

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

**KÜRESEL KAPİTALİZMİN
YENİ KAMUSAL ALANI OLARAK İNTERNET:
YENİ TOPLUMSAL HAREKETLERİN
İNTERNETİ KULLANIMI**

Doktora Tezi

GÜLÜM ŞENER

İstanbul, 2006

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

**KÜRESEL KAPİTALİZMİN
YENİ KAMUSAL ALANI OLARAK İNTERNET:
YENİ TOPLUMSAL HAREKETLERİN
İNTERNETİ KULLANIMI**

Doktora Tezi

GÜLÜM ŞENER

Danışman: PROF. DR. NURÇAY TÜRKOĞLU

İstanbul, 2006

ÖZET

1990'lı yılların başında küreselleşme sürecine tepki olarak ortaya çıkan ve “Üçüncü Kuşak” hareketler olarak da bilinen yeni toplumsal hareketler, örgütlenmelerinde ve kampanyalarında yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini dünyayla iletişim kurmak için öncelikli araçlar olarak kullanmaktadırlar. Bu teknolojilerden biri olan internetin tekelleşmiş ana-akım medyada ifade imkanı bulamayan yeni toplumsal hareketler için “alternatif” medya, yeni ve küresel bir demokratik kamusal alan oluşturduğu ileri sürülmektedir.

Yeni toplumsal hareketler interneti birçok nedenden ötürü (ucuzluk, yatay ve demokratik iletişim, etkileşim, çoklumedya olanakları vb.) ve birçok amaçla (dünyaya kendi davalarını duyurmak, sanal cemaatler yaratmak, sanal forumlarda kamusal meseleleri tartışmak, yeni aktivistler toplamak, kampanyalarını örgütlemek vb.) kullanmaktadırlar. Ancak, internete erişimin sınırlı olması (Sayısal Uçurum sorunu) ve içeriğinin giderek ticarileşmesi yeni toplumsal hareketlerin, toplumların demokratikleşmesinin ve çoğulculuğun önünde engel teşkil etmektedir.

Bu araştırma, Haziran 2003'ten bu yana Irak'ta savaşı durdurmak için kampanyalar yürüten savaş karşıtı Küresel BAK hareketini örnek çalışma olarak ele alarak internetin yeni toplumsal hareketler tarafından kullanımını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada yöntem olarak hareketin temsilcileriyle kişisel görüşmeler ve harekette yer alan aktivistlerin siyasal etkinliklerini ve internet kullanımını belirlemek üzere anket yapılmıştır.

Anahtar kelimeler: İnternet, yeni toplumsal hareketler, enformasyon toplumu, iletişimin ekonomi politiği, kamusal alan.

ABSTRACT

New social movements, appeared in the beginning of 90s as a reaction to the globalization and known as “third-generation movements”, are organized and take action using new information and communication technologies (ICTs) as a primary tool for communicating around the world. Internet is considered as a global democratic public sphere, creating an “alternative” media for these movements which cannot find opportunities to express themselves or their causes because they are ignored by the highly-concentrated mainstream media.

New social movements prefer to use Internet for many reasons (cheapness, more horizontal and democratic communication, interactivity, multimedia facilities etc.) and for different purposes (to communicate their causes all around the world, create virtual communities, to debate conflictual issues in on-line forums, to collect new activists, to organize their campaigns etc.). However, the limited access to the Internet (the problem of digital divide) and the commercialization of its content form the boundary for the new social movements, the democratization of societies and the pluralism.

This study aims at analyzing the use of Internet by a popular Turkish anti-war movement, Küresel BAK, which has existed since June 2003 and has organized seven campaigns against the war on Iraq. The methodology consists of interviews with movements’ moderators and a survey, designed to determine the political activities and the use of Internet by activists, which are members of the movements’ mail groups.

Keywords: Internet, new social movements, information society, political economy of communication, public sphere.

ÖNSÖZ

Doktora tezi hazırlamak tek başına yapılan bir iş değil. Bu yoğun ve yorucu süreçte doktora öğrencisinin yanında birçok destekçisi bulunuyor. Öncelikle; bilgisi ve tecrübesini paylaşmaktan çekinmeyen, ümitsizliğe kapıldığım anlarda bana cesaret veren, çalışkanlığı ve akademik yaşama karşı duyduğu heyecanımla genç akademisyenlere yol gösteren ve bu tezin ortaya çıkmasında büyük emeği olan danışman hocam Prof. Dr. Nurçay Türkoğlu'na teşekkür ederim. Prof. Dr. Mutlu Parkan ve Doç. Dr. Cem Pekman da her altı ayda bir tez izleme jürisine katılarak araştırmayı desteklemişlerdir. Çalıştığım üniversitede “iyi ki buradayım” dedirten, her sohbetinden ayrı keyif aldığım ve yalnızca akademik anlamda değil, hayat üzerine kendisinden çok şey öğrendiğim hocam Prof. Dr. Ünsal Oskay'a da ne kadar teşekkür etsem azdır.

Çalışma ortamını keyifli ve neşeli hale getiren, tanıdıklarım arasında davasına en sadık insanlardan biri olan, önce oda arkadaşım sonra canyoldaşım Barış Çoban'a, kuramsal bilgisiyle bende her zaman hayranlık uyandıran ve şimdi uzakta olsa da her zaman çok şey paylaştığımız Özlem Oğuzhan'a teşekkür ederim. Doktora sürecinin bana kazandırdığı ve birlikte yol aldığımız arkadaşlarım Zeynep Özarslan ve Nilüfer Dilek Orkun'u, tezin okunmasında emeği geçen ve eleştirilerini benden sakınmayan Orhan Kemal Koçak'ı, tezde yer alan anketin hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen Kerem Rızvanoğlu'nu da burada anmak isterim. Tezin saha bölümünün ortaya çıkması, Küresel BAK aktivistleri sayesinde mümkün olmuştur. Kişisel görüşmeleri kabul ederek hareket hakkında bilgi veren Bülent Aydın, Oya Demirel, Yıldız Önen, Erkin Erdoğan, Hakan Tahmaz, Arife Köse, Filiz Ülgüt ve Ayşegül Önen'e sonsuz teşekkür ederim. Birlikte geçiremediğimiz zamanlar için bana hoşgörüyle yaklaşan anneme, kardeşlerim Ayşem ve Neşem'e, bana her zaman hayat desteği veren canım Alp'e çok şey borçluyum.

İstanbul, 2006

Gülüm Şener

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
TABLO LİSTESİ.....	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	vii
1. GİRİŞ.....	1
2. KÜRESEL KAPİTALİZMDE ENFORMASYON VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ	
2.1 Küresel kapitalizmin egemen söylemi: “Enformasyon toplumu”	3
2.1.1 Kapitalizmde toplumsal değişimin öncüsü olarak teknoloji ve teknolojik determinizm tezi.....	14
2.1.2 Toplumsal değişim ve iletişim teknolojileri.....	18
2.1.3 “Enformasyon toplumu” ve teknolojik determinizm tezinin yinelenmesi.....	16
2.2 Kapitalist toplumda enformasyon ve iletişim teknolojileri.....	24
2.2.1 Kapitalist üretim sürecinde enformasyon ve iletişim.....	27
2.2.2 Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi.....	29
2.2.3 Esnek üretim çağında yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri.....	36
2.3 Yeni enformasyon düzeni.....	39
2.3.1 Enformasyonun metalaşması, tekelleşme ve içerik sorunları.....	40
2.3.2 Neoliberal politikalar ekseninde enformasyon politikaları.....	47
2.3.3 Enformasyon toplumunun dünyaya ihracı.....	52
3. İNTERNET : KÜRESEL PAZAR MI? KÜRESEL KAMUSAL ALAN MI?	
3.1 Demokrasinin kurtarıcısı internet ve küresel kamusal alan.....	61
3.1.1 Kapitalist toplumda demokrasi, kamusal alan ve enformasyon ilişkisi.....	62
3.1.2 İnternet ve siberdemokrasi efsanesi.....	67
3.1.3 Küresel kamusal alan olarak İnternet.....	72
3.2 İnternetin tarihsel gelişimi ve toplumsal kullanımı.....	76
3.2.1 Askeri-akademik çevrelerden kitlelere: İnternetin icadı ve dünyaya ‘planlı’ yayılımı.....	77
3.2.2 Kapitalist toplumda İnternetin işlevleri.....	80
3.2.3 İnternetin eşitsiz kullanımı: Sayısal uçurumun boyutları.....	84
3.3 İnternetin ekonomi-politik inşası.....	89
3.3.1 Küresel ticaretin yeni pazarı.....	90

	Sayfa No.
3.3.2 İnternette enformasyonun denetimi ve ticarileşmesi.....	94
3.3.3 Enformasyonun bireyselleşmesi ve gözetim.....	97
4. YENİ TOPLUMSAL HAREKETLERİN İNTERNETİ KULLANIMI	
4.1 Yeni toplumsal hareketlerin tanımı ve gelişimi.....	102
4.1.1 Kapitalist toplumda politika ve iletişim.....	102
4.1.2 Sınıf mücadelesinden kimlik temelli hareketlere.....	106
4.1.2 Yeni toplumsal hareketleri ‘eskileri’nden ayıran özellikler.....	110
4.2 Yeni toplumsal hareketlerde örgütlenme, eylem ve iletişim.....	116
4.2.1 Yatay, adem-i merkezi, esnek, ağa dayalı yapılar.....	116
4.2.2 Karnavalesk eylemler.....	118
4.2.3 Sembolik iletişim.....	119
4.3 Yeni toplumsal hareketlerin haberleşme ve örgütlenme aracı olarak İnternet.....	121
4.3.1 İnternet: “Alternatif medya”.....	122
4.3.2 İnternetin yeni toplumsal hareketler için olanakları.....	123
4.3.3 İnternetin yeni toplumsal hareketler için sınırları.....	126
5. KÜRESEL BAK AKTİVİSTLERİNİN İNTERNETİ KULLANIMI	
5.1 Küresel BAK hareketine ilişkin genel bilgi.....	130
5.1.1 Hareketin ortaya çıkışı ve gelişimi.....	130
5.1.2 Örgütlenme biçimleri ve kampanyalar.....	132
5.1.3 Hareketin iletişim yöntemleri ve araçları.....	134
5.2 Küresel BAK’ın İnterneti kullanımı.....	135
5.2.1 İnternet sitesi.....	135
5.2.2 Haberleşme grupları.....	138
5.3 Küresel BAK aktivistlerinin İnterneti kullanımı: Anket sonuçları.....	141
6. SONUÇ.....	151
EKLER.....	155
KAYNAKÇA.....	162

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1: Cinsiyete ve yaş gruplarına göre bilgisayar ve İnternet kullanımı.....	87
Tablo 2: Eğitim durumuna göre bilgisayar ve İnternet kullanımı.....	88
Tablo 3: Hane halkı bireylerinin İnternet kullanma amaçları.....	88

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Grafik 1: Küresel BAK aktivistlerinin yaşa göre dağılımı.....	141
Grafik 2: Küresel BAK aktivistlerinin eğitim durumu.....	142
Grafik 3: Küresel BAK aktivistlerinin bildiği yabancı diller.....	143
Grafik 4: Aktivistlerin Küresel BAK’la ilişkisi.....	143
Grafik 5: Aktivistlerin siyasi faaliyetlerle ilişkisi.....	144
Grafik 6: Aktivistlerin Küresel BAK etkinliklerine ayırdıkları zaman.....	145
Grafik 7: Aktivistlerinin Küresel BAK e-maillerini okuma sıklığı.....	145
Grafik 8: Küresel BAK aktivistlerinin internet geçmişi.....	146
Grafik 9: Küresel BAK aktivistlerinin günlük ortalama internet kullanımı.....	147
Grafik 10: Küresel BAK aktivistlerinin interneti kullanım amaçları.....	148

1. GİRİŞ

Kapitalist toplumda teknolojinin üretim sürecinin motoru olmasını meşrulaştırıcı bir söylem olarak ortaya çıkan ve bu düzenin ideolojik çerçevelerinden birini oluşturan teknolojik determinist tezin iletişim bilimlerine ve bugüne yansımaları olarak İnternetin toplumsal değişimi sağlayacağına duyulan inanç, siyasal alanda katılımcı demokrasinin ve yeni bir kamusal alanın doğduğuna, sivil toplumun yeniden canlanacağına ilişkin söylemde ifadesini bulmaktadır. “Yeni” olarak adlandırılan toplumsal hareketlerin göreceli ucuzluk, coğrafi engellerin ortadan kalkması, etkileşimli iletişim gibi diğer kitle iletişim araçlarından ayırt edici özelliklere sahip olan İnternet ve geniş anlamda “ağ teknolojileri” üzerinden küresel düzeyde örgütlenmesi ve etkinliklerini sürdürmesi, sivil toplumun sermaye grupları ve devlet karşısında “üçüncü güç” olarak yer almasını kolaylaştırdığı ileri sürülmektedir.

Ancak, İnternetin küresel kapitalizmde üretimin ve tüketimin yeni mecrasını oluşturması, reklam temelli bir ekonomiye dayanması ve toplumsal eşitsizliği yansıtan kullanımı, teknolojinin siyasal ve toplumsal yaşamı değiştirmeye yeterli olmadığını, teknolojinin kurulu toplumsal yaşamın diğer unsurlarından bağımsız olarak ele alınamayacağını ve toplumsal dönüşümü sağlamada tek başına yeterli bir etken olmadığını bir kez daha ortaya koymaktadır.

Bu araştırmanın amacı, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinden İnternetin demokratik mücadelenin yeni ve küresel aktörleri olarak kabul edilen yeni toplumsal hareketlerin örgütlenmesinde ve eylemlerinde oynadığı rolün ve sınırlılıkların belirlenmesidir. Bu amaçtan hareketle araştırma çerçevesinde şu soruların yanıtı aranacaktır: Teknoloji ve toplumsal yaşam arasında ne tür bir ilişki kurulabilir? Teknoloji, toplumu dönüştürücü bir güce sahip midir, yoksa toplumsal yapıya mı hizmet eder? Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini öncekilerden ayıran ‘devrimci’ özellikler nelerdir? Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinden İnternet, yeni toplumsal hareketler için demokratikleşmenin, siyasete katılımın ve genel olarak

özgürleşmenin bir aracı olabilir mi? Yeni toplumsal hareketler, İnternetin sunduğu olanaklardan nasıl yararlanmaktadır? Önündeki kısıtlamalar nelerdir? Araştırmada yanıt aranacak temel soru: **“Yeni toplumsal hareketler için alternatif bir iletişim aracı olan internetin yeni ve küresel bir kamusal alan yaratması mümkün müdür?”**

Bu soruların yanıtını verebilmek için araştırmaya yön verecek birtakım varsayımlar ortaya atılmıştır:

1.varsayım: Teknoloji, toplumsal değişimin sağlanmasında bağımsız değişken değildir. Teknoloji ile toplumsal yapı arasında her zaman bir etkileşim, bağımlılık vardır. Teknoloji, üretim biçiminin toplumsal ilişkileri belirlediği ön kabulünden yola çıkıldığında anlam kazanmaktadır. Toplumdaki güç çatışmalarının alanı olan teknoloji; tarihsel, ekonomik, siyasi ve kültürel bağlamları göz önüne alınarak değerlendirilmelidir.

2. varsayım: Enformasyon ve iletişim araçlarının gelişimi ve kullanımı, toplumdaki egemen güçlerin aracılığıyla ve toplumsal denetimin sağlanmasına yönelik olarak gerçekleşmektedir.

3. varsayım: Yeni enformasyon ve iletişim araçları “yeni enformasyon düzeni” yaratarak enformasyonun ticarileşmesine katkıda bulunmaktadır. Kapitalist toplumun ürünü kitle iletişim araçları ve popüler kültüre eklemlenen İnternet her geçen gün ticarileşmektedir.

4. varsayım: İnternet, “yeni toplumsal hareketler” için alternatif bir iletişim aracı olmakla birlikte toplumsal kullanımı, hareketlerin yaygınlaşmasının önünde engel teşkil etmektedir.

