek bir demokratik politik kültürle uyuşmadığından, medyadaki mülkiyetin, örgütlenmenin ve hedefin, hakikî bir demokrasinin inşa edilebilmesi için köklü bir biçimde değiştirilmesini talep eder. Hâkim görüşe ait analizlerde böylesi bir perspektif, politik açıdan kabul edilemez bulunur, destekleyici argümanlar ve deliller nadiren tartışmaya tâbi tutulur.

Burada, propaganda modelini tarif ettikten sonra, ona karşı geliştirilen bazı eleştirileri² aktaracağım ve modelin yayınlanmasından yaklaşık on yıl sonra nasıl hâlâ önem arz ettiğini tartışacağım. Ayrıca modelin, 1990'larda ortaya çıkan önemli politik konuların medyadaki takibini şekillendiren gerçekliği anlamada nasıl yardımcı olduğunu açıklayan birkaç örnek sunacağım.

Propaganda Modeli

Propaganda modeli nedir ve nasıl çalışır? Hayatî önem arz eden yapısal etkenler, pazar sistemine gömülmüş baskın konumdaki medya gerçeğinden türer. Bunlar, kâr araştırması içinde olan ve zengin insanlara ait işletmeler (ya da şirketler)dir; büyük ölçüde, kendileri de kâr araştırması yapan girişimler olan ve reklâmlarını yardımcı satış ortamında yayınlamak isteyen reklâmcılar tarafından finanse edilir. Medya ayrıca, bilgi kaynakları olması sebebiyle, hükümete ve büyük şirketlere bağımlıdır. Verimlilik ve politik görüşler, sık sık yaşanan çıkar örtüşmeleri, belli bir dereceye kadar hükümet, büyük medya ve diğer şirketler arasında dayanışmanın oluşmasını sağlar. Buna ek olarak, hükümet ve medya dışı şirketler medyayı reklâmların kaldırılması, TV lisanslarının iptali, karalama kampanyaları ve diğer dolaylı – dolaysız saldırı biçimleri ile tehdit ederek baskı altına almaya muktedir oldukları bir konumdadırlar. Medya ayrıca, Soğuk Savaş koşullarında ve öncesinde anti komünizmin belirlediği egemen ideoloji tarafından belirlenir. Komünist etiketi yapııştırılan küçük devletlere dönük saldırıları eleştirmesi çoğunlukla engellenir.

² Noam Chomsky söz konusu eleştirileri şu çalışmasında değerlendirmektedir: *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies* (Boston: South End Press, 1989), I. Bölüm.

Bu etkenler birbirine bağlıdır. Güçlü işletmelere ve hükümete ait girişim ve ortaklıkların (örn: İş Dünyası, ABD Ticaret Odası, Endüstri lobileri ve öncü gruplar) bilgi akışı üzerinde çok yönlü güç kullanabilme becerilerini yansıtır. Bilginin geçmek zorunda olduğu ve bireylerin katkı sunduğu 'filtreler'in beş ayrı çeşidi vardır: Mülkiyet, reklâm, kaynak bulma, itiraz ve anti-komünist ideoloji. Ayrıca bunlar medyanın tercihlerini büyük ölçüde etkiler. Temel olarak filtreler, birçok bireyin ve örgütün bağımsız etkinliği dahilinde işler; her zaman değilse de sık sık meselelerle ilgili ortak görüşlere ve benzer çıkarılara sahiptir. Kısacası propaganda modeli, ara sıra hükümetin ya da bir ve birden fazla özel aktörün inisiyatif alabildiği ve seçkinler tarafından ele alınan bir meseleyi uyumlu bir biçimde yönlendirebilse de, merkezileşmiş ve işbirliğinin olmadığı pazar sistemlerinin kontrolü ve işletilmesini ifade eder.

Propaganda kampanyaları, sadece filtreleri kontrol eden ve yönetenlerin çıkarlarıyla uyumlu olduğunda ortaya çıkar. Örneğin söz konusu yöneticilerin hepsi, Polonya Hükümeti'nin 1980 ve 1981'de Dayanışma Sendikası'na karşı aldığı tedbirlerin önemli bir haber değeri taşıdığını düşünmüş; bu olayların şiddetli bir kınamayı hak ettiği görüşünü benimsemiştir. Ancak Türkiye'de, Türk askerî hükümetinin aynı biçimde sendikalar üzerinde aldığı vahşi tedbirler önemli görülmemiş, kayda değer bulunmamıştır. İkinci örnekle ilgili olarak ABD hükümeti ve iş dünyası, askerî hükümetin anti komünist tutumunu ve dışa açık ekonomi politikasını beğenmiştir. Sendikalar üzerinde alınan tedbirler solu zayıflatmış, ücretlerin düşmesine neden olmuştur. Polonya örneğinde propaganda, Sovyet destekli hükümete karşı puan kazandırmış ve ilgi daha çok, ücretleri Özgür Dünyanın işverenlerince ödenmeyen(!) işçilere yönelik olmuştur. Bu ikilemin şirkêt çıkarları ve anti komünist ideolojiye uygun olduğu açıktır.

'Kıymetli' ve 'kıymetsiz' mağdurlar ifadesini bu ikilemi açıklamak için kullanmıştık. Burada alaycı bir ifade ile bahsedilen ikilem açık bir biçimde, politik ve ekonomik çıkarlara bağlı olarak ortaya çıkan birbirinden farklı muamelelerin verili değerlilik dışındaki gerçekleşmesinin sonucudur. Gerçekte Polonyalı sendikacılar, komünizm alaşağı edildikten sonra kıymetlerini yitirdiler ve işçiler Batı merkezli neo liberal rejime karşı mücadele etmeye başla-

dılar. Bugün, Polonyalı ve Türk işçilerin acıları propaganda modeline ait filtrelerden geçmemektedir. Bu noktada *her ikisi de* kıymetsiz mağdurlardır artık.

Biz propaganda modelinin her şeyi açıkladığını ya da rızanın üretilmesinde tümüyle etkin rol oynadığını ve her şeye gücünün yettiğini iddia etmedik. Bu model medyanın *etkileriyle* değil, *davranışı* ve *performansı* ile ilgili bir modeldir. Tam da bu noktada biz alternatif medyanın, halka ait bilgi kaynaklarının ve medya gerçeği ile ilgili yaygın kamusal şüpheciliğin, medyanın propaganda servislerindeki etkinliğinin sınırları olduğuna açık bir biçimde dikkat çektik. Bu alternatiflerin daha etkili kullanımı ve desteklenmesinde ısrar ettik. Chomsky ve Ben, Vietnam Savaşı'nın ahlakîliği ve 1980'lerde Nikaragua'ya yapılan saldırının cazibesinin ötesinde, kamuoyunun seçkinler ve medyanın çizdiği hatta gelmeme yönündeki inatçı tavrından sıkça bahsettik. ABD'deki propaganda sisteminin gücü, seçkinler arasındaki konsensüsü harekete geçirebilme, buna demokratik bir ittifak görünümü kazandırabilme ve yeterli düzeyde kafa karışıklığı, yanlış anlama ve nüfusun genelinde seçkinlerin programlarını uygulamasını sağlayacak duygusuzluğu yaratabilme becerisinden kaynaklanmaktadır. Ancak ayrıca biz çoğunlukla, seçkinler arasında farklılıklar bulunduğunu ve bu farklılıkların tartışmaya ve hatta ara sıra (ancak çok nadir) ortak *niyete* ve hedefe ulaşmak için gerekli taktiksel araçlara saldırı imkânı sunduğunu da vurguladık.

Her ne kadar propaganda modeli sol tarafından genelde iyi kavranmışsa da, şikâyet dahilindeki bazı sözde kötümser hamleler ve umutsuz tuhafliklar giderilememiştir. Buna sıkı sıkıya bağlı bir itiraz da, etkili bir direnişin daha fazla olduğu yerel çelişkilere uygulanabilirlik meselesi ile ilgilidir. Ancak propaganda modeli yerel, hatta daha büyük çapta zaferlerin mümkün olduğunu var saymaz. Özellikle, seçkinlerin bölündüğü ya da çıkarlarını belli bir mesele içinde sınırladığı koşullarda zafer imkânsızdır. Örneğin silah kontrolü, okulda dua etmek ve çocuk düşürme hakları; küresel ticaret, vergilendirme ve ekonomik politikaya oranla birbirinden farklı muamelelere maruz kalabilir. Bunun dışında; emek, insan hakları ya da yerel işletmelere karşı savaşan çevre örgütlerinin iyi örgütlenmiş kampanyaları bazen medya tarafından olumlu bir anlam dahilinde izlenebilir. Gerçekte biz propaganda modelinin aktivistle-

re, medyanın meseleleri takip ederken kullandığı hâkim görüşü etkilemek için güçlerini en iyi şekilde yaymalarına yardımcı olabileceğini düşünmüştük.

Model, seçkinlere ait kurumlar olan hâkim medyanın haberleri birlikte biçimlendirdiklerini ve sadece seçkinlerin çıkarları dahilinde tartışmaya izin verdiğini; medyanın, seçkinlerin gerçekten ilgili olduğu ve birleştiği ve/ya sıradan vatandaşların herhangi bir meselede olayların ucunun gelip kendisine dokunacağını fark etmediği ya da etkili bir propagandayla hareketsizleştirildiği yerde seçkinlerin çıkarlarına uzlaşmacı hizmet edeceğini varsayar.

Liberal Ana Görüş ve Akademik ‘Sol’ Eleştiriler

Birçok liberal ve belli bir sayıdaki akademik sol medya eleştirmeni, propaganda modelinden hoşlanmamıştır. Saygı duyulan rolere sahip bazıları modeli, sistemin toptan mahkûm edilmesi olarak görmüşlerdir. Bazıları retoriksel bir biçimde bize, eğer medyanın kendisinden almıyorsa, onunla ilgili hâkim görüşü mahkûm etmek için kullandığımız bilgiyi nereden aldığımızı sormuşlardır. Bu eleştirilere göre sistem temelde, pişman edici, fakat tahammül edilebilir genişlemesinin neden olduğu eşitsizlikleri ve ayrıca çoğulluğunu ve tüketici taleplerine etkin bir biçimde tepki veren rekabeti ifade eder. Küresel analizler ve çözümlerle postmodernist bir üslup üzerinden bakıldığında, ya reddedilir ya da alay edilir; ama bireysel mücadeleler ve küçük zaferler bazı sözde sol düşünürlerce öne çıkartılır.

Ortaya konan birçok eleştiri kızgınlıklarını zor da olsa gizler; genelde propaganda modeli, dürüst bir sunuma ya da teste tâbi tutulmadan, birkaç yüzeysel klişe aracılığıyla iptal edilir. Şimdi bu ana eleştirilerin bazılarını kısaca tartışalım.

Fesat Teorisi: Bizim yaptığımız eleştirel analizler kaçınılmaz olarak fesat teorisine dönük feryatlara neden olur. Biz, propaganda modelini en iyi haliyle, ‘güdümlü pazar sistemi’ olarak tarif ettiğimizi ve fesadı açıkça reddettiğimizi yazdığımız onca sayfayı boşuna harcamış oluruz. Hâkim görüşe ait eleştiriler hâlâ görev yerini terk etmiş değildir, çünkü kapsamlı bir çalışmayı okumak için fazla tembeldirler ve fesat teorisinin radikal bir eleştirisini yanlış bir biçimde suçlamalarının kendilerine herhangi bir bedeli olma-

diğını bilmektedirler. Ayrıca, medyanın binlerce ‘bağımsız’ gazeteci ve şirketi içerdiği fikrine dönük yüzeysel bir önermeye sahip olduklarından, devletin hizmetindeki ‘parti çizgisi’ni izleyen herhangi bir bulgunun varsayılan fesada dayandığını düşünürler. (Gerçekte bu durum, resmî bildirimlerin safça ve yaygın kabulü, ortak içerilmiş inanışlar, eleştirel analizlere karşılık verileceğine dair korku ve buna benzer unsurlardan kaynaklanır.) Savunucular kurumsal etkenlerin ‘özgür bir medya’ yaratacağını ve bu medyanın fareler gibi, birbiriyle ilişki içinde yanlışı ve hatta aptal propagandayı yayaacağını söyleyen bir fikirde takılıp kalamazlar; çünkü böylesi bir çaba fesadı varsaymalıdır.

Bazen bir sözcük ya da ifadeden türetilen eleştiriler ara sıra, ironik bir biçimde, amacını gerçekleştirmek için kolektif bir niyet ya da işlev ileri sürer. Örneğin İletişim Profesörü Robert Entman medyanın 1973’te Vietnam ile ilgili olarak imzalanan Paris Anlaşması’nı izlerken, haberleri bilinçli olarak, devlet iktidarının ihtiyaçlarına hizmet etmedeki sadakat uyarınca hazırladığını ve bunun konumuza zarar verdiğini; ve devletin neredeyse, yazarların önceden tekzip ettikleri bir fesat teorisinin altına imza atmaya yakın olduğunu belirtmiştir.³ “Bilinçli olarak” ifadesi Entman’a aittir ve o, Paris anlaşmalarında bizi bir fesat teorisine ‘yakın’laştırmak için çaba harcamış medyanın davranışlarıyla ilgili sayısız ifadeyi göz ardı etmektedir. Ayrıca “tekzip” ifadesi de yanlış bir fikir vermektedir. Çünkü bu noktada, ortak görünüm, dürtüler, piyasadan ve örgütlü güçlerden gelen baskılar üzerinden işleyen bağımsız varlıklarla birlikte serbest piyasa modeline daha yakın olduğumuzu göstermek için çok acı çektik.

Propaganda modeli, medya davranışını ve performansını yapısal terimler içinde açıklar. Bütün bildiğimiz medyanın ve gazetecilerin sürekli yanlış fikir verdikleridir. Bazılarının propaganda çizgisini doğru bir biçimde içselleştirdiğine şüphe yoktur; bazıları yanlış olduğunu bilebilir, ancak mesele aslında bilinemez ve konu dışıdır.

Chomsky’nin Dilbilimi: Propaganda modeline dönük eleştirilerin bazıları komiktir. Carlin Romano, *Tikkun*’daki⁴ bir incelemesinde sorunu, her şeyin kökünün derin yapılarda olduğunu gösteren

³ Entman’ın incelemesi *Journal of Communication*, Kış 1990 sayısı içinde.

⁴ Carlin Romano, “Slouching Toward Pressology” *Tikkun* 4, no. 3 (1989).

Chomskyci dilbilim teorileri üzerine yerleştirir. Şirket davranışı ve performansının yapıda kökleştirilmesinin, modern sektörel örgütlenme analizlerinin özü olduğunun farkında değildir. Tabii ki bu fikrin izi Chomsky'nin dilbilimi ya da sektörel örgütlenme teorisinde bulunabilse de, asıl önemli meseleler şunlardır: Önermeler makul müdür? Model çalışmakta mıdır?.. Ancak, hususî ve olası bir kaynağı göstermek, gerçek medya insanlarıyla yapılan temasın eksikliğini ve uzaklığını dile getiren fikrin bastırılmasının bir biçimidir.