Araştırmada varsayımları sınamak üzere yöntem olarak konuya ilişkin kuramsal çerçeveyi oluşturacak kaynakça taramasının yanı sıra bir saha araştırması planlanmıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren yeni toplumsal hareketlerden örnek olarak bu çalışma içerisinde savaş karşıtı Küresel BAK hareketi incelenecektir. İnternet üzerinden kurdukları sanal gruplarla geniş kitlelere ulaşması bu hareketin seçilmesinde önemli bir etkidir. Araştırmanın saha kısmında yöntem olarak, seçilen toplumsal hareketlere ilişkin arşiv taraması, hareketin sözcüleriyle öngörüşmeler, hareketin düzenlediği kampanyalara

ilişkin yerinden gözlem ve aktivistlerin yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini kullanımının belirlenmesini hedefleyen anket çalışması planlanmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri, içinde yer aldıkları küresel kapitalizm çerçevesinde ele alınacak; ikinci bölümde İnternetin kamusal alan yaratma potansiyeli üzerinde durulacak, üçüncü bölümde ise İnternetin yeni toplumsal hareketleri için sahip olduğu olanaklar ve sınırlara yer verilecektir. Dördüncü bölüm, Küresel BAK üzerine yapılan saha araştırmasına ilişkin elde edilen bulgulara ayrılmıştır.

2. KÜRESEL KAPİTALİZMDE ENFORMASYON VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Günümüzün popüler söylemlerinden biri haline gelen “enformasyon toplumu” söylemi, küreselleşen kapitalizmde enformasyonun niceliğinin ve hızının artmasına yol açan araçlar olarak bilgisayar ve İnternetin meşrulaşmasını, topluma yayılmasını sağlamak üzere kurgulanan söylemlerden biridir. 1970’li yıllarda ABD’de ve 1990’lı yılların başından itibaren yaygın olarak tüm dünyada kamuoyunda gündeme gelen “enformasyon toplumu” ve yeni enformasyon ve iletişim araçları, küreselleşen kapitalizmin en önemli dayanak noktalarından birini oluşturmaktadır. Artan rekabete dayalı, giderek “esnekleşen” bir ekonomik düzende mal ve hizmetlerin tüketicilere pazarlanmasında, onların isteklerine göre yeniden üretilmesinde, rakiplerle fark yaratabilmede en önemli araç haline gelen enformasyon kavramı ve yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri küresel kapitalizmde merkezi bir rol oynamaktadır.

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, dünyada Batılı kapitalist ülkelerin öncülüğünde gerçekleşmiştir. Batılı ekonomilerde giderek büyüyen hizmet sektörünün araçları olarak ön plana çıkan bu teknolojiler, 1980’lerin başından itibaren bireysel tüketim mallarına dönüştürülerek toplumun geneline yayılmıştır. ABD’de 1970’lerde askeri, akademik ve daha sonra ticari amaçlarla kullanılan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin 1990’ların başından itibaren tüm dünyada devlet–özel sermaye destekli projelerle yaygınlaştırılmasını yeni ekonomik düzen çerçevesinde değerlendirmek gerekmektedir.

Üretimin, yani salt ekonomik belirlemenin dışına çıkıp toplumsal yaşama baktığımızda ise ilk karşılaştığımız durum, yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin yaygınlaşması, bireyselleşmesiyle birlikte bir enformasyon bolluğuyla karşılaşmaktır. İnternet, “her konuda her tür enformasyonun” bulunduğu bir ortam olarak sunulmakta; fakat, dünya üzerinde dolaşımdaki enformasyonun kaynaklarının kimler olduğunu, bu enformasyonun içeriğinin ne olduğunu, nerelere dağıldığını ve bireylerin hangi enformasyonu ne amaçla kullandığını sorgulandığımızda ülkeler

arasındaki ve ülkelerin kendi içindeki yine ekonomik sistemden kaynaklanan toplumsal eşitsizlikleri yansıtan bir tabloyla karşılaşmaktayız. ‘Gelişmiş’ ülkelerde İnternet iş ve boşlamanda etkin bir şekilde kullanılırken ‘geri kalmış’ ülkelerde yeni teknolojiler ‘mutlu azınlığın’ elinde bir araç olmaktan öteye gitmemektedir.

2.1 Küresel kapitalizmin egemen söylemi: “Enformasyon toplumu”

Modern toplumda iletişim de teknoloji dolayısıyla gerçekleşir. ‘Yeni’ bir iletişim aracı olarak İnternetin toplumu ilerleteceği ve demokrasiyi getireceğine ilişkin iyimser düşünce, kapitalist üretim sürecinde teknolojinin oynadığı kilit rolün toplumsal meşruiyet kazanmasına yardımcı olan egemen söylemin (teknolojik determinizm savının) bugünün dünyasına yansımasıdır. Yalnızca İnternetin değil, iletişim araçlarının toplumsal gelişmeye, ilerlemeye yol açtığına ilişkin bu düşüncenin kökeni, Aydınlanma Çağı’nın ilerleme fikrine dek geri götürülebilir. Bu nedenle, giderek küreselleşen kapitalist bir dünyada öne çıkan bir iletişim aracı olarak İnternetin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini anlayabilmek için her şeyden önce kapitalist toplumda teknolojinin ve iletişimin rolünü doğru kavramak gerekmektedir.

Teknolojik yeniliklerin nasıl ortaya çıktığına, topluma nasıl yayıldığına ve toplumsal yaşamı nasıl etkilediğine ilişkin farklı düşünce sistemlerinden türetilmiş birçok görüş bulunmaktadır. Bizim tüm bu görüşleri ve ortaya atılan tezleri bu çalışma kapsamında değerlendirmemiz imkansızdır ve araştırmamızın amacını da aşar. Çalışma, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin neden günümüz toplumlarında egemen teknolojilerden biri haline geldiği ve bu teknolojilerin icadında ve toplumsal kullanımında hangi faktörlerin ve aktörlerin rol oynadığı üzerine odaklanmaktadır. Temel savımız, toplumsal yaşayışı belirleyen kapitalist üretim biçiminin ve ilişkilerinin teknolojinin icadında ve yaygınlaşıp kitleselleşmesinde önemli rol oynadığıdır. Bu nedenle, öncelikle teknolojinin gelişimini kapitalizmin gelişimiyle birlikte ele almak ve daha sonra toplumsal yaşayış üzerindeki etkileri üzerinde durmak kaçınılmaz görünmektedir.

2.1.1 Kapitalizmde toplumsal değişimin öncüsü olarak teknoloji ve teknolojik determinizm tezi

Teknoloji, tekniğin sistemleştirilmesine verilen genel isimdir. Teknik, en genel anlamıyla herhangi bir eylemde bulunmamızı sağlayan yol ya da yöntemdir. Eski Yunan’da hüner, beceri anlamında kullanılan “techne” sözünden gelen teknik, insanın doğal ya da toplumsal gereksinimlerini karşılamak üzere geliştirdiğı yöntemleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Tekniğin belirlenmesi toplumsaldır, dolayısıyla kültüre dayalıdır. Terimsel olarak teknoloji:

1. Bilimin ticaret ya da endüstriye pratik uygulanması.
2. Uygulamalı bilimsel bilginin pratik sorunları çözmesinde sanat ya da bilimden yararlanan disiplindir.¹

Kapitalizm öncesi dönemde, yani sermaye birikiminin olmadığı, toplumsal yaşayışın ve ilişkilerin henüz piyasa kuralları ve kâr mantığına göre belirlenmediğı dönemlerde, teknik ve bilim, ilkel toplumlarda kabilede birkaç kişinin(büyü), ilk uygarlıklarda bilginler sınıfının, Ortaçağ’da ruhban sınıfının ve Yeniçağ’da sayılı bilgin ve mucidin elinde özerk bir alandır.

Kapitalist üretim biçiminin topluma egemen olması ve toplumsal ilişkileri belirlemesiyle birlikte teknik, bilimle birleşerek sistemli bir alana dönüşmüş ve kapitalist işbölümüne bağılı olarak üretimin fonksiyonu haline gelmiş ve uzmanlaşmıştır. Batılı ülkelerde sanayi kapitalizminin doruk noktasına ulaştığı 19. yüzyıl bu dönüşümün temelinde yer alır.

Bilimsel ve teknolojik yenilikler, kapitalizmin ileri aşaması olarak adlandırılan Sanayi Devrimi’yle birlikte hız kazanmıştır. 19. yüzyılda buluş patlaması bir rastlantıdan ibaret değildir. 19. yüzyıldaki teknolojik icatlar, beraberinde iyimser bakış açısını da getirmiş, örneğin demiryolunun Avrupa’ya barışı getireceğine, buhar gücünün kolgücünü tamamen ortadan kaldıracağına ve elektrik sayesinde mesajların bulutların ötesine taşacağına inanılmıştır. Oysa ki, teknolojik determinizm görüşünün ifadesi olan

¹ Webster’s Online Dictionnary, <http://www.websters-online-dictionary.org/definition/technology>, (25 Mayıs 2006).

bu öngörüler gerçekleşmemiş, Avrupa 20. yüzyılda iki dünya savaşına tanıklık etmiş, buhargücü kolgücünü ortadan kaldırmak yerine erkeklerin yanı sıra kadın ve çocukların da fabrikada çalışmasına yol açarak kapitalizme hizmet etmelerini sağlamıştır. Yalnızca son öngörü gerçekleşmiş, bugün değil bulutların ötesinde, uzayın derinliklerinde bile iletişim ve enformasyon alışverişi mümkün hale gelmiştir. Tabii ki bu iletişimin denetiminin ABD'nin elinde olduğunu unutmamak gerekir!

Aitken, 19. yüzyılda bilim ve teknolojinin kurumsallaşmasını şöyle açıklamaktadır:

“19. yüzyıla kadar bilimin başlıca işlevlerinden biri, teknik buluşları sınıflandırmak, ussallaştırmak ve açıklamaktı; teknolojiye işletilebilir enformasyon sağlamak değil. 19. yüzyılda sistemli deneyler ve denetlenen koşullarda gözlemi gerektiren kanıtlara dayalı bir yönetime sahip, uzmanlaşmış ve profesyonelleşmiş bir etkinliğe dönüştü... Uygulamalı bilimler gelişti. Bu bilimlerin görevi, katıksız bilimin ürettiği sonuçları tekniğe aktarmak, fakat tekniğin ortaya çıkardığı enformasyonları bilime bildirmemektir”².

Bu dönemde bilim ve teknoloji giderek sermayenin hizmetine girmektedir: “Sanayiciler ile pozitif bilimciler arasında hiç olmadığı kadar ortaklık yapılır ve artık “insanların yönetimi”ne değil, “şeylerin idaresi”ne yönelinir. Teknisyen elitin yükselişi, Devletin rolünü kısıtlar.”³ Toplumsal işbölümünün artmasına bağlı olarak bilim ve teknoloji de uzmanlaşmakta, keşif ve icat yapma çabaları bireysel mucitlerden çok, uzmanlaşmış araştırma-geliştirme kurumlarının işi haline gelmekte, bilim ve teknoloji üretme çabaları sermayenin mali desteğiyle ve onun çıkarlarına uygun bir biçimde gerçekleşmeye başlamaktadır. Soète ve Freeman’a göre bu dönemde bilim ve teknolojiye profesyonelleşmenin üç temel nedeni bulunmaktadır: 1- Teknolojinin giderek artan bilimsel bir nitelik kazanması 2- Teknolojinin giderek karmaşıklaşması ve üretimde “küme” ve “tek parça” üretim sistemlerinin yerini kısmen, “sürekli” ve “kitle” üretim hatlarına bırakması 3- İşbölümü; üst düzey eğitilmiş personele, enformasyon servisleri ve bilimsel araçları olan laboratuvarların kurulması.⁴

² Hugh Aitken, “*Science, Technique et Economie. Pour Une Problématique de la Traduction*”, **Réseaux**, N° 60, Temmuz-Ağustos 1993, Paris: Hermès, s. 73.

³ Armand Mattelart, **Histoire de la Société de l'Information**, Paris: La Découverte, 2006, s. 21.

⁴ Chris Freeman ve Luc Boète, **Yenilik İktisadi**, Çev. Ergun Türkcan, Ankara: TÜBİTAK, 2003, s. 11.

Bu noktadan itibaren teknolojinin modern toplumlarda egemenlik ilişkilerinden bağımsız olarak gelişmesi mümkün görünmemektedir. Bağımsız gibi görünen, insanlığın yararına icatlar bile kısa bir zamanda piyasanın işine yarayacak biçimde şekillenmekte ve metaya dönüşmektedir.

Teknolojinin kapitalist toplumlarda üretim sürecinde ve toplumsal ilişkilerde, dolayısıyla gündelik yaşamda merkezi bir rol edinmesine bağlı olarak bu olguyu meşrulaştıracak bir söylem de eşlik etmektedir. Bu; Aydınlanma'nın egemen söylemlerinden ilerleme düşüncesine dayanan ve toplumda gücü elinde bulunduran (üretim araçlarına sahip-kapitalist) kesimler ile bunların ideolojik sözcülerince (devlet-politikacılar-basın-elitler vb.) benimsenen teknolojik determinizm savıdır.

Teknolojik determinizm, kısaca yeni teknolojik icatların iyi ya da kötü yönde toplumsal dönüşümde başlıca etken olarak ele alınmasına dayanmaktadır. Williams, teknolojik determinizm savını şöyle tanımlamaktadır: “Yeni teknolojiler, daha sonra sosyal değişim ve ilerlemenin koşullarını hazırlayacak olan bir araştırma ve geliştirme sürecinin temelde içsel bir sonucu olarak keşfedilirler. Özellikle ilerleme, “modern dünyayı yaratan” bu icatların tarihidir. Teknolojinin doğrudan ya da dolaylı önceden tahmin edilebilir ya da edilemez tüm sonuçları tarihin tamamını belirler. Buhar makinesi, otomobil, televizyon, atom bombası hepsi de modern insanı ve koşulları oluşturmuştur.”⁵

Teknolojik determinizm savı, modern döneme özgüdür. Modern dönemde bilim ve teknolojinin kapitalist üretim sürecine hizmet etmek üzere denetlenmesi ve kurumsallaşmasına eşlik eden bir söylem olarak ortaya çıkmıştır. Feenberg'e göre teknolojinin modernitede geniş yer bulması 18. ve 19. yüzyıllarda biyoloji ve sosyal bilimlerdeki tarihselleşme eğilimine bağlı olarak ortaya çıkmış ve Aydınlanma'nın ilerleme düşüncesi, teknolojik belirleyiciliğe dönüşmüştür⁶. Teknolojik determinizm fikri; 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

⁵ Raymond Williams, **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Ahmet Ulvi Türkbağ(çev.), Ankara: Dost Yayınları, 2003, s. 12.

⁶ Andrew Feenberg, **Questioning Technology**, London: Routledge, 1999, s. 2.

özgürlükteki ilerlemeye dönük bağlılık gibi Aydınlanma'nın temel değerlerine dayanmaktadır.⁷ Teknolojik determinizm düşüncesini temsil eden düşünürler, temelde iki varsayımdan yola çıkmaktadır: 1- Teknolojik gelişmeler doğrusal bir ilerleme çizgisini takip eder; her teknolojik yenilik aşaması bir sonrakini olanaklı kılar. 2- Toplumsal kurumlar teknolojinin buyruğuna girerler; herhangi bir teknolojiyi kullanan toplum, o teknolojinin gerekli kıldığı pratikleri uygular.⁸ Teknolojik determinizm tezi, modern teknolojinin ve onun yarattığı toplumsal kurumların evrensel olduğunu, tüm dünyaya yaygınlaştırılabileceğini ileri sürer.

Teknolojik determinizm düşüncesi, tek tip olmamakla birlikte bu düşüncenin savunucularının (ideologların) düşünceleri yaşadıkları döneme ve coğrafyaya göre farklılıklar göstermektedir. Teknolojik determinizm düşüncesi, ağırlıklı olarak liberal düşünürler tarafından savunulmakla birlikte başta Saint-Simon olmak üzere ütopyik sosyalist düşünürlerden de destek bulmuştur.

Teknolojinin toplumda olumlu yönde değişimi sağlayacağına ilişkin düşünce, kapitalist toplumların belirli tarihsel dönemlerinde yaşamış düşünürler tarafından eleştirilmiştir. Teknolojik determinizm savı, teknolojinin kullanımını yöneten toplumsal süreçleri, seçimleri ve farklı tür teknolojilerle birlikte varolan olası toplumsal düzenlemeler çeşitliliğini göz ardı etmekle eleştirilir⁹. Kimi yazarlar teknolojik determinizmi tersyüz ederek toplumsal determinizmi ortaya atmış (Bkz. toplumsal konstruktivistler), kimileri tekniğin tarihsel süreçte gelişimini inceleyerek onu toplumsal bir bağlama oturtmuştur (Bkz. Daumas, Febvre, Gille), kimileri kapsamlı bir modernite eleştirisinden yola çıkarak (Dünya Savaşları'nda teknolojinin yıkıcı kullanımı gözlemleyen Frankfurt Okulu düşünürleri ve ileri sanayi toplumunda tüketim ekonomisinde teknolojinin rolüne değinen Marcuse ve Habermas gibi) yeni teknolojilerin barbarlığa yol açtığını, kapitalizmin hizmetine girdiğini savunmuşlardır.

⁷ Ellen Meiksins Wood, "Modernizm, Postmodernizm ya da Kapitalizm?", **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**, Robert McChesney vd. (ed.), Nil Senem Çinga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın (çev.), Ankara: Epos, 2003, s. 47.

⁸ Feenberg, s. 77.

⁹ Erol Mutlu, **İletişim sözlüğü**, 3. Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1998, s. 328.

2.1.2 Toplumsal değişim ve enformasyon ve iletişim teknolojileri

Teknolojik determinizm tezi, 20. yüzyılda enformasyon ve iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla iletişim alanında ifadesini bulmaktadır. Enformasyon ve iletişim araçlarının gerçekte içinde şekillendiği ve hizmet ettiği kapitalist toplumsal düzeni maskelemek, gizlemek için kullanılan egemen söylemlerden biri de bu araçların toplumun geniş kesimlerince kullanılmasıyla toplumu ilerleteceği, demokratikleşmeyi sağlayacağı, vatandaşların enformasyona erişme olanaklarını artıracacağı ve bu sayede daha bilinçli ve siyasal anlamda daha katılımcı bireylerin ortaya çıkacağı ileri sürülmektedir. Bu söylem, yukarıda ele aldığımız teknolojik determinizm söyleminin iletişim alanına bir yansıması olup, ilk modern iletişim aracı telgraf için sarf edilen heyecanlı sözlerden bu yana yinelenmektedir. Mattelart, her yeni iletişim aracının aynı umutlara yol açtığını dile getirmektedir:

“Her bir teknik yenilikle birlikte evrensel uyum, adem-i merkezi demokrasi, sosyal adalet ve genel refaha dair kurtarıcı söylem yeniden canlanır. Her defasında eski teknolojiye dair bir unutkanlık baş gösterir. Optik telgraftan denizaltı kablolarına, telefon ve radyo-televizyondan internete toplumsal yapıda zaman ve mekanı aşan tüm araçlar, Attika sitelerinin agorasının kalıntılarını beraberinde getirir.”¹⁰

İletişim alanında teknolojik determinizm savı, Kanadalı ekonomi tarihçisi Harold Innis’in çalışmalarıyla yaygınlık kazanmıştır. Innis, iletişim araçlarını üretildikleri hammaddeye (kil, taş, papirüs, kağıt vb.) göre ayırarak ve insanlık tarihini iletişim araçlarının gelişim tarihlerine göre sınıflandırarak her döneme özgü bir iletişim aracının egemen olduğu görüşünü ortaya atmıştır: Çin’de kağıt, Mezopotamya’da kil tabletler, Mısır’da papirüs, Antik Yunan ve Roma’da parşömen, Ortaçağ Avrupası’nda kağıt vb. Innis’e göre tarih boyunca her medeniyet belirli bir iletişim aracını öne çıkarmakta, bu araç toplumsal yapılara ve din, hukuk, politika gibi kurumlara biçim vermektedir:

“Fırat ve Dicle Vadileri’nde kile bağımlılık özel bir yazım tekniğinin gelişmesine yol açmıştır. Kil üzerine yazılan çivi yazısı gelişmiş hünere, yoğun bir eğitim ve kalıcı kayıtların yoğunlaşmasına dayanır... Yazıya daha uygun olan parşömen ve papirüse, daha etkin bir alfabeye geçilmesiyle birlikte İbrani peygamberler, Yahudi, Hristiyan ve Müslümanların

¹⁰ Mattelart, s. 18.

dinlerinde yazmalarda kalacak sözlü ve yazılı geleneğin harekete geçirmişlerdir.”¹¹

“Papirüs, Mısır’da siyasi örgütlenmenin gelişimini desteklemiştir. Yunanistan’da da papirüs ve alfabenin basitleştirilmesi; demokratik örgütlenmenin, edebiyatın ve felsefenin gelişmesini sağlamıştır.”¹²

“Roma İmparatorluğu’nda bürokrasinin gelişimi ve idarenin sorunları çözmeye başarısı, papirüsün kullanımına bağlıdır.”¹³

Alfabe ve yazının kuralları kullanıldıkları toplumda tektipliğe, adalete ve kanunların uygulanmasına, sertliğe, devrime ve önemli değişikliklere yol açmaktadır. Innis’e göre Eski Yunan’da yazının yayılması, Yunanlıların mitlerine, Ortaçağ’da laik edebiyatın yaygınlaşması ise rahiplik kurumu ve dinsel ayinlere şüpheyile yaklaşılmasına yol açmıştır.

Innis, yazıdan önce gelen sözlü geleneğin hafızaya ve ezberlemeye dayalı olduğunu ileri sürer. Yazı, sözlü geleneği ve ifade gücünü zayıflatır, düşüncenin gelişimine yol açar. “Eski dünya seslerle, modern dünya düşüncelerle uğraşır.”¹⁴ Innis, her iletişim aracının (medyanın) bilginin zamansal ve mekansal yayılımı üzerinde etkileri bulunduğunu belirtir ve eğer medya eski tabletler, yazıtlar, dikilitaşlar gibi ağır, dayanıklı ve taşımaya müsait değilse zaman üzerinde; papirüs ve kağıt gibi hafif ve taşınabilir ise mekan üzerinde bir tekele sahiptir. İşte, medyanın bu zamansal ve mekansal özelliği, içinde bulunduğu ve kullanıldığı kültürde de anlamsal bir yanlılığa yol açacaktır. Innis’e göre uygarlıklar, zamansal ve mekansal denetimi sağlayarak ayakta kalmakta, yeni bir iletişim aracı keşfedildiğinde ise toplumsal denge altüst olmakta, bir kültürden ötekine geçilmektedir. “Innis’in kuramında öncü rol oynayan başka bir merkezi kavram, iletişimin her bir aracının bilginin tehlikeli bir tekeli yaratma eğilimi içinde olmasıdır.”¹⁵. Innis’e göre her iletişim aracı bilgi tekeli oluşturur.

“Yazılı basının oluşturduğu bilgi tekeli, mekansal takıntı ile süreklilik ve zamanı görmezden gelmeyi sona erdirmiştir. Zaman üzerinde tek el kuran gazetenin bölgesel niteliğinden dolayı mekan üzerindeki gücü sınırlıdır.

¹¹ Harold Innis, **The Bias of Communication**, Toronto: University of Toronto Press, 1973, s. 6.

¹² Innis, s. 31.

¹³ Innis, s.47.

¹⁴ Innis, s.14.

¹⁵ Asa Briggs ve Peter Burke, **Medyanın Toplumsal Tarihi**, İbrahim Şener (çev.), İstanbul: İzdüşüm Yayınları, 2004, s. 14.

Radyo ise merkeziliğe vurgu yaparak ve zamansal sürekliliği gerekli kılarak Batı uygarlığında yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Kağıt ve yazılı basının iletişim yanlılığı radyonun yanlılığı tarafından altüst edilmiştir.”¹⁶

Innis, daha sonra McLuhan’ın açıkça söyleyeceği “Araç, mesajdır” sloganının ilk sözcüsüdür. Ona göre bir iletişim aracının uzunca bir süre kullanılması, o medyanın ilettiği bilginin karakterini de belirler; ve öyle sapkın etkileri olmaya başlar ki söz konusu uygarlıkta yaşam ve esnekliği sağlamak bir süre sonra imkansız hale gelince yeni bir iletişim aracı kullanılmaya başlanır, bu da yeni bir uygarlığın doğmasına yol açar.¹⁷

Innis’in düşüncelerinden etkilenen ve iletişim alanında teknolojik determinist görüşün en bilindik temsilcisi sayılan Marshall McLuhan, insanlığın gelişimini iletişim araçlarının icatlarına bağlı olarak ele almış ve insanlık tarihini iletişim araçları tarihi olarak yorumlamıştır. Ona göre her yeni iletişim teknolojisi, insanlık için yeni bir ortam yaratır.¹⁸ İnsanlık tarihini “sözlü kültür”, “yazılı kültür” ve “elektronik kültür” olmak üzere üç evreye bölen McLuhan, her bir kültürde yaşayan insanların kullandıkları araçların insan bedeninin bir uzantısı olduğunu ve farklı algılamalara yol açtığını ileri sürerek toplumdaki değişimleri tek tek bireylerin algılarındaki değişimden yola çıkarak açıklamaya çalışmıştır. “Sözlü kültür”de hiçbir şey kayıt edilmediği için hafıza gelişir, bilgi kuşaklara sözel iletişim yoluyla aktarılır. Böyle bir cemaat yaşamında yaşlı kişiye, en bilge kişi olduğu için saygı duyulur. Yazıya geçilmesiyle birlikte ve özellikle matbaanın icadının ardından “yazılı kültür”de bilgi, yazı yoluyla aktarılır. Bu da beraberinde hafızanın zayıflamasını (yaşamın sürmesi için gerekli bilgiler artık kayıt altına alınmaktadır ve onları akılda tutmaya gerek yoktur) ve bireyselliği getirir. “Sözlü kültür”de bilgi, topluluk/cemaat ortamında aktarılırken “yazılı kültür”de birey, kitap okuma etkinliğini tek başına gerçekleştirir. Örneğin, “sözlü kültür”den fonetik alfabeye geçişle birlikte insanoğlu, duymanın büyüğü dünyasından görmenin kayıtsız dünyasına geçiş yapar. Alfabeyle birlikte göz ve kulak birbirinden ayrılır. Alfabetik işaretler duyuların birbirleriyle olan ilişkilerini ve zihnin işleyişini dönüştürür. Bir toplum

¹⁶ Innis, s. 60.

¹⁷ Innis, s. 34.

¹⁸ Marshall McLuhan, **La Galaxie Gutenberg**, Paris:Gallimard, 1967, s. 3.

duyulardan birine önem katan ve onu egemen kılan bir teknoloji icat edip kullanmaya başladığında duyuların birbirleriyle olan ilişkileri de dönüşüme uğrar. İnsan dönüşür: Gözleri, kulakları, tüm bu duyuları da birlikte dönüşür. “Sözlü” ve “yazılı kültür”den sonra gelen “elektronik” uygarlık da McLuhan’a göre duyuları dönüştürür. Söze ve görüntüye dayalı elektronik kitle iletişim araçları, algımızda ve eyleme alışkanlıklarımızda ilkel insanların beyinsel işlemlerini andıran sonuçlar doğurur.

McLuhan’a göre teknolojinin bireyin algıları üzerindeki etkileri hızlı bir kültürel dönüşüm sağlar. McLuhan, Batı Uygarlığı’ndaki duyuların, görevlerin, siyasi güçlerin ayrışması gibi tüm köklü dönüşümleri teknolojinin icadına bağlar.

McLuhan, “araç mesajdır” (The medium is the mass-age) cümlesiyle bir aracın mesajı bize neyi değil, nasıl düşünmemiz gerektiğini söylediğini ileri sürer: “Toplumlar her zaman iletişimin içeriğinden çok, insanların iletişimde kullandıkları iletişim araçlarının doğasına biçimlendirilmişlerdir.”¹⁹ Ona göre herhangi bir mesaj gönderildiği araca göre farklı etkiler yaratır, farklı duyulara seslenir. Bir hikaye radyo, sinema, televizyon ya da gazete ile hedefe gönderildiğinde her araç farklı bir etki yaratacaktır. Radyo kulağa hitap eder, görsellik yoktur, dolayısıyla dinleyici hikayeyi gözünde canlandırmakta özgürdür. Oysa televizyon görüntü ve sese dayanır ve hem göze hem kulağa hitap eder. İzleyici hikayeyi görsel olarak da algıladığı için ona hayal imkanı tanınmaz. Kitaptan okunan bir bilgi zor unutulurken televizyonda izlenen bir görüntü kolayca unutulabilmektedir.

McLuhan, iletişim araçlarını iki açıdan sınıflandırır: “Sözlü kültür”e ait, kulağın uzantısı olan, toplumsal, çoğulcu, ortak yaşamcı, genel bilgiye dayalı ve işlemci, eşzamanlı “kalp medyası” ile “yazılı kültür”e ait olan, gözün uzantısı, bireyci, uzmanlaşmış ve sınıflandırılmış bilgiye dayalı “zihin medyası”. İkinci olarak, medyaların okurun-izleyicinin-dinleyicinin katılım derecesine göre sınıflandırılmasından ortaya çıkan “soğuk medya” (söz, TV) ve “sıcak medya” (yazı, radyo) ayrımı yer alır.

¹⁹ Marshall McLuhan ve Quentin Fiore, **Yaradığımız Medya**, Ünsal Oskay (çev.), İstanbul: Merkez Yayınları, 2005, s.8.

McLuhan, elektronik kitle iletişim araçlarının (telgraf, radyo ve televizyon) icadıyla birlikte dünyanın ‘global köy’ e dönüştüğünden söz eder. Elektronik iletişim araçları sayesinde bilginin iletim hızı artar. Dünyada olup bitenleri anında öğrenerek zaman ve mekanı aşarız. McLuhan’a göre kendi döneminin son elektronik icadı olan televizyon, sözlü kültüre geri dönüşü simgeler. “Elektronik kültür”, “yazılı kültür”den farklı olarak bireyciliği değil, sözlü kültüre özgü cemaatçi ruhu yeniden canlandırır. Televizyon sayesinde kişi, kendisini ve diğerlerine ilişkin bütünlüklü bir bilince sahip olabilir ve yeryüzünde olan biteni daha iyi anlar. Elektroniğin dayattığı yeni bağımlılık dünyayı “küresel köy”e çevirir. Elektromanyetik dalgaların keşfi sonucunda artık insanı alakadar eden her şeye olay anında erişebilmek mümkündür. Sanki büyük insanlık ailesi “küresel bir köy”de yaşamaktadır.

“Papazın ev ziyaretleri gibi evlerimize, hayatımıza her an ve inanılmaz hızla girip çıkan elektrik devreleri “zaman” ve “mekan” rejimini tahtından etmiştir. Herkes, herkesle uğraşmakta, herkes herkesten her an haberdar olmakta. Elektrik devresi bütün dünyada geçerli yeni bir diyalog biçimini yaratmıştır. Bu diyalogun bize verdiği mesaj; ruhsal, toplumsal, ekonomik ve siyasal dar görüşlülüğün sonunu getiren bir Topyekun Değişim.”²⁰

McLuhan’ın Küresel Köy kavramı bugün internetin kullanımıyla birlikte yeniden gündemdedir. McLuhan’ın görüşleri hem liberal-işlevselci görüşlerle hem de döneme özgü yapısalcı (sıcak medya-soğuk medya) sınıflandırmalarından esinlenmiştir. McLuhan, tam bir teknolojik determinist bakış açısı sunarak teknolojinin ortaya çıktığı toplumsal koşulları incelemek yerine icadın bireylerin algısı ve toplum üzerindeki etkilerinden söz etmektedir.