Muhabirlerle temastaki hata: Gerçekte Romano, Chomskyci dilbilimin dışındaki konuları takip ederken, muhabirlere neyi nasıl yaptıklarını soranların hata yaptığını söyleyerek, uyarıda bulunur. Her hangi bir delil sunmadan, eleştirdiğimiz gazeteci eğiliminin, eğer sorular yalnız bir açıklama talebiyle sorulmuşsa, iyi bir sebep için olduğunun gösterilmiş olması gerektiğini belirtir. Fakat, çok az sayıda muhabirle konuşmuş olduğumuz gerçeğinin ötesinde, söz konusu eleştiri anlamsızdır. Ayrıca muhabirler içselleştirdikleri eğilimin derin kaynaklarının farkındalar mı? Davranışlarını aklileştirmeye yönelmeyecekler mi? Daha da önemlisi, örneğin 1984'teki Nikaragua ve Salvador seçimlerini haber yaparken, eğer her iki seçimde de ABD hükümetinin propaganda çizgisi ile uyumlu ve birbirinden farklı soruları sorduklarını görürsek, acaba onlara kafalarında olup bitenlere ilişkin sorulacak sorular yararlı bir amaca hizmet eder mi? Muhabir-mülk sahibi arasındaki niyet ortaklıkları üzerine yapılacak bir soruşturmaya dayalı bu eleştiri çizgisi, esas olarak, niceliksel (ya da bilimsel) medya performans analizlerinin meşruiyetini inkâr eden bir oyun bozanlıktır.

Medyadaki uzmanlaşmanın ve tarafsızlığın dikkate alınışındaki hata: Son argümanın incelikli bir biçimi, İletişim Uzmanı Profesör Dan Hallin tarafından ileri sürüldü. Burada Hallin, gazeteci uzmanlaşmasının yetkinleştirilmesi meselesinin ele alınışında hata yaptıklarını söyler ve bu meselenin “medyanın nasıl işlediğini anlamada merkezî bir önemde”⁵ olduğunu iddia eder. Ayrıca Hallin, kamuoyunu korumak ve rehabilite etmek için uzmanlaşmanın, cevabın önemli bir bölümünü oluşturduğunu saptar.⁶

⁵ Dan Hallin, *We Keep America On Top of the World* (Londra: Routhledge, 1994), s. 13.

⁶ Dan Hallin, a.g.e., s. 4.

Fakat uzmanlaşma ve tarafsızlık donuk ve esnektir, ayrıca derin güç ve kontrol ilişkilerinin yüzeysel tezâhürleridir. Gazetecilik alanında uzmanlaşma, gazeteler rekabet içinde zayıf duruma düştükleri ve reklâmlara daha fazla bağımlı oldukları yıllarda artar. Bu, işçilerin patronlara karşı yürüttükleri uzlaşmaz bir hareket değildir, ancak patronlar tarafından aktif bir biçimde teşvik edilir. Gazeteciliğe meşruiyet nişanı veren uzmanlaşma, bu sayede okuyucuya görünürde haberlerin patronlar, reklâmcılar ya da gazeteciler tarafından yönlendirilmediğine dair güvence sunar. Belirli koşullarda bir dereceye kadar özerklik sağlar, fakat bir taraftan da, inanılır haber kaynakları olarak pahalı olmayan resmî kaynaklara itimat eden medya patronlarının bazı ticarî değerlerini de içselleştirir. Ben Bagdikian'ın belirttiği gibi uzmanlaşma, gazetecileri otoriteyle sürekli olarak yaptıkları uzlaşmalar konusunda, unutkanlaştırmıştır.⁷ Ayrıca Hallin de uzmanlaşmış gazeteciliğin kaynak hâkimiyetine sahip olma özelliği üzerinden hükümet kontrolünün tamamlamasına izin verdiğini teslim eder.⁸

Model Hallin'in, 1980'lerde Reagan'ın politikalarına karşı hatırı sayılır bir düşmanlık beslenen Orta Amerika'da yaşanan savaşların medya tarafından yapılan takibinin propaganda modeli ile açıklanamayacağını iddia ettiği noktada gerçekte çok iyi çalışmaktadır, dolayısıyla da Hallin'in "uzmanlaşma"ya dönük ısrarı her yönüyle başarısız olmuştur. O; "yönetim, savaş kazanmaktan daha ziyade televizyon haberlerinin hâkim biçimini belirlemede beceriklidir. Hikâyenin biçimlendirilmesinde kullanılan belli başlı modellerin neredeyse tümü, Washington'daki seçkinlerin tartışmaları ve politikanın evrimi tarafından izah edilebilir"⁹ demektedir. Bu tam da propaganda modelinin tasavvur etmesi gereken bir şeydir. Eğer, Hallin'in iddia ettiği gibi, kamuoyunun büyük bir bölümü seçkinlerin görüşüne itiraz ediyorsa, çoğunluğun kavradığı meselelerin sanal düzlemde tümüyle baskı altına alınmasına ne türden bir uzmanlaşma izin verir?

Hallin, El Salvador'da hiçbir zaman uygulanamayan insan haklarını rapor ederken, "gelişmekte olan alternatif bir perspek-

⁷ Ben Bagdikian, *The Media Monopoly* (Boston: Beacon, 1987) s. 180.

⁸ Hallin, s. 64-70.

⁹ a.g.e., s. 64, 74, 77.

tif'ten bahseder. Propaganda modeli neden uygulanamadığını açıklayabilir, fakat Hallin açıklayamaz. 700 gazetecinin izlediği 1982 Salvador seçimleri ve seçimin dürüstlüğü¹⁰ ile ilgili şüpheler, yönetim ve gerçeğin çarpıtılması için neden “kamusal ilişkilerde bir zafer” olarak görülmüştür? Hallin bunu da açıklamaz. *New York Times* muhabiri Raymond'ın ve uçaksavar ateşine maruz kalan Halk Diploması Ofisinden hiç bahsetmez. Nikaragua'da kontrgerillanın, Guatemala ve Salvador'da ölüm makinelerinin işlediği suçlarla ilgili en ufak bir haber yapılmaması konusunda medyanın neden hatalı olduğunu anlatmaz. Medyanın, Sandista'nın yaptığı kötülükleri ve 1984 Nikaragua seçimleri ile ilgili olarak geçilen haberlerdeki çifte standardı hiç anmaz. Seçkinlerin bölünmesi ve Reagan politikalarına karşı oluşan kamusal düşmanlığı verirken, medyanın itaatkârlığı olağanüstüdür ve artık mesele tartışmalı bir biçimde hangi propaganda modelinin öncelenmesi gerektiği sorusunun ötesine geçmiştir.¹¹

Devam eden muhalefetin ve direnişin açıklanmasındaki hata: Hem Hallin hem de tarihçi Walter LaFeber (*New York Times*'daki bir incelemesinde) Reagan'ın Merkezî Amerikan politikasına karşı sürdürülen muhalefetin modele uymadığını söylemiştir. Bu eleştiriler modelin, medyanın nasıl etkili olduğuyla değil, nasıl çalıştığıyla ilgilendiğini kavrayamamışlardır. Hatta daha sofistike ve sempatik birisi olan Philip Schlesinger, bizim modelimizi “etkiler” modeli olarak tanımlar. Ona göre “model, kamusal düşüncenin içinde yeniden üretilen baskın araçları varsayar”. Ancak, birden bizim ifademizi hatırlar: “sistem bütünüyle güçlü değildir... Hükümetin ve seçkinlerin medyadaki hâkimiyeti Vietnam sendromunun üstesinden gelme konusunda başarılı olamamıştır.”¹² Bizden hiçbir yerde, etkilerle ilgili ortaya koyduğumuz açık görüşlerin özetini sunarken hiç bahsedilmez. Biz ayrıca Orta Amerika konusunda seçkinlerin taktiksel açıdan yeterli ölçüde bölündüğünü ve önemli tartışmaların yapılabilmesi için gerekli alanı sunduğunu belirtmiştik. Ancak biz tartışma parametrelerinin ABD müdahale-

¹⁰ a.g.e., s. 72.

¹¹ Bu müstesna itaatin belgelerle gerçekleştirilen ispatı için bkz: Chomsky, *Necessary Illusions*, s. 197-261.

¹² Philip Schlesinger, “From production to propaganda?”, *Media, Culture and Society* 11 (1989): 301 içinde yer alan bir makale.

sine karşı yürütülen esaslı meydan okumalara doğru genişlemediğini vurgulamıştık.¹³

Propaganda modeline dönük bu eleştiri tarzının mantığı aracılığıyla, birçok Sovyet vatandaşının *Pravda* tarafından dayatılan çizgiyi sindirmemiş olması durumunun, *Pravda*'nın devletin propaganda faaliyetine hizmet etmediğini ispatladığı iddia edilebilir.

Uzaman varlığını, çekişmeyi ve etkileşimi göz ardı eden mekânîk ve işlevselci propaganda modeli: Dan Hallin gibi merkezî medya analistleri olan ve solda yer alan, Philip Schlesinger, James Curran, Peter Goldin, Graham Murdock ve John Eldrige gibi insanlar eleştirilerini olumsuz tepkiler üzerinden yükseltir. Bu eleştirilerin içinde sadece Schlesinger, modelimizin öğelerini özetler ve bizim delillerimizi tartışır. Çalışmaların meseleleri dile getirdiğini teslim eder, ancak sonunda bizim medyanın nasıl işlediği ile ilgili olarak çok fazla determinist görüşe sahip olduğumuzu ve bu görüşün açıktan işlevselci ideolojiye bağlandığını iddia eder.¹⁴ Özellikle, belirttiğimiz beş filtreye verilmesi gereken ağırlığın açıklanmasında başarısız olduk; ne dışsal etkilere izin verdik ne de (Graham Murdock'tan alıntı yaparak) "ekonomik dinamiklerin, basın sunumlarının biçimini ve alanını planlamak için işlediği yolların kapsamlı analizi"ni sunduk. Ayrıca, "güçlü etkiler modeli"ni ileri sürerken, sistemin bütünüyle güçlü olmadığını kabullenmiş olduk ve tabii bu da determinimizdeki sorunu ifade ediyordu aslında.

Propaganda modelinin determinist olduğuna ilişkin eleştiri, birçok önemli düşünceyi göz ardı eder. Determinist öğeler içeren her hangi bir model, eleştiri sistemin mantıksal açıdan uygun olmadığını, yanlış önceller üzerinden işlediğini ya da belirleyici değişkenlerinin tahmin edici etkisinin yetersiz olduğunu göstermedikçe, modeli yalancı şahit olarak gösterir. Çoğu eleştiri, sunduğumuz çalışmaların güçlü olduğunu teslim eder.¹⁵ Ancak iddia ettik-

¹³ Bkz: *Manufacturing Consent*, s. xii-xiii.

¹⁴ Schlesinger, s. 297.

¹⁵ Propaganda modelinin çözümlemesini desteklemek için Chomsky ve benim birlikte yaptığımız çalışmaların içinde *Manufacturing Consent*, oransal olarak, küçük bir yer tutar. Orta Amerika, Orta Doğu ve terörizmle ilgili çalışmalar özel olarak belirtilmelidir. Chomsky'nin *Necessary Illusions, The Fateful Triangle, and Pirates & Emperors: International Terrorism in the Real World* adlı çalışmasına; ve benim (Gerry O'Sullivan ile birlikte hazırladığım), *The Real Terror Network* adlı kitaba ve *The Terrorism Industry* adlı çalışmama bakılabilir.

leri determinizmin bizi nerede hataya düşürdüğünü göstermezler. Ayrıca, ne daha iyi bir iş çıkarmalarını sağlayacak alternatif bir modele işaret ederler ne de böylesi bir model sunarlar.

Propaganda modeli, oldukça karmaşık olaylar kümesi ile ilgilidir. Sadece, birçok özel ve yerel etkene dayanan değişikliği içeren geniş bir analiz düzlemi sunduğunu iddia eder. Bazı durumlara bütünüyle uygulanamaz. Fakat geniş etkilere ve kümülatif ideolojik güce sahip sayısız önemli konunun kavranmasını sağlar. Daha iyi bir model ortaya konmadığı sürece, savunulabilir. Genellikle eleştiriler akıllıca hazırlanmış genellemelere yapışır ve hiçbir eleştirel ayrıntılı ya da alternatif model sunmaz. Sundukları alternatiflerin sonuçları hiç de etkileyici değildir.¹⁶

Propaganda modelinin işlevselci olduğunu söyleyen eleştiri de aynı zamanda belirsiz bir niteliğe sahiptir ve bazen böylesi eleştiriler işlevselciliği daha fazla davet eder. Model, medyanın seçkinlere hizmet ettiği bir sistemi tarif eder. Ancak bunu modelin içinde, anonim karmaşık süreçler yardımıyla, açıktan bir fesada bulaşmadan, çıkarlarını doğallık içinde güçlü bir biçimde koruyan araçları içererek yapar. Bu, modelin bir marifetiymiş gibi görünebilir; dinamik ve kendi kendini koruyan etkin durumdaki sistemi işaret eder. Mülkiyet sahibi, hâkim finansör (reklâmcı) ve önemli haber kaynağı olmak üzerinden elde ettiği gücü aracılığıyla medyayı etkileyen bir şirket topluluğu, Medyada Doğruluk ya da Amerikan Girişim Kurumu gibi sağ kanat politik grupları, taciz ve ses uzmanlarının tedariki üzerinden etkilemek amacıyla, destekler.

Propaganda modelinin işlevselci olduğunu söyleyen eleştiriler (Eldridge ve Schlesinger), aykırı bir biçimde, kendi sonuçlarına ulaşmak için “örgütlü medya stratejilerinin ne türden kaynaklara yoğunlaştığını açıklayan analizlerin marifetlerinden bahseder. Görünüşte medyayı etkilemek için geliştirilen küçük şirket stratejilerini çözümlemek hoştur, ancak medyayı etkileyen küresel şirket güçlerine, binlerce yerel stratejinin tamamlayıcı etkileri dahilinde yoğunlaşmak tam da gayrî meşru işlevselciliktir!

Golding ve Murdock modeli, “stratejik müdahaleler”e dönük

¹⁶ Gerçekte, tek alternatif model Nicholas Lehmann tarafından sunulmuştur: *The New Republic*. Bu girişimin bir eleştirisi için bkz: Chomsky'nin *Necessary Illusions* adlı kitabı; s. 145-48.

ilgisi nedeniyle eleştirir. Bu bizim “sistemdeki çelişkileri göz ardı etmemize” neden olur. Mülkiyet sahipleri, reklâmcılar ve kilit politik kişilikler istedikleri şeyleri her zaman yapamazlar. “Bu sınırların kaynaklarını ve doğasını çözümlemek, eleştirel politik-ekonominin asıl görevi”dir.¹⁷ Golding-Murdock propaganda modelinin “stratejik müdahaleler” üzerine yoğunlaştığını söylemenin şaşırtıcı bir eksik okuma olduğunu iddia eder, çünkü onlara göre modelin filtreleri içerilmiştir ve asıl olarak yapının gücüne dayanan sınırlama ve seçeneklerin tatbiki ve kabulünün içselleştirilmesi üzerinden işler. Stratejik müdahaleler elbette meydana gelir, fakat bunların ikincil öneme sahip olduğu açıktır.

Ayrıca, propaganda modelinin medya sahiplerine/yöneticilerine sınırlamalar getirmediği doğru değildir; biz medyanın görece açık olduğu koşulları tanımladık ve ifade ettik. Esasen bu açıklık, seçkinler arasında uyuşmazlıklar yaşandığında ve toplumdaki diğer gruplar, meselelerle savaşmak için örgütlendiğinde, bununla ilgili bilgileri edindiğinde ve savaşmaya yöneldiğinde ortaya çıkar. Ancak propaganda modeli, bilgi akışına hâkim olabilen ve muhalif partilerin alanını sınırlayabilen güç sahibine ait medya kontrolü ve mekânizmalarının eleştirisini merkeze koyan eleştirel politik-ekonominin öncellerinden başlar. Gücün sınırları elbette önemlidir, ancak hâkim çıkarların gücünü azaltan, rekabete ait unsurları şişiren ve dışarıda kalmış olanı gerçekte sahip olunan daha kuvvetliymiş gibi gösteren araçlar olmadıkça, bütün bunlar neden ilk sırayı alsın?

Propaganda Modelinin Arttırılmış Uygunluğu

Ekonomide, haberleşme sektöründe ve politikada, son on yıl içinde yaşanan dramatik değişiklikler, propaganda modelinin uygulanabilirliğini arttırma eğilimine girmiştir. İlk iki filtre; mülkiyet ve reklâmcılık, her zamankinden daha fazla önemli hale gelmiştir. Kamusal yayıncılıktaki düşüş, şirket gücünde ve küresel yayılmadaki artış, medyada yaşanan şirket birleşmeleri ve merkezileşmeler, ABD ve dışında temel düşünceleri daha fazla kontrol

¹⁷ Peter Golding ve Graham Murdock, “Culture, Communications, and Political Economy”, James Curran ve Michael Gurevitch’in editörlüğünde; *Mass Media and Society* (Londra: Edward Arnold, 1991), s. 19.

edici bir konuma getirmiştir. Reklâmcılara dönük hizmette yaşanan rekabet şiddetlenmiş, editör ve reklâmcılık departmanlarındaki sınırlamalar giderek zayıflamıştır. Haber odaları ulusüstü şirket imparatorluklarına doğru daha fazla anonimleşmiştir. Kaynaklara ve iktidara karşı meydan okuyabilecek araştırmacı gazetecilik için gerekli yönetsel şevk azalmıştır. Kısacası, gazetecilerin profesyonel özerklik alanı daralmıştır.

Bazıları internetin ve diğer yeni haberleşme teknolojilerinin, şirketlerin gazetecilik üzerindeki boğucu hâkimiyetini kıldığını ve interaktif demokratik medya için benzeri görülmemiş bir alan açtığını tartışmaktadır. Gazetecilikte ve kitle haberleşmesinde bu görüşü destekleyecek her hangi bir delil bulunmamaktadır. Gerçekte yeni teknolojilerin sorunu kızıştırdığı iddia edilebilir. Yeni teknolojiler medya şirketlerinin personel sayısını azaltmasına yardımcı olur, bunu yaparken de daha fazla ürün alır ve yeni küresel dağıtım sistemleri oluşturur; böylece medyanın varlık alanı küçülür. Yeni teknolojiler demokratik haberleşme için büyük bir potansiyele sahip olsalar da, Pazar dikkate alındığında internetin demok-rasiye hizmet etmesi için çok az sebebi vardır.

Ayrıca, üçüncü ve dördüncü filtreler; seçkinlerin etki mekanizmaları olan kaynak bulma ve itiraz güçlenmiştir. Gazeteciliğe bağlı kaynakların küçülmesi, kâr kaynakları sağlayarak medyayı parasal açıdan destekleyenlerin daha büyük bir manivela gücüne sahip oldukları anlamına gelir. Bunun dışında, Alex Carey, John Stauber ve Sheldon Rampton'ın yaptığı çalışmalar, kamusal ilişkiler sektörünün bütün Amerika adına basının meseleleri takip etme sürecini nasıl manipüle ettiğini görmemize yardımcı olur. Sektör, kendi amaçlarına hizmet eden gazetecilik uyaşımlarının nasıl faydalı hale geldiğini anlar. Haber kaynakları üzerine yapılan çalışmalar, haberlerin önemli oranda kamusal ilişkiler aracılığıyla ortaya çıktığını göstermektedir. Muhafazakârlara ait bir hesaba göre, 20.000'den fazla kamusal ilişkiler acentesi haberleri elden geçirmekte, ardından da gazeteciler bu haberleri yazıya dökmektedir.

Beşinci filtre; anti-komünist ideoloji, büyük bir olasılıkla SSCB'nin ve küresel sosyalizmin çökmesiyle zayıflamıştır, ancak bu durum kolaylıkla, 'pazarın büyüğü'ne dönük inancın ideolojik gücüyle açıklanmaktadır (Reagan). En azından seçkinler arasında, deliller ne olursa olsun, piyasaların kâr amaçlamadığı ve piyasa dı-

şı mekânizmaların şüpheli olduğu var sayımı yaygındır. 1980'lerde Sovyet ekonomisinin yaşadığı durgunlaşma piyasaların eksikliğine dayandırılmıştır; kapitalist Rusya'nın 1990'larda entegrasyonu gerçekleştirememesi ise politikacıların ve işçilerin piyasaların sihrine geçit vermediği iddiasıyla açıklanmıştır. Gazetecilik bu ideolojiyi içselleştirmiştir. Beşinci filtreye eklememiz gereken şey de budur: Piyasa kurumlarına ait küresel gücün kontrolündeki bir dünya, piyasa dışı seçenekleri ütöpik gösterir ve bize içinde sınırsız bir gücün ideolojisi bulunan bir paket sunar.

Diğer Uygulamalar

Propaganda modeli, medyanın Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması'na (NAFTA), sonrasında yaşanan Meksika krizine 1994 ve 1995'teki küçülmeye yönelik tavrına fazlasıyla uygulanabilir. Bir kere burada sıradan vatandaşlar, seçkinler ve iş dünyası arasında keskin tercih farklılaşmaları vardır. Seçim sandıkları, seçkinlerin dışında büyük bir çoğunluğun NAFTA'ya ve Meksika'nın güvencesinde yatırımcıların kefaletle tahliye edilmesine karşı olduğunu göstermiştir. Medyanın haber takibi, 'uzmanlar'ın seçimi, ve köşe yazıları buna uygun olarak çarpıtılmıştır; NAFTA'nın yararına açıktan kesin yargılara ulaşılmış; bütün yetkin otoriteler bu yargıları kabul etmiş, ancak bu yargılara sadece demagoglar ve 'özel çıkar çevreleri' karşı çıkmıştır. *Washington Post* Editörü Meg Greenfield kendi köşesinde söz konusu dengesizliği şu şekilde açıklar: "Solda, sağda ya da ortada duran köşe yazarları arasında gerçekleşen anlaşma nadir yaşanan bir durumdur... Mevcut olmayan böylesi bir sunî dengeyi yaratmanın doğru olacağına inanmıyorum." Ancak, NAFTA'ya karşı çıkan çoğunlukla birlikte, düşünürlerin NAFTA öncesi var olan birliği basitçe seçkinlerin hâkim düşünsel eğilimine işaret eder. Ulusüstü medya şirketleri, faydalanan ilk kişiler olması sebebiyle, küresel ticaret anlaşmalarında bir birinden farklı çıkarlara sahiptirler.

Medyada hâkim olan emek karşıtı ve şirket yanlısı eğilim, editöryel açıklamalarda (hem *New York Times*'de hem de *Washington Post*'ta) net bir biçimde görülebilir. Gazete editörlerinin NAFTA ile ilgili yapılan seçimleri etkilemeyi amaçlayan çabaları, ABD ve Meksika hükümetlerinin ve şirketlerinin lobi/propaganda faali-

yetlerine dönük tek bir eleştirinin bile yapılmamış olması, medyanın tarafgirliğini ispatlar. Medya; ucuz emek ve NAFTA'ya geç de olsa eklenmiş olan çevrenin korunması ile ilgili tek taraflı anlaşmalar için müşteri arar. Bu sırada uygulamayı takip edemez. Gerçekte emek, Meksika'daki sendikal örgütlenmeye dönük saldırıları önlemek için kendi silahlarını kullanmaya çalışırken, basın meseleyi göz ardı eder ya da emeğin "saldırısı"¹⁸ olduğunu söyleyerek alay eder. Meksika'da, Aralık 1994'te başlayan küçülme ile ilgili olarak medya, NAFTA'nın suçsuz olduğunu ilân etmiş, buna bağlı olarak, seçimlerde ortaya çıkan kitlesel halk muhalefetine rağmen kefaletle kurtulan Meksikalı yatırımcıları desteklemiştir. Uzmanlar ve medya ısrarla, NAFTA'nın marifetiyle Meksika'nın "kendine kapandığını", bu nedenle de kendisini deflasyondan korumak için gerekli olan kontrollere baş vurmadığını söylemiştir. Onlar, kendi içine kapanmanın demokratik olmayan doğasından habersizdirler.¹⁹

NAFTA uygulamaları ve emeğin mücadele hakkının gösterdiği gibi, propaganda modeli yabancı olduğu kadar yerel alana da uygulanır. Son on beş yıl içinde emek ABD'de kuşatma altındadır, ancak siz bunu çoğunlukla medyanın hâkim görüşü aracılığıyla öğrenirsiniz. 1994'te *Business Week*'te yayınlanmış bir makalede; "son on iki yıl içinde... ABD endüstrisi yaşamındaki en başarılı savaşını yürütmüştür." denilmektedir. "Savaş, binlerce işçinin örgütlenme hakkı talebi nedeniyle yasadışı bir biçimde işten çıkarılması aracılığıyla gerçekleşmiştir. 80'lerin sonundaki tüm temsili seçimlerin üçte biri kural dışı işten çıkarmaların sonucunda meydana gelmiştir."²⁰ Ancak bu başarılı savaş, medya ile yapılan işbirliğiyle, sessizce yürümüştür. Sendikalara ait belgelerin iptal edilmesi ve işçilerin yerlerinin değiştirilmesi, Caterpillar Grevi gibi diğer birçok grevin zayıflatılmasına neden olmuştur. Propaganda modelinin kayda değer bir fotoğrafını Pittston

¹⁸ Bu konuyla ilgili bir tartışma için bkz: "Labor Aggression in Mexico", *Lies of Our Times*, Aralık 1994, s. 6-7.

¹⁹ Meksika'daki küçülme ve medyanın NAFTA'ya dönük davranışı ile ilgili tartışmalar için bkz: Thea Lee, "False Prophets: The Selling of NAFTA", Economic Policy Institute, 1995; Edward Herman, "Mexican Meltdown: NAFTA and the propaganda system" *Z Magazine*, Eylül 1995.

²⁰ Aaron Bernstein, "The Workplace", *Business Week*, 23 Mayıs 1994, s. 70.

Madenciler Grevi verir. Bu grev, SSCB'deki madencilerin grevin-den çok daha az bir ilgiyle karşılanmıştır.²¹ Yıllarca medya, Yeni Ekonomik Düzen içinde sıradan vatandaşlardan oluşan çoğunluğun neden olduğu kötü durumdan sadece marjinal bir çıkar bulmuştur. Bu meseleyi, Pat Buchanan'ın sağcı çizgilerinin zorlamasıyla "keşfetmiştir".

1992-1993 yıllarında sağlık sigortası ile ilgili olarak yaşanan tartışmalarda medya tek kişilik ödeme fikrine, ciddi bir biçimde itiraz etmiştir. Söz konusu itiraz, açık ve geniş kamusal desteğe, Kanada'daki sistemin başarılı uygulamasına rağmen gerçekleşmiş; ülkedeki sigorta ve tıbbî hizmetler kompleksine hizmet etmiştir.²² Medyanın eleştirel olmayan haberleri, malî tahditlere dönük aciliyetle ilgili yorumlar ve 1992'den 1996'ya kadar süren dengesiz bütçe, iş dünyasını sosyal bütçeyi azaltmaya ve düzenlemeleri zayıflatmaya teşvik etmiştir. "İlaç savaşları"nın²³ dahil edilebileceği bu ve bunun gibi konulara propaganda modelinin uygulanması mümkündür.

Son Not

Geçmişe dönüp baktığımızda, belki de bizim propaganda modelinin, belirsiz ve değişken etkilerle birlikte, aslında medya davranışı ve performansı ile ilgili olduğunu daha açık hale getirmemiz gerektiğini düşünüyoruz. Medyanın hem içinde hem de dışında olan rakip güçlerin daha ayrıntılı bir açıklamasını yapmalıydık. Ayrıca, bunların sözü geçen bir konuma gelmesini sağlayan koşulları tarif etmeliydik. Ancak bu önemli noktaları açık hale getirmemiş de olsak, hiçbir şey bizim "fesat teorisyenleri", "katı deterministler" ya da halkın direnme imkânlarını reddeden kişiler (ki biz insanları direnişe çağırdığımız halde) olarak etiketlenmemizi önleyemezdi.

Propaganda modeli 1990'larda geriye, medyadaki hâkim görüşün çözümlenmesi ve anlaşılması için gerekli olan ve üzerin-

²¹ "Lost in the Margins: Labor and the Media", *EXTRA!*, Yaz 1990.

²² "Health Care Reform: Not Journalistically Viable", *EXTRA!*, Temmuz-Ağustos 1993; John Canham-Clyne, "When 'Both Sides' Aren't Enough: The Restricted Debate over Health Care Reform", *EXTRA!*, Ocak-Şubat 1994.

²³ Bkz: Chomsky, *Detering Democracy* (Londra: Verso, 1991) s. 114-21.

de çok çalışma yapılması gereken bir iskelet bırakmıştır. Orta Amerika ile ilgili yaptığımız aktarımlarda söylediğimiz gibi, medyanın performansı, medyanın hükümet propagandasına boyun eğen beklentilerine çoğunlukla üstün gelir. Biz hâlâ yaptığımız eleştirilerin daha iyi bir model oluşturmasını beklemekteyiz.

DEMOKRASİ VE YENİ TEKNOLOJİLER

Ken HIRSCHKOP

Sosyal demokrat ve sosyalist düşünce, çok uzun bir zamandan beri, sosyal değişim süreci boyunca yaşanan sosyal ilişkileri, acının, çatışmaların, suç yoğunluğunun olmayacağı ve fedakârlık gerektirecek bir tür değişim çerçevesinde hayal etmiştir.

Böylesi bir sosyal hayatın; verili kaynakların daha etkili ve idareli kullanımı, ekonominin ve devletin daha akılcı yönetimi ve 'ilerleme'nin gerçekleşmesine izin verilmesi aracılığıyla dönüştürülebileceğini düşünen insanlar her zaman olmuştur. Bu tip senaryolarda değişimin, sosyal ilişkiler alanının dışından; bilim, sosyoloji ve dinden kaynaklandığı düşünülür. Bu nedenle, mücadele ve kaybın yaşandığı herhangi bir moment yoktur. Yirminci yüzyılın sonunda makinelerin ve teknolojinin 'cansız' dünyasının, sosyal hastalıkları kimseyi rahatsız etmeden iyileştirebileceği düşünülmüştür. Teknolojik dönüşümü savunanlar, iddialarını politik radikallerce vaat edilen sosyal ütopyalara dayandırmış, bu ütopyaları ise statükoyu değiştirmeden uygulayacaklarını taahhüt etmişlerdir. Teknolojinin beyaz ısıısıyla işleyen ve savaş sonrasına ait bu tip görüşler yoksulluğun yok edilmesi üzerine yoğunlaşmışlar; ('Yeşil Devrim'de olduğu gibi) ucuz yemek, ucuz tüketim, daha rahat bir yaşam biçimi ve düzenli yüksek ücretler vaat etmişlerdir. Ancak zorluklar, yeni 'enformasyon teknolojisi' çeşitlerinin ortaya çıkmasıyla artmaya başlamıştır. Enformasyonun aktarımında ve işleminde yapılan teknik icatlar, sadece ekonomik yeniden doğuma değil, onu önceleyen ve bir çırpıda gerçekleşmesi umulan büyük saadete ve demokrasiye eklenmiştir. Newt Gingrich'ten Başkan Yardımcısı Al Gore'a, Elektronik Bölge Kuruluşu üzerinden siber-anarşist ve feministlerden oluşan gruplara kadar herkes, telekomünikasyonu ve taşınabilir bilgisayar araç gereçlerini, yeni ve daha demokratik olan sosyo-politik ilişkiler için araç olarak kabul

ederler. PC ve modernin sözcülüğünde, yirmi birinci yüzyılda yaşayan herhangi bir vatandaş, kendinden önce yaşamış, birçok haktan mahrum kalmış ve baskı altında tutulmuş nesillerin hiçbir zaman anlamayacağı böylesi bir demokrasiden zevk duyacaktır.