Walter Ong da Innis ve McLuhan’ın iletişim alanında teknolojik determinizm fikrini sürdürmektedir. Ong, elektronik araçlarla birlikte insanlık iletişimin yalnızca konuşma dilinden oluştuğu “Birinci sözlü kültür”den “sözlü” nitelikleri bulunan elektronik araçların öne çıktığı “İkinci sözlü kültür”e geçiş olduğunu savunur.²¹ İletişim teknolojilerinin bilincin yapısını değiştirdiğini, yazı ve matbaa gibi “yazılı kültür”e ilişkin icatların bireyin algısında değişikliğe yol açarak bilinci dönüşüme uğrattığını ileri süren Ong, elektronik araçlarla birlikte “sözlü kültür”e geri dönüldüğünden

²⁰ McLuhan, **Yaradığımız Medya**, s. 16.

²¹ Walter Ong, **Sözlü ve Yazılı Kültür**, Sema Postacıoğlu Baran (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 1995, s. 24.

bahseder: “Sözel anlatımın elektronik dönüşümü, hem kelimenin yazıyla başlayıp matbaayla pekiştirilen mekansal bağlarını güçlendirmiş, hem de bilincimizi ikincil sözlü kültür çağına sokmuştur.”²² Ong’a göre “birinci sözlü kültür” ile “ikinci sözlü kültür” katılımcıdır, topluluk duygusunu arttırır ve yaşanan ana odaklandığı için birbirine benzer; ancak ikincisi birincisine oranla çok daha geniş bir kitleye hitap etmektedir.

Ong, sözlü, yazılı ve elektronik kültür tiplerini ayıran farklardan söz ederken bu farkların nasıl oluştuğunu, bunları meydana getiren tarihsel süreçleri, geçişleri açıklamaktan kaçınmaktadır. Teknolojinin toplumsal etkilerinden çok, zihin üzerindeki etkileri üzerinde durmayı tercih etmektedir.

Antropolog Jack Goody, Ong’a benzer biçimde okuryazarlığın toplumsal ve psikolojik etkilerini incelemiştir. Kültürlerin iletişim süreçlerinin bir parçası ve ürünü oldukları savından yola çıkan Goody, iletişim araçlarının kişinin bilişsel sürecini dönüştürdüğünü, daha akışkan ve esnek olan sözlü kültürden yazılı kültüre geçişte sözlü bilginin yazıyla sabitlenmesiyle birlikte toplumsal örgütlenmede ve düşünce biçimlerinde değişimler meydana geldiğini ileri sürer. Yazıyla birlikte geniş kapsamlı, gayri şahsi ve soyut düşünce sistemleri ortaya çıkar. Yazı, şüphecilğin gelişmesini sağlar:

“Sözlü (yani geleneksel) toplumların üyeleri, örneğin maddenin doğası ya da insanın Tanrıyla ilişkisi üzerine şüpheci bir düşünce hattı oluşturmakta zorluk çekiyorlarsa bunun nedeni basitçe, sürekli bir eleştirel geleneğin bulunma olasılığının azlığındandır. Çünkü şüpheci düşünceler *kaydedilmedikçe*, zaman ve uzam içinde *aktarılmadıkça*, insanın özel olarak aynı zamanda da icra sırasında bunları düşünmesi *sağlanmadıkça* bunun oluşması olanaksızdır. Birçok durumda karşılaştırılması gereken ‘geleneksel’ ve ‘modern’ değil, ‘sözlü’ ve ‘yazılı’ olandır... Kitaplar ve kütüphaneler bireye ister betimleyici ister ütopyacı taslaklar halinde olsun, farklı kültürler ve dönemler hakkında bilgi alma olanağı sunar... Daha çok alternatiflerin sunulma *biçimi*, insanların farklılıklarının farkında olmasını sağlar, çelişkileri düşünmeye zorlar, tartışmanın ‘kuralları’ hakkında bilgili olmasını sağlar ve bu tür bir ‘mantık’ yürütmeye yöneltir. Ve biçim, yazım ya da yazılı tür tarafından belirlenir.”²³

²² Ong, s. 160.

²³ Jack Goody, **Yaban aklın evcilleştirilmesi**, Koray Değirmenci (çev.), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2001, s. 55-56.

Yazı, akıllı ‘evcilleştirir’: Konuşmanın kaydedilmesi, bir yere dökülmesi, insanoğluna sözcükleri açık bir biçimde ayırma, sözcük sistemleri oluşturma ve kıyasa dayalı akıl yürütme olanağı sağlar.

“Yazı, eleştiri potansiyelini artırır, çünkü söylemi farklı bir yoldan gözlerimizin önüne serer; aynı zamanda birikimsel bilgi potansiyelini özellikle de soyut türde bilgiyi artırır, çünkü yüz yüze iletişimi aşarak iletişimin doğasını aynı zamanda da bilginin depolanma sistemini değiştirir. Bu şekilde, ‘düşüncenin’ çok daha geniş bir kapsamı okuyan halka ulaştırılabilir. Artık, bilginin saklanması diye bir sorun, insanlığın entelektüel hayatına hakim değildir; insan akıllı, artık konuşmanın dinamiğine katılmanın getirdiği kısıtlamalar yerine durağan ‘metni’ çalışmakta özgürdür. Bu süreç insanın yarattıklarına şöyle bir geri çekilip bakmasını ve onu daha soyut, genelleşmiş ve ‘rasyonel’ bir yolla gözlemesini sağlar. Yazım, insanlığın iletişimine çok daha geniş bir zaman aralığından bakmasını sağlayarak, bir yandan eleştiri ve yorumu bir yandan da sürecin doğruluğunu teşvik eder.”²⁴

Goody, eleştirel aklın gelişimini tamamen yazıya bağlamakta, yazının konuşmayı işitsel olduğu kadar görsel bir inceleme nesnesi haline getirerek ‘nesnel’ kıldığını, alıcının kulaktan göze, üreticinin de sestene ele kaydığını; akıl yürütmenin, sınıflandırmanın, kıyaslamanın iletişimin biçimselleştirilmesinden ortaya çıktığını ileri sürer.

Teknolojik determinizm görüşünü iletişim araçlarının gelişimine uyarlayan tüm bu düşünürler şu konularda birleşmektedir: 1- İnsanlık tarihini iletişim araçlarının gelişimine bağlı olarak dönemselleştirmeleri, 2- İletişim araçlarının kullanıcı üzerinde yarattığı duyuşsal, bilişsel, algısal değişimlerin toplumsal dönüşümlere yol açtığını ileri sürmeleri 3- Her yeni iletişim aracının devrim yarattığı ve insanlığı bir kültürden ötekine (sözlü, yazılı ya da elektronik kültürlerle) taşıdığı söylemidir.

Teknolojik determinizm savının iletişim alanına bir diğer yansıması ise 1950’li yıllardan itibaren Batılı sanayileşmiş ülkelerin kendi ekonomik ve toplumsal sistemlerini diğer ülkelere aktarma çabasının ideolojik çerçevesini oluşturan “kalkınma kuramları”nda belirgin hale gelmektedir. Kalkınma kuramları, Batının ekonomik sisteminin, teknolojisinin ve toplumsal modellerinin ‘geri kalmış’ ya da ‘gelişmekte

²⁴ Goody, s. 49.

olan' ülkelere aktarılmasıyla modernleşmenin, kalkınmanın, demokratikleşmenin ve toplumsal refahın sağlanacağı düşüncesine dayanır. Kalkınma kuramcılarına göre her toplum için geleneksel toplumdan modern topluma geçiş benzeri aşamaları takip etmekte, modernleşme geleneksel toplumlarda yukarıdan aşağıya, şehirden köylere doğru, ekonomik büyüme yaratarak, teknoloji ithali ve merkezi planlamayla gerçekleşmektedir.²⁵

Kalkınma ve modernleşme sorununu çalışmalarının merkezine koyan sosyal bilimciler arasında Rostow, Parsons, Huntington, Ogburn, Lerner, Schramm, Rogers, Pye, De Pool sayılabilir. Modernleşmeye ilişkin olarak farklı kavramlar ve paradigmlar kullansalar da hepsinin ortak noktası, teknolojiyi toplumsal değişimin merkezinde görmeleridir: "Bu yaklaşımlar Rostow ile ekonomik, T.Parsons ile sosyolojik, S.P. Huntington ile siyasal, D. Lerner ve diğerleriyle psikolojik, Ogburn ile kültürel biçimler aldı. Lerner'dan Schramm'a, Inkeles'ten McLelland'a kadar modernleşme kuramcılarının hepsi, az gelişmiş, geleneksel ve geri kalmış olarak nitelenen ülkelerde, sosyal, siyasal ve ekonomik kurumlara ve teknoloji-insan ilişkisine yönelik sorunu, nedeni ve çareyi "insanı modern yapma" çerçevesi içinde gördü ve gösterdiler. Kişilerin düşünce, davranış, alışkanlık, tutumlar, değerler ve geleneklerinde değişim gerekliliği iddiasıyla geldiler."²⁶

İletişim teknolojilerinin geleneksel toplumlara özgürlük ve demokratikleşmeyi getireceği fikri kalkınma kuramcıları arasında yaygındır. Daniel Lerner, geleneksel toplumdan modern topluma geçişte televizyonun ve diğer iletişim araçlarının önemine değinirken, De Pool iletişim araçlarını "özgürlük teknolojileri" olarak adlandırmış, Rogers geleneksel kültürlerde iletişim teknolojilerinin yeniliklerin yayılmasında ajan görevi yüklemiştir.

Kalkınma kuramları yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri bağlamında düşünüldüğünde 1980'lerin başından itibaren yenilenerek gündeme gelmektedir. Bu kez geleneksel kitle iletişim araçlarının modernleştirici etkilerinden ziyade yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin "enformasyon toplumu"na yol açacağı iddia

²⁵ Haluk Geray, **Yeni İletişim Teknolojileri, Toplumsal Bir Yaklaşım**, Ankara: Kılıçarslan Matbaası, 1999, s. 45.

²⁶ İrfan Erdoğan, **Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim**, Ankara: Erk, 2000, s. 64.

edilmekte, ‘gelişmekte olan’ ülkelerin küresel ekonomiye dahil edilmesi için ideolojik çerçeve oluşturulmaktadır.

2.1.3 “Enformasyon toplumu” ve teknolojik determinizm tezinin yinelenmesi

“Enformasyon toplumu” kavramı; ekonomi, mühendislik, sosyoloji, siyaset bilimi gibi farklı bilim dallarını temsil eden kuramcıların kurguladığı, teknolojik rekabetin doruk noktasına vardığı, teknolojik icatların aslen savunma sanayisinin hizmetinde şekillendiği dönem olan Soğuk Savaş döneminde ortaya çıkmış, 1970’li yıllarda ABD’de meydana gelen teknolojik yeniliklerin ve üretim biçiminin dönüşümünün evrenselleştirilerek tüm dünyaya yaygınlaşmasına yardımcı olmuş, 1990’lı yıllardan itibaren yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ticarileşmesi ve kitleleşmesiyle birlikte dünyaya ihraç edilmiş ve 21. yüzyılda toplumların modernleşmesi, küreselleşme sürecine dahil olabilmeleri için egemen söylemlerden biri haline gelmiştir.

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamın her alanını radikal biçimde değişikliğe uğrattığı fikrine dayanan “enformasyon toplumu” kuramcıları, Aydınlanma’nın rasyonellik ve ilerlemeye duyduğu inancı muhafaza ederek Batı düşüncesinin liberal, ilerlemeci geleneğine dayanmakta²⁷, yeni enformasyon ve iletişim araçlarını ve özellikle de bilgisayar teknolojilerini topluma yayılmalarını sağlayacak modernliğin ve ilerleme sembollerinin taşıyıcıları olarak görmekte²⁸ ve böylece teknolojik determinizm düşüncesini sürdürmektedirler. Hirschkop, teknolojik determinist tezden “enformasyon toplumu”na geçişi şöyle açıklamaktadır:

“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 ısıyla işleyen ve savaş sonrasına ait bu tip görüşler yoksulluğun yok edilmesi üzerine yoğunlaşmışlar; (‘Yeşil Devrim’de olduğu gibi) ucuz

²⁷ Krishan Kumar, *Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, Mehmet Küçük (çev.), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999 s. 15.

²⁸ Josiane Jouet, “*Pratiques de Communication et Figures de la Médiation*”, *Réseaux*, No. 60, Paris: Hèrmes, 1993, s. 116.

yemek, ucuz tüketim, daha rahat bir yaşam biçimi ve düzenli yüksek ücretler vaat etmişlerdir. Ancak zorluklar, yeni ‘enformasyon teknolojisi’ çeşitlerinin ortaya çıkmasıyla artmaya başlamıştır. Enformasyon aktarımında ve işlenmesinde yapılan teknik icatlar, sadece ekonomik yeniden doğuma değil, onu önceleyen ve bir çırpıda gerçekleşmesi umulan büyük saadete ve demokrasiye eklenmiştir.”²⁹

“Enformasyon toplumu” kuramcıları, yeni toplumsal düzeni farklı etkenlerle ve paradigmlarla açıklasalar da, her biri enformasyon toplumunun farklı boyutlarına vurgu yapsa da, temelde geleceğe ilişkin ütöpik bir toplum tahayyülü kurmaları noktasında birleşmektedirler. “Enformasyon toplumu” kuramları, işlevselci Amerikalı yazarların (Bell, Toffler, Machlup gibi) eserlerinin yanı sıra Avrupalı postmodernist kuramcılar tarafından da (Lyotard, Baudrillard, Virilio gibi) benimsenmiştir.

“Enformasyon toplumu” kuramlarına ilişkin sınıflandırma yazardan yazara farklılık göstermekte, bazıları kuramcıları, teknoloji-toplum ilişkisine yaklaşımları açısından “iyimser”, “kötümser” ya da “nötr” olarak sınıflandırmakta, bazıları (Bk. Webster) kuramcının yeni bir toplum ya da eski toplumun devamlılığını savunması açısından bir ayrıma gitmekte, bazıları da kuramda neyin temel alındığına göre bir ayrım yapmaktadır. Biz ise “enformasyon toplumu” kuramlarını kronolojik bir sırayla ve birbiriyle bağlantılı biçimde ele almanın konuyu daha anlaşılır kılacağını düşündük.

“Enformasyon toplumu”nun ilk ideologu, İkinci Dünya Savaşı ortamında ‘sibernetik’ biliminin kurucusu Amerikalı mühendis-hümanist Norbert Wiener’dir.³⁰ Toplumsal yaşama müspet bilimler kavramlarıyla yaklaşan, toplumsal sistemdeki bozuklukların enformasyon ve iletişim eksikliğinden (entropi) kaynaklandığını öne süren Wiener’e göre insan, aslında ‘içten yönelimli’ bir varlıktır ve insana yön veren yalnızca kendi inançlarının değeridir. ‘İletişim kuran insan’ (*homo-communicans*) modernliğin bir ideali olarak doğmuştur; yaşam enerjisini ve kapasitesini yaşaması için gerekli enformasyonu toplamaya, işlemeye ve değerlendirmeye borçludur. Enformasyon, evrenin fiilen duraklamasına neden olacak entropik dürtüye karşı hayatın

²⁹ Ken Hirschkop, “Demokrasi ve Yeni Teknolojiler”, **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**, Robert McChesney vd. (ed.), Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın (çev.), Ankara: Epos, 2003, s. 241.

³⁰ Phillipe Breton, “Une Ideologie Alternative?, Les Théories de la Communication”, **Cinémaction**, No. 63, Mart 1992, s.3.

gerçekleştirdiği karşı saldırıların esas parçası, hayatta kalmamızın bir gerekliliğidir. Enformasyon, kendimiz ve çevremiz arasındaki zorunlu değiş-tokuşlar izin verir.³¹

“Entropi arttıkça, evren ve evren içindeki bütün kapalı sistemler, doğal olarak çürüme eğilimi gösterirler, birbirlerinden olan ayrılıklarını yitirirler, olasılığı en az olandan en çok olan duruma yönelirler, özellik ve organizasyonun bulunduğu bir ayırım ve organizasyon durumundan, birörneklik ve karmaşıklığın bulunduğu bir duruma doğru giderler.”³²

İletişimi toplumdaki eşitsiz ilişkilerden bağımsız olarak ele alarak kendi dönemindeki Shannon ve Weaver, Lasswell gibi iletişim kuramcılarının yaptığı biçimde iletişimi enformasyon gönderme sürecine indirgeyen ve II. Dünya Savaşı’nın vahşetini ortadan kaldıracak bir kurtarıcı olarak gören Wiener, ‘gürültü’, ‘entropi’ ve örgütlenme eksikliği gibi sorunların iletişim sayesinde aşılabileceğini savunarak yeni iletişim ideolojisinin barbar ideolojilere karşı olduğunu söyler. Yeni ütöpik bir toplum projesi olan ‘iletişim toplumu’ bu ideolojinin hayata geçmesidir.³³ Wiener’in görüşleri, kapitalist toplumda yükselen mühendis grubunun toplumu hesaplanabilir, öngörülebilir yasalara indirgemesinden kaynaklanan teknokratik düşüncenin mükemmel bir örneğidir.

Wiener’in İkinci Dünya Savaşı’nın ertesinde yaptığı “enformasyon toplumu” öngörüsünün ardından 1970’li yıllarda bilgisayar ve sayısal teknolojilerdeki devrimlerin gerçekleşmesine bağlı olarak sosyal bilimler alanında da “enformasyon toplumu”nu müjdeleyen kuramcılar ortaya çıkmıştır. Amerikalı Fritz Machlup ve Daniel Bell, bu kuramcılarının en popüleridir.

Fritz Machlup, 1962’de yayımlanan kitabında ABD’de enformasyona dayalı hizmet sektörlerinin gelişimini inceleyerek enformasyonun ulusal ekonomide giderek ağırlık kazandığını tespit etmiş, istatistikleri dayanarak kol işçisinden beyin işçisine geçişi açıklamaya çalışmıştır.³⁴

³¹ Kumar, s. 19.

³² Norbert Wiener, **Emek, Sibernetik ve Toplum**, İbrahim Keskin (çev.), İstanbul: Özgün Yayınları, 1975, s. 32.

³³ Breton, s. 3.

³⁴ Bkz. Fritz Machlup, **The Production and Distribution of Knowledge in the United States**, New Jersey: Princeton, 1962.

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından dünyadaki ekonomik olarak kalkınmış ülkelerin sanayi-sonrası döneme girdiklerini ileri süren ve “enformasyon toplumu” kuramını 1970’lerin Amerikan toplumunu model olarak oluşturan Daniel Bell, sanayi-sonrası toplumunun birbirine bağlı beş temel özelliğini şöyle sıralamaktadır: 1- Ekonomik alanda mal üretiminden hizmet üretimine geçilmektedir. 2- Mavi yakalı fabrika işçilerinin yerini fikir işçisi olarak adlandırılan beyaz yakalı büro işçileri almaktadır. 3- Yeniliklerin ve toplumun politik olarak örgütlenmesinde kuramsal bilgi giderek merkezi hale gelmektedir. 4- Teknoloji planlanmakta ve denetlenmektedir. 5- Zihinsel işlemler de yapabilen “entelektüel teknolojiler” ortaya çıkmaktadır.³⁵

Bell, sanayi sonrası toplumda bilgiye (knowledge) ayrıcalıklı bir yer verir: “Sanayi toplumu malların üretilmesi için makinelerin ve insanların koordine edilmesidir. Sanayi sonrası toplum ise toplumsal denetim, yenilik ve değişimlerin yönlendirilmesi için bilgi etrafında örgütlenir ve karşılığında siyasi olarak idare edilen yeni toplumsal ilişkiler ve yapılar ortaya çıkar.”³⁶ Ona göre toplumdaki temel yapısal değişikliklerin asıl nedeni, bilginin niteliğindeki değişimdir. Bilimlerin uzmanlaşması ve aşırı büyümesi, zihinsel işlemler de yapabilen yeni teknolojilerin icad edilmesi, AR-GE bütçeleriyle sistematik araştırmaların yapılabilmesi ve kuramsal bilginin kodlanması kuramsal bilginin gelişmesini sağlamıştır. Yeni teknolojiler, ekonomik büyüme ve toplumsal katmanlar kuramsal bilgiye göre örgütlenir, kuramsal bilginin üretim yeri olan üniversiteler, araştırma merkezleri sanayi sonrası toplumun öncelikli kurumları haline gelirken hizmet sektörünün büyümesine bağlı olarak ortaya çıkan beyaz yakalılar da toplumsal sınıfı oluştururlar:

“Sanayi sonrası toplum hizmet sektörünü temel alır. Dolayısıyla kişiler arasındaki bir oyundur. Geçerli olan kol gücü ya da enerji değil, enformasyondur. Üretimin merkezindeki kişi; eğitilmiş, bilgili, donanımlı sanayi sonrası toplumun ihtiyaçlarına yanıt verebilecek yeteneklere sahip kişidir”.³⁷

³⁵ Daniel Bell, **The coming of post-industrial society, A venture in social forecasting**, New York: Basic Books, Inc. Publishers, 1973, s. 16.

³⁶ Bell, s. 20.

³⁷ Bell, s. 127.

Sanayi-sonrası toplum, aynı zamanda iki nedenden ötürü bilgi toplumudur: 1- Teknolojik yenilikler giderek AR-GE kurumları tarafından gerçekleştirilmektedir. 2- Bilgi sektörlerinin GSYİH içerisinde önemli bir payı bulunmaktadır.

Bele, yeni teknolojileri, dünyanın yaşam standartlarının yükselmesinde ve eşitsizliklerin giderilmesinde itici güç olarak görmekte, teknolojinin mühendis ve teknisyenlerden oluşan yeni bir sınıf yarattığını, ekonomiye etkinliğe ve optimizasyona dayanan yeni bir rasyonellik getirdiğini, ulaşım ve iletişim alanında meydana gelen teknolojik yeniliklerin yeni ekonomik bağımlılıklar ve toplumsal etkileşimlere yol açtığını, zaman ve mekanın estetik algılanışı üzerinde de radikal değişimlere sebep olduğunu ileri sürmektedir.

Masuda da bir “kompütopya” vizyonu, yirmi birinci yüzyılın enformasyon toplumuna ilişkin bir ütopya önermektedir. Bu, “evrensel bir bolluk” toplumu olacaktır. Kas gücüyle çalışmakta olan otomasyon sayesinde büyük ölçüde kurtulmuş olan bireyler, çeşitli ihtiyaçlarını doyurmak için gönüllü topluluklar oluşturacaklardır. Bilgisayar – iletişim teknolojisi, merkezileşmiş politika ve yönetim olmaksızın işlerin yürütülmesini mümkün kılarak merkezileşmiş politika ve yönetim yerine “katılımcı demokrasi” ve yerel “yurttaş yönetim sistemleri”ni getirecektir.³⁸

“Enformasyon toplumu”nun günümüzdeki temsilcilerinden sayılan Manuel Castells de yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri üzerinde yükselen “ağ toplumu”nu ekonomik, toplumsal, siyasi ve kültürel yönleriyle ele alır. Toplamların tarihsel olarak belirlenen üç kavram (üretim, deneyim ve iktidar) etrafında örgütlendiğinden söz eden Castells, enformasyon ve bilginin her dönemde ve toplumda önemli olduğunu, ancak bilginin üretkenliğın başlıca kaynağı olarak kendi üzerindeki eyleminin yalnızca yeni enformasyon dönemine özgü olduğunu ileri sürer: “Enformasyonun işlenmesi bir üretkenlik kaynağı olarak enformasyon işleyen teknolojilerin daha iyi işlemlerini amaçlıyor... Teknoloji ve üretim ilişkileri toplumsal ilişkilere ve yapılara yayılarak iktidarı ve deneyimi dönüştürüyor.”³⁹ Castells, enformasyon toplumu kavramının ortaya çıkışını Keynesci modeli izleyen Batı

³⁸ Kumar, s. 28.

³⁹ Manuel Castells, *La Société en Réseaux*, Paris: Fayard, 1998, s. 39.

kapitalizminin 1970’li yıllarda tıkanmasına ve yeniden gençleşme isteğine bağlı olarak ortaya çıkan gelişmeler ışığında açıklar. Tıkanan Batı kapitalizmi sermayenin kârı maksimize etme mantığının derinleştirilmesini; sermayenin ve emeğin üretkenliğinin artmasını; üretimin, ticaretin ve pazarın küreselleşmesini ve Devletin kamusal çıkarı gözeterek ulusal ekonomilerde üretkenliği ve rekabeti teşvik etmesini hedefler. Enformasyona dayalı toplumu diğerlerinden ayıran enformasyonun yaratılmasının, işlenmesinin ve aktarımının yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde üretimin ve iktidarın birinci kaynağı haline gelmesi olarak görür.

Castells’e göre enformasyon teknolojilerinde yaşanan devrimin beş temel özelliği bulunmaktadır: 1- Enformasyon, yeni ekonomide hammadde olarak işlenmektedir. 2- Yeni teknolojilerin etkisi her alana yayılmaktadır. 3- Ağ mantığı yerleşmektedir. 4- Ağa entegrasyon esneklik üzerine kuruludur, ağda yapılan işlemler geri döndürülebilir, yeniden örgütlenebilir, esnek örgütlenme yapılarına dayanmaktadır. 5-Teknolojiler büyük oranda merkezileşmiş bir sistem içinde yöndeşmektedirler.⁴⁰

Castells, bir yandan enformasyona dayalı kapitalizmin, iş sürecini ve emek pazarını yeniden şekillendirdiğini ve bunu yaparken dünyadaki iktidar ilişkilerini mekansal olarak yeniden düzenleyerek sınıfsal ilişkilere de biçim verdiğini söylemekte, diğer yandan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin enformasyon otoyollarının potansiyel çoklu medya ortamı (multimedia) olarak ortaya çıkışının kültürün ve bizim dünyayı algılayışımızın üzerinde doğrudan etkileri olduğunu savunmaktadır.

Sonuç olarak, “enformasyon toplumu” kuramcılarının kuramlarını oluştururken kullandıkları kavram çerçeveleri ve konuyu ele alış biçimleri farklı olsa da vardıkları ortak noktalar şöyle özetlenebilir:⁴¹

1- Enformasyon toplumunda ekonomide enformasyon hizmetlerinin rolü artmış, enformasyon lider endüstri konumuna gelmiştir.

⁴⁰ Castells, s. 89.

⁴¹ Geray, s. 60.

2- Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasına ve herkesin ‘ağ’a bağlanmasına bağlı olarak siyasal açıdan “katılımcı demokrasi” gerçekleşecektir.

3- Enformasyon toplumunda toplumsal yapı, çok merkezli birbirini tamamlayan cemaatler üzerine kuruludur.

4- İnsani değerler, materyal tüketiminden hedeflerin başarılmasına kaymıştır.

5- İnsanlık, “global enformasyon toplumu”na doğru yol almaktadır.

Post modern düşünürler de “enformasyon toplumu” kuramlarını bir yönüyle meşrulaştıracak savlar ileri sürmüşlerdir. “Enformasyon toplumu” kuramcıları, teknolojik yeniliklere iyimser ve evrimci bir bakış açısıyla yaklaşırken post modern kuramcılar; modern toplumlardaki çoğulculuk ve çeşitliliğe yer vermekte, ancak toplumsal çoğulculuk ve çeşitliliğe şekil ve anlam kazandıracak herhangi bir denetleyici ve yönlendirici gücün olmadığını ileri sürmekte ve toplumun tüm kesimlerine yalnızca az veya çok tesadüfi, yönsüz bir akışın hakim olduğunu savunmaktadırlar.⁴²

Kökenleri 1950 ve 1960’ların toplumsal ve kültürel değişimlerinde bulunan post modern düşünceye göre estetik, etik, kuram gibi farklı kültür alanları özerkliklerini kaybetmekte, kültürel alan toplumsal ve ekonomik olandan ayrı tutulamamaktadır. Kültür ve ticaret birbiriyle kaynaşır ve birbirlerinden beslenir. Modern toplumlarda artan ölçüde parçalanma, çoğulculuk ve bireycilik, ulus-devletin tipik kurumlarının zayıflaması, yerel ile küreselin birbirine bağlanması vb. post modern kuramcıların ana temaları arasında yer almaktadır.

Bilgisayarların ve yeni iletişim teknolojilerinin yeni iletişim biçimleri doğurduğu konusunda birleşen post modern düşünürler bu açıdan “enformasyon toplumu” kuramcılarına yaklaşırlar. Örneğin Lyotard, “post modern durum”dan söz ederken sonuçta bir sanayi-sonrası toplumun ortaya çıkışıyla bağlantılandırılan kültürün bugünkü post modern durum bağlamında “bilginin durumu”na gönderme yapar.

⁴² Kumar, s. 128.

Toplumsal bilgisayarlaşmasından yola çıkarak bilginin temel üretim gücü haline geldiğini belirten Lyotard, bilginin statüsünün değiştiğini, iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerle enformasyonel bir metaya dönüşen bilginin iktidar için sürdürülen küresel rekabette en önemli etken olduğunu ileri sürer.⁴³

Baudrillard da iletişim araçlarını “hipergerçeklik”i yaratan araçlar olarak ele alır. Postmodernistlere göre bugün medya bir şeyleri iletmekten ziyade inşa etmektedir. Medya sırf ölçeği ve her yerde hazır ve nazır oluşu sayesinde, bizim için yeni bir toplumsal epistemolojiyi ve yeni bir tepki biçimini gerektiren yeni bir ortam kurmaktadır. Baudrillard bunu iletişim esrikliği olarak adlandırır: “Hipergerçeklik hali yalnızca nesnel gerçekliğin, yani göstergelerin ve imgelerin gönderme yaptıkları “orada dışarıda”ki bir şeylerin çözülüp dağılması anlamına gelmez. Bu aynı zamanda insan özenin, modernliğin dünya üzerindeki özerk düşünür ve aktör olarak kabul ettiği ego tekinin de çözülmesi anlamına gelir.”⁴⁴ “İletişim esrikliği” bunun gibi bir özerk, hükümran birey varsayımını imkansızlaştırır. Baudrillard, bireyin, kendisini kuşatan çevreyle nesnel, hatta “yabancılaşmış” bir ilişki içerisinde durmadığını söyler.

Kumar’a göre Baudrillard’ın yeni iletişim teknolojisinin etkisi konusunda yaptığı çözümleme karamsardır ve “enformasyon toplumu” kuramcılarınınkinden oldukça farklıdır: “Bu kuramcıların insan kapasitesinin ve gücünün bir genişlemesini, küresel ölçekte bir Prometheusvari yayılmacılığı gördükleri noktada, Baudrillard bireyin enformasyon şebekelerinde gözden kaybolmasını görür. Ama postmodern kuramcılarının bazılarına göre tam da bireyin bu bastırılması, gelecekteki olanaklı bir özgürleşimin tohumlarını içermektedir.”⁴⁵

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin etkilerine karamsar yaklaşan bir başka post modern düşünür ise Paul Virilio’dur. İktidarın hızı, hızın ise yeni enformasyon ve iletişim araçlarına bağlı olduğunu, hızın insanın bakış açısını, zaman-mekan algılamasını dönüştürdüğünü söyleyen Virilio, iletişim araçlarının gelişimini olumsuz yönden ele alarak tıpkı arabanın trafik kazalarına yol açması gibi her yeni teknolojinin kazaları da beraberinde getirdiğini söyler. “Enformasyon toplumu”

⁴³ Jean-François Lyotard, **La Condition Postmoderne**, Paris: Editions de Minuit, 2002, s. 15.