Kitle Teknolojileri mi?

Bu yeni enformasyon teknolojileri nelerdir? Son yirmi yıl içinde yaşanan teknolojik gelişmelerin iki önemli boyutu vardır. İlki; ‘kişisel bilgisayarlar’ın ve buna bağlı yazılımın yaratılması ve gelişmesidir. Aslında, önemli işletim gücü ve hafızasına sahip bir bilgisayar, (evde ya da işte) kitlesel kullanım için hazırlanmıştır ve evde kullanılabilen bir gereç olarak satın alınmaya elverişlidir. PC’de (Apple tarafından üretilen küçük bilgisayarlarda) saklı olan teknik gelişmenin derecesi, bütün bunlara tanıklık eder. Günümüzün bireyi pahalı bir ürün esas alındığında (çamaşır makinesinden daha fazla, otomobilden daha az) otuz yıl öncesinin büyük bir araştırma kuruluşuna oranla daha fazla bilgisayar kullanma becerisine sahiptir. Kişisel donanımın gelişimine paralel olarak, uzman kullanımından daha fazla kitlesel kullanım için düzenlenen yazılım, sektörel açıdan gelişmiştir. ‘Grafiksel kullanıcı ara yüzeyi’nin (Apple Mac System ve Windows’un sembol merkezli ‘dili’) ve ‘dostça kullanım’ programlarının yaratılması, bilgisayar kullanımını teknik açıdan daha az göz korkutan bir pratik haline getirmiştir. Bunun için, gerekli bir tanıtıma dönük uzun eğitimler yerine, (bir endüstrinin de konusu olan) kısa birkaç ders yeterli olmaktadır.

Bilgisayar dili daha kolay algılanır bir biçimde gösterildiğinden, bilgisayar ‘sohbet’lerindeki konular artmıştır. Bu sayede, bilgisayarlar bugün geniş bir alanda; eğlence, eğitim, ev işleri ve meslekî çalışmalar için kullanılabilir. PC pazarının asıl önemli bölümü evlerden ziyade ofislerdir ve (hepsi değilse de) birçok model, Pazar payı göz önünde tutularak hazırlanmaktadır. Bununla birlikte, bir zamanlar aslında ‘ağır enformasyon sektörü’nün bir birimi olan şeyler bugün tüketici birimine tercüme edilmiş ve asıl olarak uzman olmayanlar için elverişli hale getirilmiştir.

Teknolojik gelişmedeki ikinci boyut ise telekomünikasyondaki ‘devrim’dir. Bu devrim, önceden düşünülmesi mümkün olmayan bir hız ve nicelik dahilinde, yeni enformasyon türlerine bağlanma

imkânı sunmuştur. Faks makinesi, kablolu TV ve internet, söz konusu dönüşümün popüler sembolleridir. Bu araçlar, bilgisayar teknolojisinde birbiri ardı sıra yaşanan gelişmelerle birlikte büyük miktarlardaki veriyi dünya geneline sanal düzlemde dağıtmış, böylece bireylerin sahip olduğu ve kontrol ettiği bilgisayarlar arasında karşılıklı etkileşimi mümkün kılabilmektedir. Bu konuda, miktarın niteliğe tercümesi doğrudan gerçekleşmiştir: Yeni veri miktarları yeni veri türleri anlamına gelir. Tüm bunların koordine edilmesini sadece figürler aracılığıyla değil, karmaşık metinler, görüntüler ve sesler aracılığıyla sağlanır.

İleti teknolojilerinde yaşanan dönüşüm, kablo bağlantılarını ve parça teknolojilerinin gelişimini kapsar. Bu durum yazılım sektörünün ilerlemesine neden olmuştur. Söz konusu bileşkede teknolojiler uzman olmayan bir kişinin, hem metin ve görüntüleri yönlendirmesini sağlayan araçlarla donatılmış bir bilgisayarı kullanmasını, hem de dünya üzerindeki tüm bilgisayarlarla haberleşmesini sağlamıştır. Doğaldır ki, ekonomik güçler bu noktada durmayı arzulamamaktadır: Bilgisayar hizmetlerini TV ve telefonun meydana getirdiği şebekelerle birleştirmek istemektedir. Böylece geleceğin ailesi, dış dünya ile kurduğu bütün elektronik haberleşme ağını tek ve oldukça kârlı bir servis aracılığıyla gerçekleştirecektir. Daha az doğal olmamak kaydıyla, bu entegrasyonun neden olacağı yaşam biçimi üzerinden, keskin ekonomik çelişkiler baş gösterecek, burası ve başka her yer için gerekli olan birleşik bir telekomünikasyona dönük ihtiyaç piyasadaki anarşiyle çelişecektir.

Konuyla ilgili şu örnek verilebilir: PC üretiminde lider konumda olan Microsoft, bilgisayar üreticilerinin Windows programını temel yazılım paketinin bir bölümü olarak kullanmalarını sağlayarak, pazar hâkimiyetini garanti altına almıştır. Fakat bu PC'ler bilgisayar şebekelerine bağlandığında, yeni 'şebeke servisleri'ne bağlı yeni yazılımlar sahneye çıkmış; Microsoft bu duruma kendi şebeke servisi ve belleğini kuracağını söyleyen sert bir kampanyayla cevap vermiştir. Ancak, entegre olmuş bir sistemde, böylesi bir durum karşısında kimse pazar payını feda etmek istemeyecektir.

Bu teknolojinin bilinen bir tarihi vardır. İnternetle ilişki içinde olan yazılım ve donanımın gelişimi, özel ve kamusal araştırma kuruluşlarında, önemli ölçüde ABD Savunma Bakanlığı'nın maddî

desteğine bağlı olarak gerçekleşmiştir. Küçük bilgisayarlara dönüş teknoloji, şirketlerin bilgi geçişi ve manipülasyonu ile ilgili ihtiyaçlarına uygun hale getirilmiştir. Kimse enformasyon teknolojisindeki gelişmenin nedeninin, finans sektörünün aşırı gelişiminde ve 'Post-Fordizm' olarak adlandırılan üretim örgütlenmesindeki değişiklikte saklı olduğunu inkâr edemez. Her ne kadar internet 'devlet' ürünü olsa da, yeni teknolojiler kamusal hizmetler olarak düzenlenmemiştir. Şirketlere ya da devlete/orduya ait araştırmalar ve gelişmelerin ürünüdürler. Bununla birlikte, ortaya çıkan sonuç, birkaç bilim kurgu yazarı da dahil kimse tarafından tahmin edilememiştir.

Gerçekte yeni teknolojiler bilgisayar kullanımını 'sekülerize' ettiklerinden kaynaklar, eskiden 'yüksek' ve pahalı olan teknolojiler için kullanışlı hale getirilmiştir. PC endüstrisi daha fazla yeteneğe sahip ve 'vatandaş kullanımı'na uygun, yüksek amaçlı makinelerle yoğunlaşmışken, PC'ler daha fazla satılabilir bir ürün durumuna gelmiştir. Ancak, her ne kadar onu delirten ve tahrik eden bir durum olsa da yeni tarzdaki yazılım, bilgisayar okur-yazarlığını kitlesel bir fenomen haline getirmiştir. PC kullanmak ve uluslararası telekomünikasyon şebekeleri üzerinden haberleşmek, ne muazzam finansal kaynaklar, ne de bir üniversite derecesine denklik sağlar. Çoğunluğun çıkarı hâlâ daha fazla refah içinde olan endüstriyel uluslardayken, internete ve kişisel bilgisayar kaynaklarına yöneliş, birçok ulustaki çoğunluk için potansiyel bir gerçekliktir.

Fakat bu yöneliş neyi göstermektedir? Daha fazla reklâm alma imkânı sonsuz addedilirken, süreç iki temel haberleşme türüne ayrılmaktadır. Bir yönüyle PC'ler, hem verilerin CD'lere ya da disk-lere kaydedilmesiyle, hem de internet aracılığıyla, bilgisayar verilerine tercüme edilmiş bilişsel ve eğitimsel kaynaklara ulaşma imkânı sağlar.

Bu kaynaklar metinlerden, seslerden ya da görüntülerden oluşur ve modern haberleşme imkânlarından daha az etkileyici değildir. Bir tartışma kaydı, tren çizelgesi ya da özel bir yerleşimin haritası gibi belirli bilgi türlerinin tetkik edilmesi ve izleyerek bulunması için uygundur. Şebekeleşmiş bir bilgisayar etkin bir terminaldir ve burada bir kişi her gün içeriği iyileştirilen zengin bilgisayar 'arşiv'lerine ulaşabilir. Bilgiye ulaşma konusunda reklâmcılık önemli yer tutar: Yeni teknolojiler önemli bir atılımdır.

Hizmetin ikinci türü, bireysel kullanıcılar arasındaki karşılıklı etkileşimdir. Kişisel bilgisayarlar arası bağlantılar ve üst düzey şebekelerden oluşan ağların kademeli oluşumu yazılı sohbetin yeni bir türünü meydana getirmiştir. En dramatik örnek elektronik postadır. E-posta, mektupların uluslararası ölçekte daha çabuk değiş tokuş edildiği bir iletişim alanıdır ve eskiden kent aristokratlarının imtiyazı dahilinde kullanılan bir yöntemi taklit etmiştir. Bundan daha özgün olan bir başka şey de tartışma listeleri ve bülten masalarıdır. Bunlar, bir çeşit sürekli açık forum imkânı sunar ve terminale girebilen herkese katılım imkânı sunar. Aynı şekilde, geçen on yıl içinde mümkün hale gelen her çeşit araçtan hem daha hızlı hem de ölçek olarak daha uluslararasıdır.

Fakat, son ve teknolojik açıdan en çarpıcı etkileşim, katılımcıların hemen görüldüğü, aynı zamanda hemen cevap verdiği bir sahnenin üzerinde ilerleyen ‘gerçek-zaman’ sohbetleridir. Bu durum, haberleşme türleri arasında gerçekleşen, zaman ölçeğinde sözel, biçim olarak yazılı, saha içinde elektronik olan yeni bir karışımı ifade eder.

Yeni bir haberleşme biçimi olduğundan bahsederken, son biçimin birçok yorumu etkilemiş olduğunu görmenin şaşırtıcı olmadığını da eklemek gerekir. Geleneksel olarak biçimlerin en içten olanı ve uluslararası ölçekte yaşanan sohbet imkânı, farklı bakış açlarına göre, cesur, yenilikçi ya da sıradan sohbetlerin kötü bir örneği olabilir. Bu kötü sohbetler kimileri için sosyal yükten daha fazla bir şeydir. Bununla birlikte, etkileşimin bütün biçimleri birbirinden önemli ölçüde farklıdır: Sözde ‘sanal topluluklar’ın temeli olarak hizmet ederler; yani topluluklar, mesaj değiş tokuşları aracılığıyla bilgisayar şebekesi üzerinden oluşurlar. Verili şebeke böyle sayısız topluluğa ev sahipliği eder ve çocukça mevzulardan ciddî politik başlıklara kadar geniş bir yelpazeye yayılan ton ve konu çeşitliliğine alan sunar. (‘Sanal’ın tarifi, tabii ki, abartılıdır. Çünkü insanlık sözelliğin sınırlarını aşmıştır. Yani, yazının icadıyla birçok toplum fiziksel yakınlığın yanı sıra başka bir şeyin üzerinden de oluşmaya başlamıştır. Bu açıdan; her ne kadar örgütlenmesini ve bakımını daha kolay yapıyor olsa da, bilgisayar şebekeleri bu konuda yeni bir durum yaratmamaktadır.)

Bilgisayar İdaresindeki Demokrasi?

Yeni teknolojilere dönük demokratik güvenceler bu yeteneklerde yatmaktadır. Küçük bir bilgisayar aracılığıyla, yazılımdaki basit bir bilgi ve telefon hattına bağlantıyı sağlayan bir modemle bir kişi mesajları, verileri, görüntüleri ve sesleri, diğer uluslararası terminale hem geçirebilir, hem de oradan gerekli cevapları alabilir. Böylesi bir imkân politik örgütlerce de kullanılabilir. Enformasyon teknolojisinin bu türden bir efsanevî kullanımı Zapatista lideri Marcos tarafından gerçekleştirilmektedir. Marcos, bildirimlerini etkin bir biçimde internet üzerinden göndererek geleneksel medyayı saf dışı bırakmıştır.

Örgütlenme araçları olarak yeni teknolojiler, şüphesiz ki, güçlüdür ve uluslararası haberleşmenin çabuk, hızlı ve ucuz yoldan akmasını sağlar. Ayrıca, uluslararası bültenlere imkân verir ve eski telefon direklerini antikaya dönüştürür. Fakat, örgütsel amaçlar açısından teknoloji, politik olarak tarafsızdır, çünkü otoriteye sahip olanlarla ona karşı çıkanlara aynı yardımı sunar. Yeni teknolojilerle ilgili gerçek politik iddialar; bu teknolojilerin bilgiye girişi ve doğuştan demokratlaştırıcı etkileşimin politik açıdan tarafsız olmayan uluslararası bir biçimini mümkün kıldığına dönük inanışa dayanır. Bu nedenle, eğer bilgiye dayalı bir tartışma demokratik hayatın engellenmemiş eleştirisine dönük olarak yapılırsa, demokratik hayatı besleyen teknoloji, sadece demokrasi güçlerinin ortak çıkarı için çalışır.

Ancak, teknoloji yanlısı ifadeler okunduğunda, internetin ölçülü ve sorumlu bir vatandaşa yapabileceği şeyin onları heyecanlandıran şey olmadığı fark edilebilir. Fakat söz konusu baş döndürücü imkânlar, zarar vermeyi amaçlayan anarşist eğilimdeki insanlara yeni bir alan açar. İnternetin icadında kullanılan teknoloji askerî bir emrin sonucunda hazırlanmıştır ve amacı termo-nükleer bir saldırıdan korunmak için gerekli bir kontrol sistemi oluşturmaktır. 'Paket çevrimi' olarak bilinen bir yöntemle, bilim adamları bilgiye yeni bir rota vermişler ve bu sayede bilgiyi, merkezi haberleşme kanallarına bağımlı olmaktan kurtarmışlardır. Bu, haberleşme şebekelerinin kontrol edildiği ve gözlendiği merkezî bir noktanın (en azından şimdilik) olmaması anlamına gelir. Sanki merkezi sınırlamadan kesin bir özgürlük tellerle sisteme bağlanmış gibidir. Heye-

canın ikinci kaynağı açık bir biçimde, yazılım bağımlı sistemlerin daimi güvensizliğinden kaynaklanır; büyük kurumların bu konuda nasıl çaba harcadığı ortadadır. Bilgisayar korsanlarının sistemlerine sızmasını engelleyememektedirler. Elektronik Bölgeler Kuruluşu korsanlara, hükümetle birlikte planladığı bir saldırı gerçekleştirmiştir. Oysa bu kurumun görevi, internetin açıklığını hükümet ve şirketlerin yıkıcılığından uzak tutmaktır.

Solcu politik ekonomistler, siber-anarşist olma saflığına çabuk kapılmışlardır. Onlar bize, bu teknolojilerin kökenlerinin ABD'deki askerî-endüstriyel kompleksin kalbinde olduğunu; bu konuda yapılan araştırma ve geliştirmelerin, ticarî ve askerî kullanım dışında her hangi bir amacının olmadığını hatırlatmıştır. Ancak, şebeke araştırmasının cömertliği yüreği ısıtırken (belleği özgürce ele veren gelenek tekrar tekrar teknoloji yanlılarınca dile getirilmiştir) yeni teknolojide meydana gelen gelişmenin büyük bir bölümü kapitalist endüstrinin yeniden yapılandırılmasına ve askerî kontrol ve güvenliğin sağlanmasına adanmıştır. PC'ler ve şebekeler politika için çok iyi bir biçimde kullanılabilir; fakat şebekenin biçimi ve bilgisayar araç gereçlerinin yapısı, en başta devletin ve kapitalist şirketlerin ihtiyaçları tarafından belirlenir.

Bununla ilgili gereken para verildiğinde, sonuç başka türlü olabilir. PC ve modemlerin görece düşük maliyeti, şebeke altyapısının oluşturulması ve işletilmesi kadar araştırma-geliştirmenin neden olduğu aşırı maliyeti de gizler. Para bir yerden gelmelidir; söz konusu yer Federal Hükümet ve (IBM ve AT&T gibi) şirketler olacaktır. Onlar bu parayı, demokrasinin genişlemesi olarak değil, gelecekte elde edecekleri kârlar olarak görür. Ayrıca şirketler için, her şeyin ötesinde, bu yeni haberleşme biçimi yeni iş türlerine imkân verir ve yeni bir sömürü yöntemi sunar. Yeni görüntüleme biçimleri sağlar (bilgisayarlar kendi üzerinde yapılan işlerin büyüklüğünü ve yoğunluğunu ölçebilmektedir). Evde çalışmayı kolaylaştırarak işvereni masraflarla uğraşmaktan kurtarır.

Bir tüketici birimi olsa bile yeni teknolojinin açık sınırları vardır. Çünkü, toplamda ileri teknoloji ürünleri tehlike arz eden büyüklüğe sahip olmasa da, küçük de değildir ve topluma giriş imkânlarının genişletilmesi dışında, yeni bir iletişimsel soykırım uygulayacağına inanmak için birçok sebep vardır. Yeni kaynaklar hayal gücünü tahrik ederken, bilgiye ait eski kaynaklar azalır (halk

kütüphanelerinde olduğu gibi) ya da özelleştirilir (kablolu televizyon yayınının kaldırılması). Nüfusun büyük bir bölümü için ücretler dondurulduğunda ya da azaltıldığında, bilgiye ya da haberleşmeye girişin arttırılmasına ilişkin vaat, viziteler düşük olsa da, çok fazla cazip bulunmayacaktır.

O halde, yeni bilgisayarlaşma ve haberleşme kaynaklarının uygulanabilirliği üzerinde açık bir sınırlama vardır. Yeni teknolojiler beraberinde, ordunun ve şirketlerin ayrıcalıklı olduğu bir dünya getirir ve bu durum iyileşmek şöyle dursun git gide kötüleşmektedir. Ayrıca, yazılım ve donanımın düzenlenmesi, demokratik politikalarla değil, yeni endüstriyel çıkarlarla uyumlu olacaktır.

Enformasyon İktidar mıdır?

Her ne kadar politik ekonomistlerin eleştirileri bu konuda yerinde ise de, onlar bir başka açıdan önemli bir noktayı gözden kaçırmaktadırlar. Eleştirilerin özü şudur: Eğer herkes bu yeni kaynaklara eşit bağlanma hakkına sahip olabilseydi, o zaman sonuçlar gerçekten demokratik olabilirdi. Daha fazla bilgiye daha kolay ulaşma daha iyi bilgilendirilmiş vatandaşlığa neden olur; daha iyi bilgilendirilmiş vatandaşlık, internetin sunduğu haberleşme imkânlarıyla, gücü ve istişarenin daha mükemmel biçimlerini sıkça kullanabilir (referandum, kamusal oturumlar, seçmenlerle elektronik istişareler vb.).

Bu denklem, yeni teknolojilerle ilgili olarak yapılan politik tartışmaların en zayıf noktasıdır. Hiç kimse, bu teknolojilere girişin bilgi kaynaklarına, süratli ve hatta uluslararasılaşmış tartışma ve istişare imkânına giriş anlamına geldiğinden şüphe edemez. Fakat sorun liberal demokrasilerin bilgiden mahrum olması mıdır, yoksa oy kullanma işlemlerinin sıkıcı oluşu mudur? Ben böyle olduğunu düşünmüyorum. Yorulmak nedir bilmeyen bir insan olan Chomsky bir yerde meseleleri devlet ideolojisinin üzerinden görmeyen ne uzman eğitimini, ne de uzmanlara ait arşivlere ulaşmayı sağladığını söylemiştir: Ona göre bilgi kamusal ve kullanışlıdır, insanın ihtiyacı olan şey şüphecilik ve gerçeği söküp alma isteğidir. internetin ve kişisel bilgisayarın varlığı bilgiye ulaşma imkânını arttırır (ve teorik olarak 'seçim yapmayı' daha çabuk ve kolay hale getirir). Ancak bilgiye ulaşma ilk sıradaki temel sorun değildir.

Tabii ki, özellikle politik konuların bilimsel meselelere karıştığı yerde ortaya çıkan ve bilgiye ulaşmanın sorun olduğu birçok durum vardır (örneğin, endüstriyel kirlenme, ticarî amaçlı üretilen ilâçların güvenliği, vb.). Politik iktidarın temel eşitsizliği bilgi eşitsizliğine dayanmaz: Yönetenler daha fazla bildikleri için yönetemezler. (Kendi iddiaları ne olursa olsun, çoğunlukla daha az bilirler.) Yaptıklarının ve yapmadıklarının ne olduğunu bilmeden, yönetirler. Kapitalist şirketler, politik temsilciler ve bürokratlar için bilgiyi destekler fakat, onları etkileyebilme becerisi bilginin niteliğine değil, devlet projelerine ya da özel politik gruplara destek sağlama becerisine bağlıdır. Özel işletmelerin ve yarı-kamusal birliklerin finansal gücü ve buna uygun yönetim yapısı vardır. Devlet, adlî kurumlarıyla gerektiğinde güç olarak zoru kullanma becerisine sahiptir.

Elbette ki bilgiyi kullanır ve bilgiye ulaşmanın sürekliliğini sağlarlar. Ancak bu, iktidarın temeli değildir. Kişisel bilgisayarlar ve yeni donanımaya dayalı yeni telekomünikasyon sektörünün yükselişi bu meseleyi karmaşıktırmıştır. Bu türden bir sermaye birikiminin son ikonu olan Bill Gates'in muazzam kişisel servetinin ve finansal başarısının, bilimsel-teknik uzmanlığına tanıklık ettiği iddia edilir. Fakat aslında Gates, kapitalizmin günümüzde yaşanan yeniden yapılanma dalgasını çok iyi kullanabildiği için başarılı olabilmiştir. Finansal destek, çalışma hayatında yaşanan değişikliklere kolay uyum sağlayan bir ürün ve piyasayı kendi ihtiyaçlarına göre zorlayabilme becerisi, başarısındaki temel etmenlerdir. Gates'in anahtar ürünü Windows yazılımı, herkese göre ne özgün ne de etkileyici bir üründür. Sadece Macintosh sisteminin sulandırılmış bir versiyonudur.

Benzer yergiler sonsuz referandum hayaline de yöneltilebilir. Liberal-kapitalist demokrasilerde, halk gücünün eksikliği karşısında sıkça yapılan seçimlerin kazandıracağı bir şey yoktur. Mesele halkın gücü ve oy kullanma arasında oluşan denklemin dışındadır. Liberal-kapitalist devlete sınırlarını ve şeklini verirken halk gücü, sadece resmî oy kullanma işlemi aracılığıyla değil, örgütlü gösteriler, endüstriyel eylemler ve boykotlar biçiminde hareket edebilir. Oy kullanmadaki sayısal artışın demokrasinin hastalıklarına çare olacağını düşünenler, demokrasideki sorunu kapitalizme ait gerçeklere değil, 'temsiliyet' meselesine dayandırmaktadırlar.

Ancak son söylenen, aslında tecrit edilmiş olan oy kullanımının, seçkinlerin kararlaştırdığı meşru stratejiler ve politikaların bir parçası olduğunu ispatlamaktadır.

Bu, soldaki birçok kişinin yeni medyanın demokratik imkânları ile ilgili olarak kendisini aldatmasına neden olan yargı yeteneğindeki geçici bir kayıp (ya da karanlık bir çağda kurtarıcıya olan ihtiyaç) değildir. Teknolojinin neler yapabileceğine ilişkin görüş, yirminci yüzyılın sonundaki politik iktidarın ve liberal-kapitalist devletlerin doğasını yanlış okumaktan kaynaklanır. Bu nedenle, birçok solcu şimdiden, hatta internet ve PC'lerin ortaya çıkmasından da önce, bilgi ve iktidar arasında kurulan akılsız bir denklemin taraftarı olmaya başlamıştır. 1960'lardaki 'teknokrazi' eleştirisi doğru bir biçimde, kapitalizmi olası en verimli yoldan idare edebileceklerini iddia edenlerin sahip olduğu politik ve ekonomik çıkarların maskesini düşürmüştür. Fakat ayrıca bu durum otoritenin bir başka biçimde görülmesine neden olmuştur. Buna göre devlet, gerçekte ordu ve polis gücünün bağlı olduğu bir büyük şirkettir. 1980'lerin başına dek süren bu eğilim, bilimi ve otoriteryanizmi post-modern bir denklem içinde anlayan bir yöne doğru gelişmiştir. Buna göre Gulag'dan beri meseleleri doğru ve yanlış üzerinden tarif etmek kaçınılmaz ilk adımdır.

Devletler ve kapitalist şirketler, parasal destek sundukları araştırma ve çözümlemeye güvenirlir. Ancak, kapitalist yönetici sınıfın açıklayıcı bir özelliği, onun araştırma sonuçlarını kabul etme ya da bastırma, üyelerinin uygun bulduğu bulguları göz ardı etme ya da uygulama arasında seçim yapabilmesidir. Bilimsel ya da kültürel bilgi, otoritesinin temeli değil, aracıdır. Teknoloji dergilerinden biri olan *Mondo 2000*, iddiasını hâkimiyet fikrine dayandırır: "eski bilgi seçkinleri ayrışmaktadır" demektedir. Yeni ve öncü bir şeyi temsil ettiğine emindir. Elbette bilgi seçkinleri zaman zaman ayrışır, fakat bunlar politik ve ekonomik seçkinlerle aynı niteliğe sahip değildir. Platon'un Cumhuriyet'inde yaşamadığımız açıktır. Teknofillerin ifrada varan savunuları bilginin elverişli olduğunu, politik iktidarın düşeceğini ya da belki de birçok kişinin elinde toplanacağını söyleyen görüşten kaynaklanır. Fakat bilginin önemli bir bölümü şimdiden kullanımdadır ve eğer iktidar merkezî niteliğini koruyorsa, bunun nedeni bilginin kendince yeterli olmamasıdır.

Kendi geçimleri için bilginin üretimine dayananlar bilgiyi ye-

terli görebilir. Alman yazar Hans Magnus Enzensberger, orta sınıflara ait özellikleri icat, yazı, keşif ve bilgi üretimine dönük ilgi olarak belirlemektedir. Tümüyle, burjuvalara ait iktidara ve servete sahip olmamaları nedeniyle, kelimenin en geniş anlamıyla, kendilerini 'kültür' üretimine adanmışlardır. Bilgisayar korsanlarının ve kendi yazılımlarını herkese açan özgeci profesyonellerin efsanevî hikâyelerini okuyanlar, kendilerini hiç kimse bunları düşünmekten alıkoyamaz. Kendi emeğinin meyvesine ulaşmanın demokrasinin anahtarı olacağına inanan bir bilim adamı ya da teknisyen, şemadaki rolünü unutmaz. Bir korsan, kendisini politik iktidarın kıyısında değil, merkezinde gören kişilere politik bir karakter içinde görünür. Ancak bu kişiler IBM'i işleten bilim adamları değil, yönetici kademesindeki insanlardır ve onlar da sadece ortakların emrinde çalışır. Bilgi büyük bir şeydir ve takip ettiği iş soylu bir çabadır. Fakat onun yokluğu demokratik olmayan yaşamımızın sebebi değildir. Ayrıca, ne ekranda ne de basın-yayında daha demokratik bir idare için uğraşmayacaktır. Yeni teknolojiler, eskiden olduğu gibi, kârın zorunlu öğeleri olarak, ortada duran toplumsal gücümüzü yönetmez. Enformasyon teknolojisi halen kapitalizmin gözde oğludur, fakat onun toplumsal durumu ebeveynlerinin bir armağanıdır.

Son birkaç yıl içinde yaşananlar, sosyalistlerin ve hatta ılımlı sosyal demokratların cesaretini kırmıştır. Yaşanan birçok tersliğin ve hayal kırıklığının ardından, kapitalizmin çok uzaklara köprü atabileceği düşüncesi ve sonrasında bunu iptal etmesi akılları çelmiştir. Şirketlere ait iktidarın kendi mezar kazıcısını, ucuz ve yüksek teknolojik biçim içinde kitlelere satmasının şiirsel adaletine karşı kim durabilir? Ancak şiirsel adaletin cazibesi her zaman gerçekten farklı olarak, birilerinin oturup ilerleyişini izlediği bir durum olmuştur. Toplumsal yapı demokrasi yoksunluğuna dayanır, ancak demokrasi, kavgaya ve söz konusu yapıya karşı mücadele edecek akıl, irade ve çıkarlara sahip sosyal güçlere dayanır. Şüphesiz ki, teknolojinin bu mücadelede bir rolü olacaktır, fakat teknoloji her hangi bir kestirme yol sunmayacaktır: hiç kimse demokrasiyi satın alamaz ya da her hangi bir Web sitesinden indiremez. Demokrasi; cesaret, metanet ve politik örgütlenme ister. Bugün Microsoft bunları sunan bir yazılım hazırlamak zorundadır.

ENFORMASYON TEKNOLOJİSİ VE SOSYALİST ÖZ-YÖNETİM

Andy POLLACK

Sosyalizmin olabilirliğine dönük inanç, sosyalist olarak adlandırılan ülkelerin kapitalizme geçişi ve sermayenin bir kez daha kuralların ölçüsünü ve ölçeğini belirlemesi sonucu azaldı. Öz-yönetime dayalı demokratik sosyalist bir toplum henüz kurulmadı. Sosyalizmin maddî imkânı, endüstrinin verimliliği ile hizmet ve malların miktarı anlamında, bu yüzyılın büyük bir bölümünde var oldu. Bugün bu tip olguların yönetimi, yani sosyalizm süreci için gerekli olan teknik temel, 1990'ların ortalarından sonlarına kadar, enformasyon teknolojisindeki gelişmeler sonucunda büyük bir ilerleme kaydetti.

Tüm bu gelişmelere paralel olarak post-kapitalist bürokrasiler yıkıldı. Bilgisayar teknolojisinde yeni icatlar gündeme geldi. Bunun sonucunda, icatların demokratik planlamaya engel olacağı yönünde şüpheler ortaya çıktı. Sosyalist ülkeler kapitalizme doğru yol alırken, internet kullanımı ve kullanım alanları, genelde enformasyon teknolojisi (IT), öz-yönetime dayalı bir ekonominin teknik (ve kısmen örgütsel) temellerini attı. Dünya üzerinde on binlerce toplumsal örgüt, iş dünyasının, hükümetlerin ve araştırma şirketlerinin geniş veri tabanı ve ekonomik modelleme araçları üzerinden kendi aralarında ilişkiye geçebilmekte ve birbirleriyle temas kurabilmektedir. Eğer gelecekte, her hangi bir ülkede bir devrim gerçekleşirse, internet kullanımına dayalı demokratik¹ ve

¹ IT'nin demokratik plânlama için sunduğu potansiyel ve bilgisayar kullanımına dayalı olan çeşitli karar alma işlemlerinin etkin olacağı geleceğe dönük somut tahminlerle ilgili olarak bkz.: W. Paul Cockshot ve Allin Cottrell, *Towards a New Socialism* (Nottingham: Spokesman, 1993).

etkin bir plânlamaya geçiş, sosyalist ekonominin uygulanamaz olduğu iddialarını rafa kaldıracaktır.