⁴⁴ Kumar, s. 152.

⁴⁵ Kumar, s. 154.

kuramcılarının iyimser bakış açısının tersine Virilio, İnternet gibi yeni çoklu medya ortamlarının kendi *negativitelerini* içinde taşıdığını, yeni kazalara yol açtığını, birebir demokrasiyi getirmek bir yana, totalitarizme yol açtığını, sanal dünyanın gerçek dünyayı ortadan kaldırdığını savunur.⁴⁶ Kaza, teknik ve bilimsel ilerlemenin gizli yüzünü oluşturur. Yeni iletişim araçlarının uzak olanı yakın kılma ve etkileşim özelliğinin gerçek bedenini yerini sanal bedene bıraktığını söyleyen Virilio, teknik-beden ilişkisini şöyle açıklar: “Teknik, insan bedenini tıpkı dünyanın tümünü sömürgeleştirdiği gibi ele geçirir. Otoyollar, demiryolları, havayolları mekansal bütünü yeniden düzenleyerek onu sömürgeleştirir. Bugün ise hayvan bedeni mikroişlemcilerin sömürsünün tehdi altında.”⁴⁷ Virilio’ya göre insan, artık küresel bir beynin içindeki bir nörona indirgenmiştir.

“Enformasyon toplumu” kuramlarının yaygınlaşması, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin toplumlara nüfuz etmesinin yanı sıra 1970’li yıllardan bu yana kapitalizmin geçirdiği krizlerle ve değişimlerle paralellik göstermektedir.

2.2 Kapitalist toplumda enformasyon ve iletişim teknolojileri

Modern toplumda insan, gündelik yaşamında iletişim kurabilmek için teknolojik araçlara sıklıkla başvurmaktadır. Modern iletişim, teknolojinin dolayımı olmadan gerçekleşemez. Mekansal ve zamansal parçalanmanın arttığı, kapitalizmin örgütlenme mekanı olan kentte bireylerin atomize olduğu, yüz yüze iletişim alanlarının sınırlandığı modern toplumlarda enformasyon ve iletişim araçları dünyaya ilişkin bilgiler ve bakış açıları edindiğimiz haber kaynaklarımız; beğenilerimiz, zevklerimiz ve kimliklerimizin olduğu ortamlar; yalnızlığımızı ve ait olma duygumuzu giderdiğimiz araçlar; eğlence sunarak reel hayatın sıkıntılarından bizi uzaklaştıran, kapitalist sistemin daha verimli işlemesini sağlayan teknolojiler olarak farklı işlevlerle karşımıza çıkmaktadır.

Enformasyon ve iletişim birbirleriyle ilişkili, birbirini tamamlayan; fakat birbirlerinden farklı kavramlardır. Enformasyon ve iletişimin birçok tanımı

⁴⁶ Paul Virilio, *Cybermonde, la politique du pire*, Paris: Les Editions textuels, 1996, s. 37.

⁴⁷ Virilio, s.55.

bulunmaktadır. Mutlu, iletişimin kavramının araştırmacının bakış açısına göre farklılık gösterdiğini belirterek çeşitli tanımlarını vermiştir⁴⁸:

“İletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin vb.’nin simgeler kullanılarak iletilmesidir.”

“İletişim anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlenmeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir.”

“İletişim esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir.”

“İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir.”

“İletişim katılanların bilgi yaratıp, karşılıklı bir anlamaya ulaşmak amacıyla bu bilgiyi birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir.”

“İletişim, sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreçtir.”

“İletişim insanların kolektif olarak toplumsal gerçekliği yaratıp düzenledikleri süreçtir.”

Tüm bu tanımlarda öne çıkan ortak kavram, iletişimin bir süreç olduğu ifadesidir. Enformasyon ise iletişim sürecinde iletilen mesajdır. Yves LeCoadic, enformasyonu şöyle tanımlamaktadır: “Enformasyon kaydedilmiş yazılı, sözlü ya da görsel-işitsel herhangi bir bilgidir. Enformasyon bir anlam içerir. Bilinçli bir varlığa mekansal-zamansal bir araçla mesaj biçiminde iletilen bir anlamdır. Bu araç yazılı, elektrik sinyali, ses dalgası vs. olabilir.”⁴⁹ İletişim, enformasyonun kişiler arası ya da kolektif değiş-tokuşunu sağlayan süreçtir. Enformasyon, iletişim sürecinin içeriğini oluşturur⁵⁰. Escarpit’ye göre iletişim, taşımacılığın özel bir durumudur: “Bir madde ya da bir enerjinin bir yerden başka bir yere taşınmasına ulaşım diyoruz, iletişim ise

⁴⁸ Mutlu, s. 168.

⁴⁹ Yves – François LeCoadic, **La Science de l’Information**, Paris: PUF, 1997, s. 8.

⁵⁰ Fernand Terrou, **L’Information**, Paris: PUF, 1962, s.6.

enformasyon olarak adlandırdığımız şeyin taşınmasıdır.”⁵¹ Enformasyonun da iletişim gibi çeşitli tanımları bulunmakta ve tanımlamayı yapanın bakış açısına göre farklılık göstermektedir:

“Enformasyon kavramının içeriği konusundaki farklı yaklaşımlar, farklı ilgi alanlarından kaynaklanmaktadır. Teknolojik içerikle yüklü tanımlamalar bilgisayar alanında çalışanlarca getirilmekte ve enformasyon, sınırlı bir çerçevede, insanlar tarafından kullanılabilir olacak şekilde düzenlenmiş, bir araya getirilmiş ‘data-veri’ olarak değerlendirilmektedir. İletişim alanında çalışanlar ise enformasyonu geniş anlamda kullanmakta; içerisine haberleri, istatistiki-ekonomik verileri, referans materyallerini, görsel-ışitsel veya okunabilir iletileri, grafikleri, çizimleri, reklamları sokmaktadırlar.”⁵²

Enformasyon insanoğlunun kendini ifade etmesiyle yaşıttır; fakat tarih boyunca insanların ulaşabilecekleri enformasyon miktarında ve bununla başa çıkmak için üretilen enformasyon sistemlerinin artışında hızlanma yaşanmaktadır: “Yazının, alfabenin, çift kayıt sisteminin, matbaanın, telgrafın, transistorun ve bilgisayarın ortaya çıkışı kendi dönemlerinde enformasyonun hızlanmasına büyük ölçüde katkıda bulunmuştur.”⁵³

Enformasyon ve iletişim insanoğlunun varolması kadar eski kavramlar olsalar da bu iki kavramın günümüzde toplumsal yaşamda giderek artan bir şekilde merkezi bir rol edinmesi ve yeni bir toplum biçimine adını vermesi (“enformasyon toplumu”) kapitalizmin gelişimiyle ilişkilidir. Enformasyonun sistemli olarak üretilmesi, saklanması, işlenmesi, değiş-tokuş edilmesi ve kitleleşmesi kapitalizme özgüdür. Enformasyon ve iletişim, kapitalist üretim biçimi ve toplumsal ilişkilerin üretilmesinde önemli işlevlere sahiptir.

LeCoadic’e göre günümüzde enformasyonla ilgili iki temel değişiklik yaşanmaktadır: Birincisi, tekniklerin gelişimine ve enformasyonun kayıdedilme ve çoğalmasına bağlı olarak enformasyonun niceliğinde patlama yaşanmaktadır. İkincisi, yeni teknolojilerle birlikte enformasyon iletim hızı artmakta ve enformasyon uluslararasılaşmaktadır.

⁵¹ Robert Escarpit, **L’Information et la Communication, Théorie Générale**, Paris: Hachette, 1991, s. 11.

⁵² Nurcan Törenli (Geray’dan akt.), **Enformasyon toplumu ve küreselleşme sürecinde Türkiye**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, s. 17.

⁵³ Daniel R. Headrick, **Enformasyon çağı**, Zülal Kılıç (çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi, 2002, s. 18.

Modern iletişim araçları, insanlık tarihinin belirli bir döneminde (19. yüzyıl sonu), belirli bir coğrafyada (Avrupa ve ABD) ve belirli ekonomik ve toplumsal koşullar altında (kapitalizm ve sanayi toplumu) ortaya çıkmış, daha sonra dünyanın geri kalanına ihraç edilmiş araçlardır. Dolayısıyla, bu araçları ele alacak olan herhangi bir çalışma, söz konusu tarihsel-mekansal ve toplumsal-ekonomik koşulları göz ardı edemez. Böyle bir tarihsel zeminde yükselen modern iletişim araçları, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin eklenmesiyle biçim değişirse de 21. yüzyılda da kapitalist toplumda kurulu düzenin devamını, yeniden üretimin sağlama işleviyle giderek yaygınlık kazanmaktadır.

2.2.1 Kapitalist üretim sürecinde enformasyon ve iletişim

Kapitalist üretim biçiminde ve ilişkilerinde enformasyon ve iletişim araçları üretim-dağıtım-tüketim-yeniden üretim zincirinde kilit rol oynamaktadır. Onlar olmaksızın kapitalist üretim süreci etkin bir biçimde işleyemez. Enformasyon ve iletişim araçları, her zaman kapitalist üretim araçlarıyla uyum içindedir.

Kapitalizmde mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi için farklı türde enformasyona ihtiyaç duyulmakta; üretim ve tüketim kitleselleştikçe, anonimleştikçe pazarın daha iyi bilinmesine, genişleyen pazar hakkında ayrıntılı bilgiye gereksinim artmaktadır.

Marx ve Engels'in enformasyon ve iletişimin kapitalist sistemde yükselişine ilişkin tespitleri, günümüzde kullanılan enformasyon ve iletişim teknolojilerine ve toplumsal işlevlerine ilişkin önemli ipuçları içermektedir. Marx ve Engels'e göre kapitalist toplumda enformasyon ve iletişim araçlarının çifte rolü vardır: İlk olarak, bu araçlar üretim güçlerinin unsurlarıdır. İkinci olarak, üretimin toplumsal ilişkilerinde yeni bir toplumsal kişiliğin oluşumunda, yeni duyarlılıklar ve ilgi alanlarının ve dünyayla ilişki kurmanın yeni yollarını sunarlar.⁵⁴

Marx, iletişim ve ulaşımı öncelikle dolaşımın fiziksel koşulları olarak tanımlamaktadır. Üretim, değişim değerine dayandıkça dolaşımın maliyetlerine dönüşen

⁵⁴ Yves de la Haye(ed.), “**Marx and Engels, On the Means of Communication: A Selection of Texts**”, Intl General, 1980, s. 29.

değişimin fiziksel koşulları (iletişim ve ulaşım araçları) önem kazanır. Sermaye, doğası gereği her tür mekansal engeli aşar. Ulaşım ve iletişim araçlarından oluşan dolaşımın fiziksel koşullarının yaratılmasıyla zaman ve mekanın imhası gerekli hale gelir. Doğrudan ürün, uzak pazarlarda kitlesel ölçüde üretildikçe orantılı olarak ulaşım maliyetleri düşer ve aynı zamanda iletişim ve ulaşım araçları işgücünün gerçekleşmesi için alanlar meydana getirir, sermaye tarafından kullanılır.

Marx'a göre feodal toplumda çevresel ve örgütlü olmayan bir fenomen olmaktan öteye gitmeyen enformasyon ve iletişim, kapitalist üretim biçiminde malların dağıtımı, dar yerel çevreyi aşarak uzak pazarlara doğru genişledikçe toplumun temel unsuru haline gelmektedir. Ancak enformasyon ve iletişim araçları bağımsız araçlar değil, tam tersine burjuva sınıfının ihtiyaçlarına göre şekillenen, bu sınıfın ve temsilcisi olan Devletin denetimindeki araçlardır. “Kapitalist, tedarik ve dağıtım sistemlerini denetleme, yönetme ve öngörme gereksinimi duyar.”⁵⁵ Marx, enformasyonu makinenin işleyebilmesi için kullanılan yağ metaforuyla tanımlar: “Modern iletişim araçlarının ilk kitlesel kullanımı ve enformasyon ağlarının ilk oluşumu, sermayenin ihtiyaçlarıyla ilişkilidir. Kapitalist üretim biçimi tarafından domine edilen toplumsal oluşumda iletişim aparatlarının tarihinin kökeni ilk enformasyon ağının farklı kapitalistler arasındaki anlaşmazlığı gidermek üzere tesis edildiği olgusuna dayanmaktadır. Böylelikle iletişim, kapitalistin yağlama işlemlerinin genel terimi haline gelmiştir. Sermaye için enformasyon ne ise makine için de yağ odur: Yağ makinenin içinde dolaşırken aşırı ısınma ve gıcırtyı engelleyene dek tüm sürtünme yerlerini yağlanır”⁵⁶.

Marx ve Engels'e göre iletişim araçları toplumsal ilişkileri de biçimlendirmektedir: “Toplumsal etkinlik olarak iletişim, toplumsal ilişkilerin dile geldiği, maddileştiği ve değişime uğradığı toplumsal biçimlerin bütününde ele alınmalıdır. İletişim; ister uluslar, sınıflar, pazarlar ya da imparatorluklar arasında olsun, bu toplumsal ilişkilerin çerçevesini, sınırlarını ve uygulanmasını tesis eder.”⁵⁷

Henüz “enformasyon toplumu” ya da “global köy” söylemlerinin olmadığı bir dönemde Marx, enformasyon ve iletişimin evrenselleşmesinden söz etmektedir:

⁵⁵ Yves de la Haye, s.16.

⁵⁶ Yves de la Haye, s. 29.

⁵⁷ Yves de la Haye, s. 55.

“Dünya ölçeğinde ilk iletişim biçiminin ortaya çıkışına ya da iletişimin dünya çapında genişleme eğilimine damgasını vuran şey, onun bu işlevi üstlenmesine yol açan kapitalist bireylerin çatışan özel çıkarlarının kapitalist üretim biçiminin genel rasyonelliği olarak tanzimidir. Telgraf, piyasa ve finansal merkezler arasındaki ilişkiler, ilk ticari gazeteler ve büyük bankalar üzerine kurulu olan ve toplumsal algı çerçevesinin fantastik biçimde genişlemesine yol açan bu potansiyel dünya enformasyon ağı, kendi içinde devrimci unsurlar taşımaktadır ve bu ağ en bencil çıkarlara hizmet ettiğinde gerçek anlamda en evrensel biçimde işler.”⁵⁸

Uzakla iletişim kurma isteği her çağda var olmuş fakat bunun gerçekleşmesi kapitalizmin ulus-devlet içinde ve ulus-devletin sömürgelerle iletişimi, ilişkisini gerektirmesi sonucu 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Uzakla iletişim sanayileşmiş ülkelerin sömürgeleriyle iletişimidir. Ticaretin ölçeği ulusal sınırlar boyutunu aştıkça ve emperyalizmle birlikte küresel boyutlara varınca dış pazarların denetimi için enformasyona ihtiyaç da artmaktadır. Enformasyon denetim için gerekli bir önkoşuldur. Bu nedenle bir ulus-devletin sömürgesinde bulundurduğu pazarlara ulaşabilmek, oradan bilgi edinebilmek için araca gereksinimi vardır. Bu gereksinim, modern iletişim araçlarının doğmasına yol açmıştır. Bu araçların kullanım amaçları zaman içinde çeşitlilik gösterse de (Devletin denetiminde ulusal güvenlik için kullanılmışlar, şirketler tarafından piyasalara ilişkin hızlı haber kaynakları olarak benimsenmişler, daha sonra eğlence aracı olarak popüler kültürü yaygınlaştırmışlardır vb.) kapitalist toplumda merkezi rol oynamaya devam etmektedir.