Öz-yönetim için enformasyon teknolojisinin kullanılması fikri, bilgiyi yükleyen ve çözümleyen teknolojinin sermayenin değil işçilerin elinde olduğunu kabul eder. Enformasyon teknolojisi, gücü gasp etmenin değil, güç yönetiminin basit bir aracıdır. Medya, çoğunlukla enformasyon çağı ve IT imkânlarının sağladığı sürtünmesiz demokratik kapitalizm üzerinde dururken, IT'nin nasıl ve neden gelişip uygulandığı sorununu göz ardı eder. Onu sanal mal ve hizmetlere değil de, maddî üretime dayalı ekonomik artı değer artırılması için bir araç olarak görür. Günümüz ekonomi politliğinde, IT kullanımına dönük oluşturulacak genel bir anlayış, bir fare (mouse) hareketi ile değil, atılacak milyonlarca adımın, havaya kaldırılacak milyonlarca elin ve çıkarılacak milyarlarca sesin fabrikaları, madenleri, ofisleri ve bilgisayarları ele geçirerek, öz-yönetimli bir topluma ulaşmak için ön koşuldur.

I. Hız, Büyüklük ve Geçiş

Alec Nove, her gün trilyonlarca malın ve bunların ticaretini yapan milyonlarca insanın olduğu modern bir ekonomide, sadece pazarın arz-talep mekanizmaları ile gerekli hesaplamanın yapılabileceğini iddia eder. Zaten her hafta hazırlanan hesap spektrumu, ürünlerin üretim hızı ve büyüklükleri hakkında yeni bilgiler vermektedir. Pentagon'da ve önde gelen bazı üniversitelerde kullanılan süper bilgisayarlar, modern sosyalist ekonomik plânlama için milyonlarca denklemi çözebilecek düzeye çok uzun bir zaman önce ulaşmıştır. Dahası, karmaşık hesaplamalar yapabilen, donanım açısından ucuz ve küçük, ancak bir o kadar da yetenekli paralel işlemciler ve müşteri/sunucu dizimleri, hızla çoğalmaktadır.

1995 yılında geniş çevrelerin dikkatini çeken Gary Kasparov ile IBM Deep Blue arasındaki satranç maçında kullanılan paralel işlemcilerin gücü anlaşılmıştır. Bu makine, ekonomiden daha karmaşık olan ekolojik değişimler ve atmosfer olaylarına ile ilgili olarak önceden bilgiler verebilmektedir. Bu tür süper bilgisayarların ve paralel işlemcilerin bir bölümüne internet aracılığıyla ulaşmak mümkündür. Şu sıralar hükümet, akademi ve iş dünyası, internet II'nin inşa edilebilmesi için birlikte çalışmalar yapmaktadır. Ka-

muya açık olacak olan bu ağın yaygın ve hatta daha hızlı olacağı ön görülmektedir.

Geçen Kasım ayında, Cray Research Unit of Silicon Graphics, saniyede 1 trilyon işlem yapabilen bir süper bilgisayar tanıttı. Bu bilgisayar aracılığıyla üç ay sürmesi gereken bir proje artık birkaç gün içinde bitirilebilecek. Kısa bir süre sonra da Intel Şirketi'nin ve US Energy'nin Sekreteri Hazel O'Leary, saniyede 1 trilyon işlem yapabilen bir bilgisayarın geliştirildiğini duyurdu. Bu bilgisayarlar, Japon Hitachi Şirketinin saniyede 368 milyar işlem performansını tarihe gömdü. Bir karşılaştırma yapılırsa; ABD'deki her bir kadın, erkek ve çocuğun 1 trilyon işlemi hesap makinesi ile hiç ara vermeden yapabilmesi için 125 yıl gerekiyor. O'Leary'ye göre, 7.264 Pentium çipiyle sıradan bilgisayarların bir birilerine bağlanması ile yapılan bu iş umut vericidir. Ona göre, eğer bu makine Noel Baba olsaydı, ABD'de herkese, göz kırpması süresinden daha kısa bir zaman içinde hediye dağıtabilirdi.

Yeni süper bilgisayarlar, bilim insanlarına ait bazı projelerde kullanılmak üzere saklanacak. Intel yetkilileri, bilim insanlarının nükleer patlamalardan DNA'ya kadar birçok alana dönük yaptıkları araştırmaların önünü açacak bir araç sunduklarını söylemektedir. Projenin geliştirme şefi Justin Rattner, projenin fiziksel dünyaya dönük gerçek simülasyonlar oluşturabilmek için atılmış küçük bir adım olduğunu ifade etmektedir.

New York Daily News, Intel'in elini çabuk tutması gerektiğini yazdı: IBM, saniyede 3 trilyon işlem yapabilen, çok daha hızlı bir bilgisayar geliştiriyor.

O'Leary'nin Noel Baba benzetmesi, ironik olsa da, yeni bir bilgisayar kuşağının plânlandığını anlatır. Noel Baba benzetmesi, ekonomideki karmaşık dağıtım modellerinin tasarlanmasında kullanılır. Paralel bilgisayarlar, milyonlarca yol üzerinden taşınan hesaplamaları saniyeler içinde çözme yeteneğine sahiptir. Bu tarz bilgisayarlar, halk konseyleri tarafından sağlanan enformasyon aracılığıyla sosyalist plânlamayı imkânsız hale getiren düğümü çözebilir.

IT, sahip olduğu potansiyel sayesinde, sosyalist plânlanmanın önündeki bir diğer engeli, milyonlarca ürün ve hizmeti, milyonlarca tüketici ve üreticiden oluşan ekonomiye sunma konusunda yaşanan enformasyon akışı sorununu giderebilir.

IBM, 2 milyon patent dosyasını Web ortamına koymayı düşün-

mektedir. Geniş veri tabanları internete konabilmekte ve bunlar çok sayıda kullanıcı tarafından paylaşılabilir.

Ticarî ve finansal sektörde, daha büyük veri tabanlarına web üzerinden ulaşılabilir. İnternet bağlantısının evrenselleşmesi için yeni teklifler yapılmaktadır. Bilgisayar ve internet kullanımı yaygın gibi görünse de, hali hazırda tabakalaşmış durumdadır. İnternete bağlanan hane sayısı 1996'da 23.4 milyonken, 2000'de 66 milyona çıkmıştır. ABD'de yaşları 18-24 arasında değişen 25 milyon gencin beşte biri internete bağlanmaktadır, bu sayının gelecek 5 yıl içinde ikiye katlanacağı beklenmektedir.

New York'taki halk kütüphanelerinde 500'den fazla bilgisayarın internet bağlantısı vardır. Bu bilgisayarlar ayrıca ulusal ve dünya ticaret veri bankalarına da bağlıdır.

Bilgisayar derslerinde hep şunu öğrettim: İşçiler, sendikalar üzerinden bilgisayara bağlanacak ve hatta çocuklar hem okuldan hem de evden kuracakları bağlantılarla daha güzel vakit geçirecektir. Hatta en ilkel bilgisayarların olduğu laboratuvarlar bile öğrencilerin endüstrideki iş kaybını (iş sağlığı üzerinde yaşanan kayıplar) ölçebilecek ve yönetimde devrim konulu makaleler yazılabilecektir.

Birçok işçinin cadde üstünde kurulu olan bilgisayarları kullandığı görülmektedir. ATM'ler işçileri bankalarına bağlamakta ve ayrıca şans oyunları oynamalarını da sağlamaktadır. Farklı bir toplum içinde bu araçlar, işçilerin tüketim taleplerini kaydedebilecekleri, iş değiştirme arzularını iletebilecekleri, üretim ve tüketim talepleri için oy kullanabilecekleri bir ortamı hazırlar.

Artık lise öğrencileri, üniversitedeki astronomlarla, e-posta aracılığıyla, Jüpiter'e çarpan bir meteorla ilgili tartışma yapabilmekte, onların bilgisayarlarını kullanarak bilgi elde edebilmektedirler. Her Pazar, *New York Daily*'de interaktif tartışma sitelerinin bir listesi yayınlanır. Haftalık alternatif dergiler yeni elektronik sohbet grupları ile ilgili haberler verir. Bunların her biri sosyalist plânlama tartışmaları için potansiyel siteler olabilir. Liseli öğrenciler örneğinin de göstermiş olduğu gibi, bu tartışmalar fikirlerin yazılması ile sınırlı kalmaz, ayrıca veri değişimini de sağlar.

II. Şebekeler: Katılıma Açılan Yollar

a) *Şirket içindeki intranetler*

Bireysel ekonomik birim çerçevesindeki öz-yönetim potansiyeli, şirket içi ağların kapsandığı intranetlerin yayılması aracılığıyla açığa çıkabilir. Bugün şirketlerin çoğunda intranet vardır ya da kurulma aşamasındadır. Intranet üzerinden çalışanlar, elektronik ortamda veri, tablo ve film görüntüleyebilmektedir. Bu gelişmeler ekonomi basınında, yatay yönetimdeki yeni tarzlara dönük, ancak farklı bir sistemde gerçekleştirilebilecek potansiyelle ilgili birçok saçmalığa yol açmıştır. İşin gözetlenmesi ve yoğunlaştırılması, ayrıca sömürü ve kâr oranının artırılması için kullanılan günümüz teknolojileri çok farklı amaçlar için kullanılabilirdi.

1982'ye geri dönecek olursak, makine parçası üretimi yapan Warner&Swasey şirketinin bir çalışanı, bana işçilerin bilgisayar kullanarak kendi iş verimliliklerini gördüklerini ve şirket kârlarına ortak olduklarını gösterdi. İşçiler imalathanedeki terminallere ürettikleri parçaların sayısı, imalat süresi, parçanın hangi bölüme gittiği ile ilgili verileri giriyordu. Bu işlemden sonra bilgisayar, işçilerin üretimini ve primlerini hesaplıyordu. Şirketin çalışanı, bu terminallerin biri ile gerçekleştirilen sömürüyü, parça başına ne kadar ücret ve prim alındığı arasındaki farkı ve şirketin üretilmiş malların her parçasının satışından ne kadar kazandığını gösterdi. Onun, şirketin bilgisayar kullanarak elde ettiği sonuçları gösterdiği şey aslında artı-değer teorisiydi.

Şeytanî Bilgisayar İmparatorluğu Microsoft, verili ekonomik birim kapsamında ve halk temelli ekonomik karar alma süreçleri nezdinde gerekli olan bilgisayara dayalı olan iş programları sunmaktadır. Örneğin: Project, Team Manager, Access, Excel, Word ve Publisher. İlk ikisi, belki de karar alma süreci için en önemli olanıdır. Takvim oluşturmaya ve kaynak kullanımına imkân sunmaktadır. Bir veri tabanı olan Access, işçiler, envanterler, tedarikçiler ve tüketiciler arasındaki ilişkileri depolar ve çözümler. Excel üretim ve ödeme ile ilgili ölçümleri düzenlemek için kullanılır. Word ve Publisher ise ajandalar, bildiriler ve önergeler için elverişlidir.

1993 yılında IT pazarındaki en sağlam program, Alman patentli SAP/R3'tür. Bu program, çok boyutlu format içindeki program-

ların veri tabanları arasında bağlantı kurar ve dev şirketlere ait departmanları niteliksel açıdan birbirine bağlar.

Intranetleri, grup içi yazılımları ve interneti birbirine bağlamaya dönük yeni girişimler üzerinden, yazılım endüstrisinde çok ciddi bir rekabet yaşanmaktadır. Geçen yıl içinde Microsoft'un stratejisi, masa üstü PC yazılımından yazılımlar arası ağ kurmaya doğru değişmiştir. Bu değişimin nedeni kısmen internet kullanımının artması, bunun da ötesinde, şirket şebekeleri kurmadaki liderliğini pekiştirme niyetidir. Bu konuda ilk olarak (şirket intranetleri için hazırlanmış olan) Windows NT yazılımının hâkimiyetini artırmış; ikinci olarak da, bu yazılımı internet programlarına bağlamıştır. Sonrasında Netscape, Microsoft'un tarayıcı alanındaki çalışmaları, grup içi yazılıma dönük bir proje ile cevaplayarak IBM'in Lotus ürününün de olduğu bu pazara girmeye çalışmıştır. Netscape'in intranet pazarı ile ilgili yaptığı inceleme, pazarın 2000 yılında 10 milyar Dolarlık bir hacme sahip olacağını göstermiştir.

Netscape'in grup içi yazılım programı, dosyalar arasında bağlantı ve şirket içinde enformasyon paylaşımı sağlarken, aynı zamanda müşteri ve şirket arasında bağ kurar. Grup içi yazılım, internetin veri alınması ve verilerin güncellenmesi için yazılan 'Push' ile birlikte çalışmak adına tasarlanmaktadır. Artık siz bilgiyi bulmazsınız, bilgi sizi bulur.

Şirket içi kullanım için geliştirilen IT, şirketteki işçilerin kendi öz-yönetimi için de kullanılabilir. Bir birinden farklı ürünler, hizmetler, çalışma programları ve ücretler plânlanabilir; üretilen artığın işçilerin ihtiyacı ve toplum arasında bölüştürülmesi meselesi çözümlenebilir.

Intranetlerin internetle bağlantılandırılmasındaki artış, şirket içi şebekeleşmeye dönük bağlantıların öz-yönetime dayalı ekonomik birimler arasında da gerçekleşebilmesi imkânını verir.

b) Şirketler arası planlama

Bilgisayar kullanımı, şirketler ve tüketiciler arasındaki akışın yeniden ölçüm sürecinde, anında karar almaya dönük yönetim çılgınlığının bir parçası olmuştur. Wal-Mart bilgisayar sistemi, envanterleri minimize etme ve değişen tüketici ihtiyaçlarını tespit etme konusunda son derece hızlı davranma becerisine sahiptir. Oto ima-

latçıları, araba dağıtıcıları ve şirketler arasındaki ilişkiyi kurmak için benzer sistemler kullanmaktadır. FedEx İş Bağlantısı, nakliyecilerin kendi Web sitelerini kurarak ürünlerinin reklâmını yapmalarını sağlar. Müşteri talepleri, hat üzerinden, FedEx internet bağlantıları aracılığıyla karşılanır. FedEx yetkilileri bilgi, ulaşım, taşımacılık, sipariş, kayıt ve iade gibi konuları da kapsayan çok geniş bir hizmet ağına sahip olduklarını ifade etmektedir. Başkan yardımcılarında biri, ürünün son müşteriye ulaştırılmasında, elektronik ticaretin sınırlarının aşıldığını söylemektedir.

Şimdi bu bilgisayarların tüketici konseylerine dönüştürüldüğünü düşünelim. Tüketici istekleri doğrudan ATM ve PC'lere yüklenebilir. Bu istekler satın alma noktasında da karşılanabilir. Bu şekilde konseyler üretim birimleri haline gelir. Dahası, tüm bu işler gerçek zaman üzerinden yapılabilir. Yani, ürün sepetindeki olası müşteri ihtiyaçlarına dönük tahmin, milyarlarca isteğin doğrudan kaydı ve bunların üzerinden üretim ve dağıtımın sabit hesaplaması yapılabilir.

Yıllar önce, Pan Am şirketinde rezervasyon bölümünde çalışırken böylesi hesaplamaların yapılabileceğini öngörebiliyordum. Şirketin bilgisayar tabanı, rezervasyon sistemi aracılığıyla, uçuşları ve uçuş saatlerini tüketiciler üzerinden yeniden düzenleyebiliyordu. Fiyatlar, her uçuş için yapılan rezervasyonlar ve satışlar baz alınarak, yeniden hesaplanabiliyordu. Bu değişiklikler, tekrarlanan karar alma süreçlerinde teknik ve örgütsel alanların bağlantılandırılmasının mükemmel bir örneği idi. (O zamanlar bile yolcular kendi rezervasyonlarını on-line yapabiliyorlardı.)

IT'nin bu alanda yaşadığı gelişmeler, bilgisayar departmanları ve enformasyon yönetim sistemleri yerine, şirket dışı kullanımları gündeme getirdi. Enformasyon yönetim sistemleri, ortak plânlar geliştirmek için sosyalist ekonomik birimler tarafından da kullanılabilir. Elektronik Veri Sistemleri'nin kurucusu Ross Perot, servetini ilk olarak Kaliforniya Hükümeti'nin kendi veri tabanını oluşturmak için görevlendirilmesi ile sağladı. Artık, diğer şirketler de, eyaletlerin yeni refah yasalarına uyması zorunluluğu üzerinden, eyalet kayıtlarını tutmak için girişimlerde bulunmaktadır. ABD'nin en yüksek gelire sahip şirketi olan General Elektrik'in, enformasyon yönetimine dönük hizmetinden elde ettiği gelir, geleneksel üretimden elde ettiği gelire eşittir.

Bu şirketlerin sosyalist planlama merkezine dönüştüğünü düşünün; şirketler arası üretim kontrol ediliyor, sosyal hizmetlerde değişikliklerle müdahale edilebiliyor ve kamu kurumları tarafından sağlanan hizmetlerde değişime dönük kararlar verilebiliyor. Böylesi programların, seçilmiş plânlama komiteleri tarafından diğer işyerlerinden ve topluluklardan gelen ve tekrar oralara gönderilen bilgilerle hesap yapabilmek şansına sahip olduklarını düşünür. Malların ve hizmetlerin birimler arasındaki dağılımı, birimler arası konseyler tarafından kontrol edilebilir; ürün karışımları ve miktarlarına, ayrıca sosyal önceliklere dönük kararların güncellenmesi mümkün olabilir. Dağıtım masraflarının ve süresinin azaltılması ile elde edilen birikim, çalışma saatlerinin kısaltılması ve/ya çözümlememiş sosyal sorunların ortadan kaldırılması sağlanabilir.

Federal hükümete ve devlete ait iş departmanları, uygun meslekleri bilgisayar ortamında uzun zaman önce yayınladı ve yakınlarda da bu mesleklerin bir listesini on-line vermeye başladı. New York İşçi Kariyer Merkezleri, sendika destekli istihdam ve yetiştirme merkezlerine ait bilgisayarlar Emek Departmanı'nın veri tabanına bağlanabilir ve kendilerini meslek araştırma merkezinden, işçi sınıfının her bir endüstrideki çalışma saatlerini ölçebildiği, iş dağıtımını yeniden yapabildiği ve böylece haftalık çalışma süresini kısaltabildiği öz-yönetim merkezlerine dönüştürebilirdi.

Nisan 1997'de, AFL-CIO, kullanıcıların yıllık gelirlerini şirket üzerinden karşılaştırmaları için Web'de bir site açtı. Program, şirket çalışanına, idarecisinin yıllık geliri ile eşit bir gelir için kaç yıl çalışması gerektiğini hesaplaması imkânını vermektedir. Şimdi ise, bu propaganda alıştırması kolaylıkla hem emek miktarının hem de onun ürünlerini yeniden dağıtan bir araca dönüşmektedir.

c) Siber alışveriş:Tüketimde öz- yönetim

Tüketimin ve yeniden üretimin demokratik planlaması için gerekli olan teknoloji ve örgütsel bağlantılar son birkaç yıl içinde büyük bir aşama kaydetti.

1996 yılı boyunca, yılbaşı alışveriş sezonunda Medya, Web sitelerinde sunulan mallar ve siber alışveriş merkezleri ile ilgili haberlerle doluydu. Bu yıl içinde 3 milyon hane, 95 yılında yapılanın iki katı miktarda, yaklaşık 1 milyar Dolarlık harcama yaptı.

Siber alışveriş merkezleri, tüketicilerin kendi tüketim ihtiyacı tahminlerini girmelerini sağlayabilir. Önceden sipariş alan bilgisayarlar, şirketlere gelecekteki satışlarını önceden projelendirme imkânı verir; tüketicilerin çeşitli mallara dönük tercihleri ve sonuçlarını kaydedebilir, sonuçlar da ilgili endüstri kollarına yönlendirilebilir. Bu sonuçlar ışığında, hem bireysel tüketiciler hem de konseyler elde ettikleri çıktılar üzerinden bazı tahminlerde bulunma şansına sahip olabilir.

d) Ekonomi temelli planlama

İnternette çok uluslu şirketler, akademi, borsa ve hükümet tarafından kullanılan makro ekonomik analizler ve plânlama araçları ile ilgili birçok örnek mevcuttur. Borsada, bilgisayarlar on binlerce şirket için meta ve stok fiyatlarındaki değişiklikleri kaydeder. İnterneti olan herkes bu değişiklikleri kendi bilgisayarından izleyebilir. New York Daily News, her gün kendi Web sitesinde, iş dünyası ile ilgili sayfalarda kazanç, gelir, yüksek ve düşük fiyatlandırmaya dönük bilgileri okuyucularına verir.

İnternet üzerinden interaktif plânlama yapılabileceğinin basit bir örneğini The Economic Democracy Information Network-Ekonomik Demokrasi Enformasyon Ağı (EDIN) verir. Bu ağ kendi sayfasında interaktif bir yoldan kullanıcıların, hükümet acenteleri için yapılan harcamalardaki değişikliklerin federal hükümete ne ölçüde zarar verdiğini görmelerini sağlar. Kullanıcı bilgisayar aracılığıyla, çeşitli hükümet departmanlarında geliri ne oranda değiştirmek istediğini söyler. Bilgisayar da ona bütçe açığının ne ölçüde büyüyeceğini ya da azalacağını gösterir. Sonrasında kullanıcı konuyla ilgili yorumlarını e-posta yoluyla diğer katılımcılara iletir.

Maryland Üniversitesi'nde faal olan forum ağı (Inforum), sosyalistlerin daha önce planlı ekonomi için kullanmayı düşündüğü makro ekonomik modelleme aracına, – girdi/çıktı tabloları ve lineer programlamaya – web bağlantısı yapma imkânı verir. 1970'lerden beri Inforum'un ekonomik veri programı (Inforum's EconData program) şu tip soruları cevaplar: Havayolları sektöründe yapılan askerî harcamalar nasıl azaltılacak? Parasal desteğin % 6 oranında artması kereste endüstrisi için ne ifade ediyor? ABD kimya endüstrisi Doların değer kaybından ne ölçüde etkilenir? Çeşitli en-

düstri kollarında istihdama dönük vergi yasaları ile ilgili genel değişiklikler nasıl bir sonuç verir?

Bu sorular, (ilk olarak Wassily Leontieff tarafından geliştirilen) girdi-çıktı tabloları yardımıyla cevaplandırılmaktadır. Bu tablolar ABD ekonomisinde tüm mal ve hizmet akışını görüntüler; bizim bir endüstri kolunda, üretim seviyesinde yaşanan değişikliğin diğer endüstri kollarını nasıl etkileyeceğini ve bu karşılıklı etkilerin GSMH, kârlar, hükümet geliri, tüketim vb. konulara nasıl ekleneceğini görmemizi sağlar. Girdi – çıktı tabloları, bir ay, bir yıl ya da on yıl gibi belli süreler için kurgulanır.

Ekonomik veri (EconData) içindeki bu veri tabanları eyalet ve federal hükümetler, aynı zamanda IMF ve Dünya Bankası bazında toplanan ekonomi ile ilgili istatistikî bilgileri içerir. Forumun bu verileri kullanarak iş dünyasından müşterilere sağladığı soru çeşitleri, işçi ve toplum plânlamacılarının tepkisini çekebilir. EDIN'in, Forum gibi modellere bağlanan, gerçek verilerin sürekli bir temel üzerinde kamulaştırılmış borsanın bilgisayar sisteminden foruma açıldığı interaktif bir versiyonu geliştirilebilir.

Inforum kullanıcılarına kısıtlı bilgi ile karmaşık matematiksel programlar için çalışma imkânı sunar. PC'ler için geliştirilmiş, ekonometrik resesyon ve model inşa programı olan PDG programı kullanıcının, düzenli olarak güncellenen binlerce ekonomik zaman dizisiyle veri bankaları kurup kullanmasını ve ayrıca karmaşık matematiksel işlemlerin tümünü düzenlemesini sağlar. ABD'de üniversitelerde muhasebe, işletme ve ekonomi ile ilgili dersle alan işçi sınıfı mensubu milyonlarca öğrenci vardır. Bu öğrenciler PDG programını kullanmak için gerekli olan matematik ve ekonomi ile ilgili temel bilgilerden daha fazlasına sahiptir.

Milyonlarca işçinin, girdi-çıktı tablolarındaki temel ilkelere dayanan dosyalarla çalışma deneyimi vardır. Bilgisayarı bir kitle metaı haline getiren şey, öncelikle küçük şirketlerin bütçesini ve kişisel finansmanlarını tutabilme yetenekleridir. Hanelerdeki milyonlarca insan, kişisel finans hesaplamaları için VisiCalc, Lotus Excel, Quicken gibi programları kullanmıştır. Bu yaygın dosya programları, büyük yatırım bankaları tarafından SAP/R3, Essbas ve Oracle gibi veri bankaları üzerine kurulu programlar aracılığıyla analiz ve rapor için yararlanılmıştır.

Öz-yönetimli toplumlarda IT, ulusal ve uluslararası planlad:

kitle katılımını süreklileştirmek için kullanılabilir. Bireylerin ve konseylerin yaptığı girdiler anında karar sürecine dahil olabilir. IT ile ilgili hâkim görüşleri üreten bazı düşünürler, günümüz toplumlarında elektronik demokrasiye imkân ağlayan yayımcılıktaki gelişmeleri över. Bu tip yaklaşımlar, düşünürlerin gerçek katılım hakkında değil, olsa olsa seçkinlerin manipülasyonuna izin veren geniş katılımlı oylamaya açık kitle gösterilerini övdükleri yönünde eleştirilere neden olmaktadır. IT, farklı mülkiyet ilişkileri üzerinden sosyalist demokrasiyi güvence altına almak için, toplumun farklı düzeylerindeki karar alıcılar arasında bağlantı kurulmasını sağlayabilir mi? IT'yi, yüksek düzey karar alıcılar için veri üreten pasif üreticilerden ziyade düşük düzeyde birimler hazırlamak için kullanabilir miyiz?

III. IT ve Makro-Mikro Bağlantılar

Sosyalist öz-yönetimi savunanlar, her zaman dikkatli karar alma ihtiyacına vurgu yapmışlardır. Bu noktada önemli olan, ne tür kararların hangi düzeyde alınması ve mümkün olan en çok sayıda kararın zincirden çıkartılmasıdır. Kararlar, ulusal değil yerel ölçekte ele alınmalı; belli bir çalışma alanında ya da komşuluk ilişkisi içindeki işçiler tarafından ele alınabiliyorsa, endüstri ya da bölge üzerinden düşünülmemelidir.

Yeni IT'nin açık doğası, kullanıcının bağlanacağı yol çeşitliliği ve veri tabanına bağlanan tartışma gruplarının sunduğu imkân gerekli düzeyde verinin toplanmasını mümkün kılar. Hatta tartışmanın ve oy vermenin verinin *nasıl* toplanacağı ve kararların hangi düzeyde alınması gerektiği konusunda yardımcı olur. Demokratik sosyalizm farklı modelleri karşılaştırmalı, böylelikle işçilerin karar alma ve kararların merkezileştirilmesi ile ilgili konularda, her toplumsal düzeyde tayin edici olmasını sağlamalıdır (örneğin: Cinsiyet ve milliyet meselelerini nicel biçimlere doğru dönüştürmek vb.)

Sosyalizmin plânlanmasındaki gerçek matematiksel güçlük, verilerin ya da birçok eş zamanlı denklemin çetelesinin tutulması değil, bu veri ve hesaplamaların küçük ve orta ölçekli örgütsel kararlara bağlanması yöntemidir. Bu konuda, Michael Albert ve Robin Hahnel'in *Looking Forward: Participatory Economics for the Twenty-first Century* – Geleceğe Bakmak: Yirmini Birinci Yüzyılda

Katılımcı Ekonomi – (Boston: South End Press, 1991) adlı kitabında anlatılan karar alma süreci örnek verilebilir. Komisyon merkezlerinin kullandıkları IT ve hatta bireylerin komisyoncuları bertaraf ederek doğrudan borsa ve ürün piyasaları ile ilişki kurmalarını sağlayan on-line programlar, böylesi bir süreci karşılayabilecek teknoloji örnekleridir.

Milyonlarca sigortacı internet bağlantısına sahiptir. Bunların %32'si finansal hizmetler veren siteleri ziyaret etmektedir. Girişimciler küçük yatırımcıları pazara çekebilmek için enformasyon teknolojilerini kullanmaktadır. Örneğin, on-line ticarete geçen satatların ardından, güvenlik şirketlerine imtiyaz tanımak bugün mümkündür. Bu tarz interaktif hizmetlerin sahip olduğu yeni önemin yansıması, Don Jones'un, on-line hizmetlerin kapsamlı olarak elden geçmesini talep etmesi ve bu işi de ileri de ittifak kuracağı Microsoft'un yapmasını istemesidir.

Borsada belli dönüm noktaları üzerinden yaşanan işleyişi, her ne kadar bu sunî dönüm noktaları kaçınılmaz bir biçimde ispatlamış olsa da, komisyon evlerinin çoğalması, sigortacıların yatırımcıları yönlendirmesi ve IT kullanımı ile kolaylaşmıştır. Bu değişiklikler, 1972de Morgan Stanley ve Dean Witter-Discover şirketlerinin birleşmesi, böylesi küçük ve büyük yatırımcılar arasında yapılan evliliklere dönük beklentilerde somutlanmıştır. Milyarlarca Dolar para orta ölçekli ve işçi sınıfına ait yatırımcılar tarafından (emekli aylığı ve tıbbî yardımlar üzerinden) sigorta sektörüne akıtılmıştır. Bu yardımları yöneten şirketler, ihtiyaca göre, ulusal ve uluslararası borsaların veri tabanları, ayrıca büyük devletlerin emeklilik ve sağlık sistemlerine bağlı milyonlarca birey arasında bağlantı kurmak için IT kullanmaktadır. Onların IT'si, birey ve makro ekonomi arasında, tüm ekonomik düzeylerde bağlantı kurmak zorundadır.

Sadece böylesi bağlantılar orta vadede işçi konseylerinin, öz-yönetimli toplumların her aşamasında aktif bir bilgi akışı sağlama-sı, mikro ve makro düzeylerde kararların bir birlerini nasıl etkilediklerini izlemesi için kullanılabilir. Sosyalizmde, her komisyon-cunun evindeki bilgisayar ağı, bölgesel ya da endüstri ölçeğinde bir konseye dönüşebilir: ev ve sendika gibi yerlerde bulunan PC'lere bağlanabilir.