2.2.2 Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi

1970’li yıllarda ABD’de yaşanan ve “Sayısal Devrim” olarak adlandırılan sürecin sonunda ortaya çıkan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, tarihsel olarak önce gelen üç alandaki (telekomünikasyon, bilgisayar ve kitle iletişim araçları) yaşanan değişimlere yakından bağlıdır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri, bu üç alanın “yöndeşme”sinden ortaya çıkan, sayısal temelli, dolayısıyla enformasyonun işlenmesini, nicelik olarak artmasını, saklanmasını, hızlı biçimde aktarılmasını sağlayan etkileşime dayalı teknolojilerden oluşmaktadır. Geray, yeni

⁵⁸ Yves de la Haye, s. 26-27.

iletişim araçlarını şöyle tanımlamaktadır: “Kullanıcılar arasında ve kullanıcı ile enformasyon arasında karşılıklı iletişimi, ilerinde bulunan mikro-işlemcilerle sağlayan veya geliştiren iletişim araçlarıdır.”⁵⁹ Preston, “enformasyon ve iletişim teknolojileri” teriminin 1980’li yıllarda kişisel bilgisayarın yaygınlaşmasıyla ortaya çıktığını ve mikro elektronik, telekomünikasyon ve iletişim teknolojilerini içine alan bir ‘şemsiye’ terim olduğunu belirtmektedir⁶⁰.

Telekomünikasyon yeni enformasyon ve iletişim araçlarının iletişim altyapısını oluşturmakta, bilgisayar yazılım ve donanım işlevini yerine getirmekte, kitle iletişim araçları ise yeni teknolojilere içerik sağlamaktadır. Dolayısıyla “eski” teknolojilerin keşişiminde yer alan yeni enformasyon ve iletişim araçlarının icadı, 19. yüzyıldan beri gerçekleşmekte olan bir dizi icadın devamı olarak yorumlanabilir. 19. yüzyılda Sanayi Devrimi’nin yaşandığı Avrupa ölkelerinde bilim ve teknolojinin ilerlemesine bağlı olarak ortaya çıkan teknolojik yenilikler; telekomünikasyonun, kitle iletişim araçlarının ve bilgisayarın ilk prototiplerinin doğmasına yol açmıştır.*

19. yüzyılda enformasyon ve iletişim bilimsel gelişmeler doğrultusunda teknolojiyle dolayımılanarak kapitalizmin hizmetine girmiş, bireysel ve Avrupalı ve Amerikalı mucitler tarafından gerçekleştirilen icatlar olarak iletişim araçları kısa sürede kapitalizmin aracına dönüşmüştür. İletişim araçlarının icadı, birbirine paralel bağımsız mucitlerin çabaları gibi gözükse de bu araçların topluma yayılması ve kitleselleşmesi tarihsel zemin ve toplumdaki güç odaklarının denetiminde gerçekleşmiştir. “19. yüzyılın başından sonra hızlanan bir şekilde basının gelişmesi, ardından telgrafın ve telefonun bulunması, fotoğrafçılığın ve sinemanın çıkıp geliştirilmesi kitle iletişim ağı olarak nitelenen kapitalist mülkiyet ilişkilerinin egemenliği altında bir dönemin başlamasını getirdi.”⁶¹ İletişim araçları, kitleselleşmeden önce, öncelikle ulusal güvenliği ve sanayi kapitalizminin verimli işlemesini sağlamak üzere kullanılmış, 20. yüzyılın ilk çeyreğinde kitlelere yayılmış ve popüler kùltürün yaygınlaştırıcısı olarak kullanılmıştır.

* 1794’te telgraf, 1816’da fotoğraf, 1876’da telefon, 1895’te sinema, 1899’da radyo, 1926’da televizyon icad edilmiştir.

⁵⁹ Geray, s. 9.

⁶⁰ Pascal Preston, **Reshaping Communications**, London: Sage, 2001, s. 26.

⁶¹ İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, **Öteki kuram**, Ankara: Erk, 2002, s. 24.

Modern iletişim araçlarının ilki sayılabilecek ve telekomünikasyonun gelişmesini sağlayarak kapitalist toplumda mekansal ve zamansal dönüşüme yol açan telgraf, iletişim araçlarının farklı amaçlarla kullanımına iyi bir örnek teşkil etmektedir: Savaş ekonomisi ortamında icat edilen (1794 yılında Paris-Lille arasında ilk telgraf hattı döşenmiştir) telgraf, ulusal mekanın yeniden biçimlenmesine yardımcı olmuştur.⁶² Flichy'ye göre telgraf; modernitenin ulusallığı sağlayan diğer icatlarının (takvim, metre sistemi vs.) özelliklerini taşımaktadır: “Mekana, zamana, ölçü sistemlerine ilişkin tüm bu reformlar aynı özelliklere sahiptir: Rasyonellik, basitlik ve evrensellik.”⁶³ Mors alfabesi evrensele yakındır. Telgrafın mucidi Chappe, icadını döviz kurlarını iletmek ve gemilerin limanlara gelişini duyurmak amacıyla tasarlamış olsa da toplumsal-ekonomik etkenler telgrafın kullanımını belirlemiş ve telgraf piyasa ekonomisinin gelişimi için gerekli olan “özgür iletişim” (o güne dek dedikoduyla iletilen borsa haberleri telgrafla birlikte ilk kez güvenilir ve hızlı bir biçimde başka pazarlara iletilebiliyordu) ve ulus-devletlerin oluşumuna yardımcı olarak Devlet tarafından kullanılmıştır. Elektrikli telgrafa geçilmesiyle birlikte borsa işlemleri yedi katına çıkmış, bir fiyatın sabitlenmesi için enformasyonun daha hızlı dolaşıma girmesi gerekmektedir. 19. yüzyıl sonuna doğru giderek artan uzak mesafe iletişimi ihtiyacına bir yanıt olarak ortaya çıkan ve deniz ticaretini kolaylaştıran radyo da telgraf gibi başlangıçta askeri ve ticari amaçlı olarak kullanılsa da icadını takibeden on yıl içinde bir kitle iletişim aracına dönüşmüştür⁶⁴: “Radyo yayıncılığını kitle iletişim aracına çevirmek için endüstriyel bir üretim ve radyo alıcılarının ticarileşmesi gerekir.”⁶⁵

İletişim araçlarının kitleleşmesi, kapitalizmin 20. yüzyılın başındaki örgütlenme biçimi olan Fordizmle, diğer bir deyişle kitlesel üretim ve tüketim ekonomisinin ortaya çıkmasıyla ilişkilidir. 1913'te otomobil fabrikalarında montaj hattını kurarak Sanayi kapitalizmine seri üretim kavramını getiren Henry Ford'dan adını alan Fordizmin ve Frederick Winslow Taylor'ın bulduğu modern işletmelerin bilimsel yönetimi modeline dayanan Taylorizmin sanayileşmiş ülkelerde uygulanması, kapitalist

⁶² Patrice Flichy, **Une Histoire de la Communication Moderne**, La Découverte, Paris, 1991, s.21.

⁶³ Flichy, s. 28.

⁶⁴ Hugh Aitken, “*Science, Technique et Economie, Pour une Problematique de la Traduction*”, **Réseaux**, No. 60, 1993, s. 67.

⁶⁵ Flichy, s. 154.

Üretim sürecinin örgütlenmesinde bilimsel yöntemlerin ve teknolojinin kullanımını düzenleyerek üretim artmasına ve kitleselleşmesine yol açmıştır.

Teknolojinin sunduğu imkanlarla kitleler için üretim yapmaya başlayan sanayi, iletişim araçlarının üretimini ve tüketimini de kitleselleştirmiş; iletişim araçlarının her birinin sanayinin ayrı kollarına dönüşmesine yol açmıştır. 1920’lerin sonunda, aşamalı olarak, ‘dayanıklı tüketim malları’ olarak adlandırılan yeni makine türlerinde hızlı genel bir büyümeyle birlikte radyo, fotoğraf, sinema, telefon sanayileri temel bir endüstriyel üretim sektörlerine dönüşmüştür.

Diğer yandan, kitle iletişim araçlarının gelişiminde etkili olan modern endüstriyel kent yaşamının iki eğilimi mevcuttur. Bir yanda hareketlilik (mobility), diğer yanda ise görünüşte kendine yeten aile evi yer almaktadır. Williams’a göre, kapitalist toplumla birlikte toplumun yeniden organize olması, kentin ve sanayinin doğumuna bağlı olarak ev ile işyerinin birbirinden ayrılması, geniş ailenin dağılması ve hareketliliğin ortaya çıkmasıyla yeni bir toplumsal denetim gerekli hale gelmiştir. Küçük aile evi önem kazanmakta, yeni ilişki türleri ortaya çıkmaktadır: “1920’lerde ilk belirleyici düzeyine ulaşan yeni tüketici teknoloji sınırlar ve baskılar içindeki bu gereksinimler karışımına hizmet etti. Özelleştirilen evin yeterliliğinde ve koşullarında hızlı gelişmeler, özel taşımacılıkta evden çıkılan kısa yolculuklar için yeni araçlar, radyoda da haber ve eğlenceyi eve getiren yeni tür bir sosyal girdi yolu vardı. Bazı insanların yeni makinelerden yararlı küçük araçlar diye söz etmelerine rağmen bu makineler daima bundan daha önemli şeylerdi. Aslında onlar, kapitalist sanayi toplumunun belirleyici, baskıları ve sınırları dahilindeki bir tepkiler ve vurgular dizisinin uygulamalı teknolojisiydi.”⁶⁶ Modern iletişim araçlarının bir diğer özelliği de yalnızca kapitalist iş örgütlenmesinde değil, bireyin özel alanında da kullanılıyor olması, özel alanda ‘eğlence’ ve ‘boş zaman’ doldurma görevini yerine getirmesi, tüm bunları yaparken bireyin tüketim ekonomisinden kopmamasını sağlamaya çalışmasıdır. Örneğin gramafon; önceleri bürolarda, daha sonra birkaç kuruş karşılığında sokaklarda ve sonunda 1890’lara doğru evlerde (ev, kapitalist üretim ile aile arasında bir kopuşa bir are olarak yüceltilen mekana dönüşmüştür) kullanılmaya başlanmış böylelikle ilk kez

⁶⁶ Williams, s. 23.

bir iletişim aracı eğlendirmek amacıyla ve özel alanda kullanılmıştır. Kullanıma ilişkin benzer bir değişim telefonda da yaşanmıştır. İlk olarak bankacıların kullandığı telefon daha sonra evlere bağlanmış ve haberleşme işlevinin ötesinde sohbet etmeye yarayan bir araca dönüşmüştür. “Kentlerde ve köylerde telefon cemaatin sosyalleşmesinin bir aracıdır.”⁶⁷ Benzer şekilde, radyo da topluma entegre olmanın bir aracı olmuştur.

Üretimin devasa boyutlara varması beraberinde tüketimin denetlenmesi ihtiyacını getirmiştir. Kitlesele üretim çağında tüketimin denetlenmesi işletmelerde günümüzde halen kullanıla gelen reklam, pazarlama ve halkla ilişkiler birimlerinin ve yöntemlerinin doğmasına ve bunların mesajlarını kitlelere iletmede başlıca mecraları olan kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Kitle iletişim araçları kapitalist üretim ekonomisinde kitleler için yapılan üretimin tüketilebilmesi için reklama, pazarlamaya ve halkla ilişkilere duyulan ihtiyaç sonucunda kısa sürede bu gerekleri yerine getiren en etkili araca dönüşmüştür. Sermaye, kitle iletişim araçlarının daha gelişim yıllarında mali kaynaklarını reklamlar aracılığıyla sağlayarak içeriklerin hafifleşmesine yol açmıştır. Reklamın ve benzeri etkinliklerin kitle iletişim araçlarının başlıca mali kaynaklarını oluşturması ve ticari modelin egemenlik kazanması, 1950’lerden itibaren iletişim tekellerinin ortaya çıkması ve 1980’den itibaren küresel medya gruplarının ortaya çıkmasını güçlendirmiş ve sermayenin egemenliğindeki durumunu sürdürmektedir.

Sonuç olarak, kitle iletişim araçları toplumun kapitalist örgütlenmesinin bir ürünüdür. İletişim araçları, hem kapitalist üretim ilişkileri (sermaye grupları) ve devletin güvenlik politikalarına göre hem de “tüketici”ye dönüşen okurun, izleyicinin, hedef kitlenin “boş zaman” eğlencesi olarak biçimlenmiştir. İletişim araçlarının tarihsel gelişimi ve toplumsal kullanımı bu varsayımı doğrulamaktadır.

Yeni enformasyon ve iletişim araçlarının kökeninde yer alan bir diğer teknolojik yenilik, bilgisayarın keşfidir. İşbölümüne ve uzmanlaşmaya bağlı olarak giderek karmaşılaşan kapitalist toplumunda işlerin yürütülebilmesi için hesap (*calcul*) önemli hale gelmiştir. 1890’da ABD’de genel nüfus sayımı sırasında toplanan verilerin otomatik olarak değerlendirilmesi için istatistikçi Hermann Hollerith’in tasarladığı

⁶⁷ Flichy, s. 129.

delikli kartlar ilk kez kullanılmış, 1896'dan itibaren bu makine, IBM'in öncüsü olan Hollerith Tabulating Machines Corp. Şirketi adlı tarafından ticarileştirilerek satılmaya başlanmış, 1930'ların başında ilk analog hesap makinesi kullanılmıştır.⁶⁸ Bilgisayarın önünü açan büyük hesap makinelerinin ortaya çıkmasında üç etken, düşmanın stratejik yazışmalarının deşifre edilmesi, hava saldırılarında kullanılan uçaksavarların mekanizmaları ve atom bombası rol oynamıştır.⁶⁹ ABD'de 1950'lere kadar bilgisayara ticari bir talep azdır ve savunma sanayince belirlenmektedir: "ABD'de ilk bilgisayar talebinin tamamı askerlerden gelmiştir. Pek az kimse bilgisayarların veri işleme amacıyla büyük çapta kullanılabileceğini öngörmüştür; kamu ve sanayide, bunun genelde askeri ve bilimsel uygulamalara uygun olduğu düşüncesi vardı"⁷⁰. 1950'lerin sonuna kadar ABD'de nükleer savaş olasılığı teknik yeniliklere yön vermiştir: "Teknik yenilikler alanında yeni gözetim, algı, alarm, radyoyla iletişim, bilgisayar, uydu araçlarının geliştirilmesi ön plandaydı."⁷¹

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ABD'de askeri ve savunma amaçlı gelişmesinin nedeni, Soğuk Savaş döneminde ulusal güvenliğin sağlanmasına ve araştırma geliştirme yatırımlarının bu sanayilerde yoğunlaşmasından kaynaklanmaktadır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri mucitlerin bireysel çabalarından ziyade Amerikan Savunma Bakanlığı, üniversiteler ve araştırma laboratuvarlarının eseridir. Sonuç olarak üç alandaki teknolojik yeniliklerin yakınsamasından Freeman'ın tarif ettiği tablo ortaya çıkmıştır:

"Başlangıçta radyo sanayi, daha sonra 1930'larda televizyon, elektronik sanayinin temelini oluşturmuştur. Haberleşme teçhizatı, eğlence sanayi ve enformasyon sistemleri, bu sanayinin en önemli parçaları olmakla birlikte, onlar da elektronik bilgisayar tarafından değişime uğratılmışlardır. Bilgisayar ve haberleşme teknolojilerinin yakınsaması, giderek artan bir şekilde "enformasyon ve iletişim teknolojileri" deyiminin kullanılmasına yol açmıştır. Kullanımı o kadar yaygındır ki her yerde "enformasyon toplumu", son zamanlarda dünyadaki milyonlarca bilgisayarın Internet'e bağlanmasıyla "ağ bağlantılı toplum" herkesin diline düşmüştür."⁷²

⁶⁸ Mattelart, s. 27.

⁶⁹ Mattelart, s. 36.

⁷⁰ Freeman ve Boète, s. 204.

⁷¹ Mattelart, s. 41.

⁷² Freeman, s.190.