Borsalar ve piyasalar büyük bahis havuzları olmaktan çıkartılıp

gerçek üretim ve tüketimdeki değişimleri ölçen aygıtlara dönüştürülebilir. Söz konusu değişimler, evlerde ya da konsey ofislerinde bulunan milyonlarca PC ekranında görüntülenebilir. Ulusal düzeyde alınan ve toplumsallaşmış Big Board'a kaydedilen kararlar, komisyon evlerindeki IT üzerinden daha küçük birimlerin hazırlanması gerektiği ile ilgili kararlar için uygun olan veri tabanlarını doğru bir biçimde bir araya getirebilir.

New York Borsası, geçen Aralık ayında fiyatları kaydeden cihazını (ticker) TV'de canlı yayında kullanabileceğini açıkladı. Böylece ticarî hareketlenmelerin her bir saniyesi Big Board aracılığıyla görüntülenecekti. Şimdi, bu ticker'ın borsa fiyatları için değil de, çocuk için dikilen t-shirt sayısını ya da pazara giren taze domates miktarını görüntülediğini düşünün.

Bilgisayara dayalı makro ekonomik plânlamanın bir başka örneğini de Washington verir. Federal hükümet doğrudan mevduatlara dönük yapılan kâr ödemelerinin yerine elektronik bankacılığın bir biçimi üzerinden çeklerle yapar. Hükümet halen 850 milyon kişiye yılda toplam 1.2 trilyon Dolar ödemektedir; doğrudan elektronik mevduatlar bu işlemlerin %53'ünü oluşturmaktadır. Büyük şirketler 195 milyon vergi formunu elektronik olarak dosyalayabilmektedir. Bilgisayar sistemleri, ABD'lilerin büyük bir bölümünün ödemelerini ve geri alımlarını kaydetmektedir. Bu sistem pekâlâ sosyalist dağıtım ağının merkezi olabilir.

'Push' yazılımı, tüketicinin ekranına zorla giren, belli bir yapısı olmayan ve şirketlerin Web'de oluşan anarşinin üstesinden gelmek için hazırladığı bir yazılımdır. Bu program, sosyalist planlamacılar tarafından konseyler içindeki enformasyon desteğini yaygınlaştırmak için kullanılabilir. Ekonomik birimlere periyodik olarak dayatılan verilerin, önceden girişi yapılmış kararları yeniden ölçekbilmesini sağlayan programlar yazılabilir.

IV. Elektronik Nakit Ödeme ve Sosyalist Muhasebe

1996 yılında ABD'de, 122.7 milyon ATM üzerinden 9.7 milyar işlem yapılmıştır. Evden yapılan işlemlerin sayısı giderek artmaktadır. İnsanlar, Citibank ve diğerleri tarafından hesaplarına online aracılığıyla ulaşmaları konusunda teşvik etmektedir. Banka hesaplarını, borsayı ve diğer finansal araçları merkezîleştiren ulu-

sal odaklar, her gün trilyonlarca Doların elektronik düzlemde dolaşmasını sağlamaktadır.

Gelecek yıl için Chase Manhattan, AT&T, Dean Witter, Discover ve diğer şirketler, ABD'li müşterileri için yeni bir elektronik nakit para ağı oluşturacaklarını bildirdi. Birçok şirket ATM'lerden telefonlara ve plastik kartlara nakit para yükleyebilmek için yazılım geliştirmektedir. Bu kartlar, akıllı kart okuma terminallerine sahip tüccarların üzerinden yapılmasını sağlayabilir.

Tüm bu araçlar, sosyalist muhasebe için bir destek sistemi olarak kullanılabilir. Halen milyonlarca insanın elektronik düzlemde gerçekleştirdikleri işlemler belli bir süreklilikte kaydedilmektedir. Öz-yönetimli bir toplum, makalenin başında anlatıldığı gibi, IT üzerinden alınan kararların doğruluğunu takip etmek için kayıtların kullanılabileceği bilgisayar ve elektronik nakit para sistemini kullanabilir. Post-kapitalist toplumlarda, planlamaya dönük kararların doğruluğunu ölçmek için kullanılan yan fiyatlandırmalar, gerçek ekonomik etkinliğin elektronik olarak yönlendirilen biçimlerinin daha somut bir tezahürünü bulabilir.

V. Uluslararası Plânlama

Bugün dünya çapında üretim, yeniden üretim, sağlık ve eğitim gibi konuları özetleyen istatistiklerde her hangi bir eksiklik yoktur. BM, ILO, Dünya Bankası ve IMF gibi uluslararası kuruluşlar, dünya emek gücünün %30'u olan 1 milyarlık nüfusun 1995'te ya işsiz ya da ya da istihdam dışı olduğunu raporlarında yazdı. (Rakam, Büyük Çöküntüden beri yaşanmış tüm krizler içinde en kötüsü olan 1993-94 krizinin ulaştığı düzeyin de altındadır.) 1996 Pekin Konferansı'ndan önce BM, kadınların ödenmemiş iş gücünün milyarlarca Dolarla ulaştığını yayınlarında belirtmiştir. Bu miktar toplam dünya GSMH'sine eşittir. AMartya Sen'in kadının statüsü ile ilgili yaptığı çalışma, cinsiyet ve ekonomi açısından 100 milyon kadının çok kötü koşullarda yaşadığını ortaya koymuştur. Leontieff'in Dünya Bankası için uluslararası tabloları kullanarak yaptığı araştırmada, askerî harcamaların azaltılmasıyla ortaya çıkacak gelişme sonucunda, eşitsizliklerin ve gelirin yeniden yapılandırılmasının bazı ülkelerde ve küresel ölçekte yoksulluğu azaltacağını saptamıştır.

Böylesi veri tabanları, tablolar, istatistikler ve ekonometrik hesaplamalar, uluslararası demokratik plânlama sürecinin parçası olabilir. Fazlasıyla önemsenen küreselleşme dalgası üzerinden enformasyon teknolojisine uluslararası ölçekte ulaşılması yeni bir olgudur.

Mevcut toplumda IT sektörü, emperyalizmin en yeni aşamasında uluslararası işbölümünün eşitsiz mirasını yansıtır. İnternet propagandacıları, onun sahip olduğu uluslararası karakterin ‘yeni’ küreselleşme çağında zenginlik ve özgürlüğün yayılmasını sağlayacağını iddia eder. Ancak bilgisayar donanımı (son yıllarda yazılım) üretimi ve montajı, düşük ücretlerin ödendiği neo-kolonyal bölgelerde yoğunlaşmaktadır; veri girdisi gelişmiş ülkelerden üçüncü dünyaya (ve birinci dünyanın fakir ülkelerine) aynı nedenle kaymaktadır.

Bu tarz farklılıklar sistemin ekonomik ve politik doğasından kaynaklanmaktadır. Ancak teknolojinin yoğunlaşması, konum ve kullanımın değişebilme potansiyelini gösterir; uluslararası halkçı plânlamanın az gelişmişliği, küresel ölçekte çözebilmesi artık mümkündür.

VI. IT ve Yeniden Üretim Alanı

Yakınlarda, işten çıkarılan orta düzeyli işçilerin ağ üzerinden sosyal işçi ya da çocuk bakıcılığı gibi işler bulduklarına dair bir yazı okudum. Artık işten çıkartılan işçilerden elde edilen kazanç, patronların (ve bilgisayar erbaplarının) banka hesaplarında görünmeyecektir. Ancak yeniden vergilendirilen üstünlükler ve kaynakların üretimden hizmetlere doğru kayması, cinsiyet gücü ve rolünün yeniden yapılandırılması olarak, sosyalizmde IT kullanımı sayesinde kolaylaşacaktır. İmâlat ve perakende şirketlerine ait reklâmlara boğulan Web, yeniden yapılanma alanında üretim sürecindeki örgütler ve acentelere ait sayfalara ev sahipliği yapmaktadır. Arama motoru ile yapılan hızlı bir tarama işlemi, Çocuk Bakımı İşletimcisi, (çocuk bakım merkezlerinin ihtiyaçları için düzenlenen) Windows için İşletimci Yazılımı ve federal hükümetin Ulusal Çocuk Bakımı Enformasyon Merkezi gibi sitelere dönüşmüştür. Çocuk bakımı ile ilgili Web araştırması yapan bir site de Ulusal Çocuk Bakım Ağı Sincabı’dır (Childcare National Network (Gopher)

Bunlar, kullanıcıların mevcut çocuk bakımı türleri, kaynaklar, araştırmalar ve olası yasal uygulamalar ile ilgili bilgileri değiş to-
kuş etmelerini sağlar.

Sosyalist bir muhasebe sistemi tüm bu web sitelerini ebeveyn-
lerin ve çocukların ihtiyaçlarını toplumsal ölçekte kaydetmek için
kullanılabilir. Bu ihtiyaçlar ekonomideki diğer sektörlerin tüketim
ve üretim figürleri ile bütünlenebilir.

Bazı yönlerden bu gelişmeler en temel değişimlerin sebebi
olabilir. IT kullanan öz-yönetimli bir toplum, feminist ve sosyalist
devrimin bölünmez bir bütün olduğunu kanıtlayabilir.

VII. Enformasyon Teknolojisini Kim Kontrol Edecek?

İnternet, sahip olduğu göreceli yeniliğe rağmen, sermayenin
kendi mirasını yeniden nasıl ürettiği ile ilgili birçok örneği de yan-
sır. İnternet ve IT, iş dünyasını çılgına çeviren bir açıklığa sahip-
tir; iş sırlarının gizlenmesi ve pazarlama potansiyelinin artması gi-
bi konular için kullanılır. İnternette, enformasyonun serbest akışı-
na dönük korku ve şirket gizliliği ile ilgili yazılım üretme çılgınlı-
ğı bu sayede ortaya çıkar.

İletişim endüstrisindeki birleşmeler, telekomünikasyonla ilgi-
li anlaşmalara sağladığı imkânlar nedeniyle, ateşli biçimlerde ger-
çekleşmektedir. Bu IT devlerinin sahip olduğu güç ve büyüklük-
teki artışlar, ileride internetin açık ve hatta anarşik doğasını destek-
leyenleri güçsüzleştirecektir.

Dahası, IT daha üretken bir kapitalizmin önünü açarken uzun
vadede, bilgisayar öncesi dönemler kadar yıkıcı olacaktır. Bireysel
şirketlere ve bütün olarak ekonomiye dönük kazançlar, mal ve
hizmetlerin artan üretimine ya da gelirin yeniden dağıtımına dön-
meyecek, kapitalist anarşinin içinde kaybolacaktır. IT yoluyla bi-
riken sermaye, çöküş ve depresyonları derinleştirecektir.

IT uygulamalarını ve kullanım alanlarını düşündüğümüzde,
güç ve gücün hangi toplumsal grupların elinde olacağı sorusuna
geri dönmemiz gerekir. ABD solu yüzyıl boyunca, büyük örgütsel
ve teknolojik araçların mevcut toplum için farklı bir yoldan nasıl
kullanılacağı meselesiyle çok az ilgilenmiştir. Başka hiçbir ülke
bu kadar çok ekonomist, muhasebeci, istatistikçi, pazarlama uz-
manı, enformasyon işletim sistemleri analisti, özetle; işi firma ve

acenteler için plan yapmak olan profesyonel üretmemiştir. Hiçbir ülke iş dünyası ile ilgili bu kadar çok toplantı ve konferans düzenlememiş, bu kadar çok kitap yayınlamamış ya da karmaşık şirket yapılarını (yeniden) düzenlememiştir. Tüm bunlar üzerinden sol, sistemimizin artıklarını ifşa etmek gibi çok iyi bir iş yapmış; yeni mücadele yöntemleri ve yeni sorumluluklarla yüzleşebilmiştir. O, daha demokratik bilgi akışı için gerekli olan kanalları sağlamak için, bugünün toplumsal altyapısının sahip olduğu potansiyeli göstermiştir. Artık bu teknolojileri kullanan işçiler kendi güçlerini fark etmeli ve geleceğin gerçek demokratik toplumunu inşa etmeleri için sahip oldukları imkânları anlamalıdır.

Not: Bu meselelerle ilgili yaptığımız tartışmalarda kendi görüşlerini paylaşan Dan Caplin'e teşekkür ederim.

YAZARLAR HAKKINDA

Michael Dawson; Illiois Üniversitesi yayınları arasından yayınlanan *Tüketici Tuzağı* (Consumer Trap) adlı kitabın yazarıdır.

Peter Golding; Sosyoloji profesörü olan yazar Loughborough Üniversitesi Sosyal Bilimler Bölüm Başkanıdır. Ayrıca Loughborough İletişim Araştırmaları Merkezinde başkan yardımcısı ve *European Journal of Communication* dergisinin editörüdür. Çalışmalarından bazıları şunlardır: *Kültürel Emperyalizmin Ötesinde* (Beyond Cultural Imperialism-1997), *Medyanın Politik Ekonomisi* (The Political Economy of the Mass Media-1997), *Sorularla Kültürel Çalışmalar* (Cultural Studies in Questions?-1997)

Heather Menzies; Carleton Üniversitesinde öğretim üyesi olan yazarın kadın çalışmaları alanında da eserleri bulunmaktadır.

Jill Hills; Londra City Üniversitesi'nde uluslararası politik ekonomi profesörüdür.

Nicholas Baran; Çeşitli alanlarda kitapları bulunan yazar ayrıca Amerika'da yayımlanan çeşitli magazin dergilerinde danışmanlık ve editörlük yapmaktadır.

Michael W. Apple; Madison Wisconsin Üniversitesi'nde Eğitim profesörüdür. Çalışmalarından bazıları *Resmî Bilgi* (Official Knowledge-1993), *Eğitim ve İktidar* (Education and Power-1995) ve *Kültürel Politikalar ve Eğitim* (Cultural Politics and Education-1996)'dir.

Peter Meiksins; Cliveland State Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesidir.

Elaine Bernard; Harvard Üniversitesi Çalışma Ekonomisi bölümünde görevlidir.

Sid Shniad; British Colombia İletişim Emekçileri Sendikasında yönetici olarak çalışmaktadır.

Noam Chomsky; Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde dil bilimi profesörüdür. Türkçe'ye birçok kitabı çevrilen yazar aynı zamanda önemli politik aktivistlerden birisidir.

Edward S. Herman; *Küresel Medya: Şirketleşmiş Kapitalizmin Yeni Misyonerleri* (The New Missionaries of Corporate Capitalism-1997, Robert W. McChesney ile birlikte) adlı kitabın yazarıdır.

Ken Hirschkop; Manchester Üniversitesi'nde İngiliz Akademisi üyesidir.

Andy Pollack; Manhattan Kolejinde ve New York Emekçiler Birliğinde dersler vermektedir.

“Bu kitap, günümüz koşullarında etkin olan küresel iletişimin politik ekonomisini incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Kapitalizm ve iletişimin doğasında ve ikisi arasındaki ilişkide meydana gelen değişimlerin açıklanması amaçlanmıştır. Kitapta bulunan makaleler, kapitalizmde bilgi, iletişim ve genelde demokrasiye dönük tarihsel tartışmalardan internet, telekomünikasyon, eğitim, çalışma süreci ve pazar gibi özel başlıklarla ilgili çalışmaları içermektedir. Tüm makaleler eleştirel bir perspektife sahiptir. Pazar sisteminin hem ekonomik adaleti ve verimliliği getireceğini hem de demokratik siyasetin temellerini atacağını söyleyen iddialara kuşkuyla yaklaşmaktadır. Ayrıca küresel iletişimde meydana gelen son gelişmeler farklı bir perspektif üzerinden değerlendirilirken, bu sürecin örgütlü politik faaliyetle değiştirilemeyecek kadar kaçınılmaz olduğunu söyleyen anlayışa da itiraz edilmektedir.”



epos

Araştırma İnceleme



ISBN: 975-6790-22-9



9 789756 790229