Görüldüğü gibi yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, kitle iletişim araçlarının gelişiminden bağımsız değildir. Kitle iletişim araçlarının kitleselleşmeden önce nasıl ulusal güvenlik amaçlı ve piyasadaki şirketlerin işlemlerini daha kolaylıkla yapması için kullanılıyorsa yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimi de Soğuk Savaş döneminde ABD ve kapitalist ülkelerin öncülüğünde askeri ve ticari amaçlarla gerçekleşmiştir. Batılı ekonomilerde giderek büyüyen hizmet sektörüne hizmet eden araçlar olarak ortaya çıkan bu teknolojiler, 1980'lerin başından itibaren bireysel tüketim mallarına dönüştürülerek toplumun geneline yayılmıştır.

“Sayısal Devrim”, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini kitle iletişim araçlarından ayıran özelliklere sahip olmasına yol açmıştır. Yeni enformasyon ve iletişim araçlarının temelinde sayısallaşma yer alır. Sayısallaşma; iletişimin, buna sözcükler, görüntüler, hareketli resimler ve sesler dahildir, ortak bir dile dönüştürülmesini ifade eder. Sayısallaşmanın sonucunda enformasyonun iletim hızı ve niceliği artış göstermekte (Bugün evimizde ya da işyerimizde kullandığımız bilgisayarların enformasyon kapasitesi her geçen gün artmakta), farklı biçimlerdeki enformasyon (ses, görüntü, yazı) tek bir ortamda yöndeşmekte, enformasyon sürekli hale gelmekte ve ağ üzerinde her an her yerden erişilebilir olmakta, enformasyon teknolojileri kullanıcının kitle iletişim araçlarında olmayan ölçüde etkileşimine olanak tanımaktadır.

Yeni enformasyon ve iletişim araçlarıyla bilgideki artış yalnızca nicel değil, niteldir. Eski kitle iletişim araçları standartlaştırılmış mesajları yeknesak bir izleyici kitlesine aktarıyordu. Yeni iletişim kanalları hem kablolu ve şifreli yayıncılığa hem de yayıncılığa (broadcasting) elverişlidir. Bilgisayara bağlanmış olan kablolu ve uydu yayını hem göndericilerin hem de alımlayıcıların birbirinden ayrı ve kopuk birimler halinde bölünmelerine izin verir. Bu durumda enformasyon en uzmanlaşmış, en bireysel ihtiyaçlara göre işlenebilir, seçilebilir ve elden geçirilebilir.⁷³

Ancak, “enformasyon toplumu” kuramcılarını heyecanlandıran bu özellikler, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin tarihsel gelişimi içerisinde ve toplumdaki

⁷³ Kumar, s. 23.

egemen ilişkiler arasındaki roller açısından ele alındığında “devrimci” niteliğini kaybetmektedir.

2.2.3 Esnek üretim çağında yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri

19. yüzyıl sonundan 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar egemen olan Fordist üretim ve kitle iletişim araçlarının yerini bugün esnek üretim ve yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri almaktadır. Nasıl ki, 19. yüzyıl Avrupa devletlerinde ticaretin ölçeği, ulusal sınırları aşp küresel boyutlara vardıkça dış pazarların denetimi için enformasyona ihtiyaç duyulmuşsa ve bu gereksinim bir ulus-devletin sömürgesinde bulundurduğu pazarlara ulaşabilmesini, oradan bilgi edinebilmesini ve sömürgelerini ideolojik açıdan denetleyebilmesini sağlayacak modern iletişim araçlarının doğmasına ve tüm dünyada yaygınlaştırılmasına yol açmışsa son 30 yıldır sanayileşmiş ülkelerin üretim maliyetlerini düşürmek için sanayilerini Üçüncü Dünya ülkelerine kaydırmasının ve ulusal ekonomilerinde hizmet sektörünün ağırlık kazanmasının sonucu olarak yaşanan küreselleşme sürecinde enformasyon ve iletişim araçlarının önemi giderek artmıştır. 1970’li yıllarda Sayısal Devrim’e bağlı olarak ortaya çıkan yeni enformasyon ve iletişim araçlarının toplumda yaygınlaşmasının nedeni olarak ekonomik ilişkiler ve 20. yüzyıl boyunca dönemsel krizlerle sarsılan Batı Kapitalizmi’nin Fordist üretimden ‘esnek üretim’e geçmesi gösterilmektedir. ‘Ağ ekonomisi’ olarak da adlandırılan küresel kapitalist üretimin Fordist örgütlenmenin tıkanıdığı bir dönemde ortaya çıkarak kurtarıcı ve sistemin sürekliliğinin sağlanmasında egemen ekonomi olmuştur.

Özdemir çokuluslu şirketlerin yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine duyduğu ihtiyacı şöyle özetlemektedir: “Sadece malların ticaretinin yapıldığı dönemde malların akışını kontrol için örneğin merkez ile şube arasında telefon ve teleks gibi iletişim araçları kullanmakta idi. Oysa pazarı uluslararası düzeyde çokuluslu şirketlerin belirlediği bu yeni dönemde, çokuluslu şirketler, hammadde pazarlarına ulaşmak, üretimi planlamak, kalite kontrolü, personel kayıtlarının tutulması, vergi ve yasal

düzenlemeler, ülkeden ülkeye para transferi gibi amaçlar için özellikle bilgisayar temelli iletişim ağlarını yoğun olarak kullanmaktadırlar.”⁷⁴

‘Ağ ekonomisi’nin temelinde kitleler için üretim ve tüketim yapılan Fordizmden farklı olarak söz konusu kitlelere ilişkin bilgilerin edinilmesi ve tüketicinin birey olarak hedef alınması yattığından bireyselliğe dayalı yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri (kredi kartları, İnternet, cep telefonu, aboneli TV vb....) çokuluslu şirketlerin ürün ve hizmetlerini tüketicinin istekleri doğrultusunda biçimlendirmeleri, talebe göre üretim yapmaları ve birebir pazarlama yöntemleriyle ulaştırmaları açısından da biçilmiş kaftan durumundadırlar.

“Yeni enformasyon teknolojileri, kapitalist piyasa ekonomisi tarafından özellikle de finansal işler için kullanılabilen ve an be an işleyen bir dünya ekonomisinin ortaya çıkmasına yardımcı olan araçlardır. Bilgisayar ve iletişim araçlarının sağladığı gerçek zaman genelleştirilmiş bir özelleştirme sürecine hizmet ederek küresel kapitalizmi birleştirir.”⁷⁵

Wood’a göre yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri kapitalizmin etkin işlemlerini sağlamaktadır:

“Eski Fordizm, teknik bilgiye sahip zanaatkarların 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 ucuzla mal etmek (başka nasıl kaynak dışı üretim mümkün olabilir?), işçi sınıfındaki gelişmeyi kontrol altına almak, imalat 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 yegane nesnesi olarak görülen yeni teknolojiler değildir. Aksine bu ekonomi, eski seri üretime dayalı ekonomideki mantığın, çeşitlenerek ve yayılarak devam etmesine izin verir... Bu gelişmeleri dönemsel bir kopuş olarak görmek için,

⁷⁴ Önder Özdemir, “İnternetin Ticarileştirilmesi ve Uluslararası Veri Akışı”, **İletişim ağlarının ekonomisi**, Funda Başaran ve Haluk Geray (der.), Ankara: Siyasal Kitabevi, s. 214.

⁷⁵ Jacques Robin, “Les Dangers d’Une Société de l’Information Planétaire”, **Le Monde Diplomatique**, Şubat 1995, s. 16-17.

*teknolojinin özerk mantığının, çalışma sürecine mi yoksa pazarlamaya mı dönük olduğuna dikkat etmek gerekir... yeni teknolojiler, Fordist üretimin bir uzantısı olmak dışında dönemsel bir dönüşümü temsil etmezler.*⁷⁶

Wood'a göre yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri aracılığıyla kapitalizm kendisini, sosyal ilişkilerini, hareket yasalarını, çelişkilerini; yani metalaşma, birikim ve kar maksimizasyonuna dönük iç mantığını evrenselleştirmektedir: "Her şeyin ötesinde, eğer "küreselleşmiş" bir şeyler varsa ve ortalıkta gerçekten uluslararası ekonomik bir güç mevcutsa bu, pazarın ta kendisidir."⁷⁷

Menzies de kapitalizme ait yapıların sayısallaşmasından söz eder: "Kapitalizme ait yapılar dijitalleşmekte; maddi 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. '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."⁷⁸

"Bu son derece karmaşık küresel sistemlerin serpilip gelişmesini sağlayan şey, giderek karmaşılaşan bilgisayarların gelişmesi ve bunların yalnızca ulusal değil yanı zamanda uluslararası noktaları birbirine bağlayan otomatikleşmiş ve dijitalleşmiş bir telekomünikasyonlar sistemiyle birleştirilmesidir."⁷⁹

Kısacası, küresel kapitalist düzende, yani rekabete dayalı giderek esnekleşen bir ekonomik düzende, mal ve hizmetlerin üretiminde ve tüketicilere pazarlanmasında ve onların isteklerine göre yeniden üretilmesinde, piyasada rakiplerle fark

⁷⁶ Wood, s.54-55.

⁷⁷ Wood, s. 59.

⁷⁸ Heather Menzies, "Siber-uzayda Kapitalizme Karşı Mücadele", **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**, Robert McChesney (ed.), Nil Senem Çinga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın (çev.), Ankara: Epos, 2003, , s. 107.

⁷⁹ Jon Stratton, "Siberalan ve Kültürün Küreselleşmesi", **İnternet: Üçüncü Devrim?**, Cogito, No. 30, İstanbul: YKY, Kış 2002, s. 84.

yaratabilmede en önemli araç haline gelen enformasyon kavramı ve yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri giderek merkezi bir rol oynamaktadır.

Esnek üretim, toplumsal yapıları ve ilişkileri de etkilemekte, Harvey'nin deyimiyle zaman ve mekansal "sıkışma" yaratmakta, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri bu dönüşümün merkezinde yer almaktadır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin esnek üretimdeki rolü ve işlevi aynı zamanda bu teknolojilerle iletilen enformasyon üzerinde de değişikliklere yol açmaktadır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle aktarılan enformasyonun geçirdiği değişim, kapitalizmin genel eğilimleriyle paralellik göstermektedir: Enformasyon nicelik olarak artmakta ve hızlanmakta, parçalanmakta, metalaşmaktadır.

2.3 Yeni enformasyon düzeni

Küresel ekonominin dayanak noktasını teşkil eden yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri aynı zamanda sundukları içeriklerle kültür, boş zaman, eğlence ve bilinç endüstrileridir de. Bilişim pazarında çokuluslu şirketlerin egemenliği ve tekelleşmenin yol açtığı ülkeler arasındaki teknolojik bağımlılığın yanı sıra sayısal tabana dayanan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yöndeşmesi, gelişmiş ülkelerdeki geleneksel medya tekellerinin 1990'ların başından itibaren bilişim sektörlerine girmesiyle küresel medya gruplarının ortaya çıkması, reklam temelli ekonominin ağırlık kazanması gibi etkenlerden ötürü bu teknolojilerde sunulan içerikler tek tipleşmekte ve içeriklerin çokuluslu firmalarca üretilip denetlendiği yeni bir enformasyon düzeni doğmaktadır.

Yeni enformasyon düzeninin başrol oyuncularını, küresel ekonominin aktörleri çokuluslu şirketler, bu ekonominin siyasi yapılanmasını sağlayan uluslararası kuruluşlar, kültürel boyutunu oluşturan küresel medya (reklam sloganları, teknoloji haberleriyle...)dır.

2.3.1 Enformasyonun metalaşması, tekelleşme ve içerik sorunları

Yeni enformasyon düzeninin başoyuncusu küresel sermayedir. Küresel sermaye kapitalizmin tekelleşme eğilimini taşır. Tekelleşmenin iletişim alanına yansması ise tehlikeler içerir; çünkü düşünce ve bilgi dünyamızı biçimlendiren iletişim ve enformasyon kaynakları birkaç grubun denetimindedir. Enformasyon ve iletişim teknolojileri üzerindeki tekelleşme; gerek Devlet tekeli gerekse özel sermayenin tekeli biçiminde, ilk modern iletişim alanı sayılan telgraftan bu yana telefon, radyo, televizyon ve bugün sayısal teknolojilerle sürmektedir. Bugün küresel medya grupları dikey tekelleşmeler şirket evlilikleri aracılığıyla iletişimin birçok alanını ellerinde bulundurmaktadırlar.

Sayısallaşma, iletişim pazarında tekelleşmeyi derinleştirmektedir; çünkü ortak bir sayısal dilin kullanılması, daha önce yazılı basın, yayıncılık, telekomünikasyon ve enformasyon teknolojileri ya da bilgisayar veri sektörleri arasındaki sınırları ortadan kaldırarak yöndeşmeye yol açmakta, yeni enformasyon düzeninin altyapısını oluşturan telekomünikasyon şirketleri ve hizmet sağlayıcılar tüm dünyada özelleşmekte, küresel reklam ve pazarlama sektörü “enformasyon otoyolları”nı tüketimin yeni ‘mecra’sı olarak kurgulamakta, kitle iletişiminde egemen sermaye gruplarının üretmiş olduğu enformasyonel ve kültürel ürünler yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine içerik sağlamaktadır. Yeni enformasyon düzeni ticari çıkarlar ekseninde biçimlenmekte, küresel bir enformasyon ve eğlence sektörüne dönüşmektedir.

21. yüzyılda toplumun ekonomik örgütlenmesinde merkezi bir rol edinen enformasyon ve enformasyonun üretimini, işlenmesini, saklanmasını ve iletimini sağlayan teknolojiler de küresel ekonomide yeni sektörlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Başlıca; donanım, yazılım, hizmetler, telekomünikasyon, servis sağlayıcılar gibi alt sektörlerden oluşan bilişim alanında sektörlerin hepsi ayrı uzmanlaşma alanlarıyla birbirine bağımlıdır ve iki temel ekonomik etkinliği birden yerine getirmektedirler. Öncelikle, bu endüstriler kendi etkinliklerini ve değer üretimlerini

gerçekleştirmekte; ikinci olarak ürettikleri ürün ve hizmetler, diğer endüstri alanlarında etkinlik ve verimlilik artışına neden olmaktadır.⁸⁰

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin oluşturduğu bilişim endüstrisi, dünya ekonomisinde giderek önemli bir yer işgal etmektedir. Dünya bilişim sektöründe ilk 250 şirketin toplam geliri 2003 yılında 2 trilyon 420 milyar dolara ulaşmıştır. 2002’de enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ticaretinin dünya toplam ticareti içerisindeki payı % 14’tür. OECD ülkelerinde 2003 yılında 17 milyon kişi bilişim alanında çalışmaktadır.⁸¹

Ancak, kapitalizmin eşitsiz gelişim yasası yeni teknolojilerin üretiminde ve ticaretinde de kendini göstermekte ve dünya bilişim sektörü, gelişmiş ülkeler lehine tekelleşirken gelişmekte olan ülkeler bir kez daha gelişmişlere bağımlı kılınmaktadır. 2003 yılında önde gelen 250 firmanın 139’u ABD’de, 39’u Japonya’da ve 11’i Taipei’de bulunmaktadır. 2002’de ABD, Japonya ve Avrupa ülkeleri toplam bilişim ürünlerinin üretiminin üçte ikisine yakın bir bölümünü üretmiştir. İnternet alanında durum daha da çarpıcıdır. 2003’te ilk 50 İnternet firmasının toplam geliri 46.7 milyar dolardır ve 200.000 kişi istihdam etmektedirler. İlk 25 firma gelirlerin %92’sini almaktadır.

Yeni enformasyon düzeninde kitle iletişimine egemen tekeller de küreselleşmektedir. Özellikle, 1990’ların ikinci yarısından itibaren çokuluslu şirketlere dönüşen büyük iletişim tekelleri sayısal teknolojiler ve internetin yayımlaşmasıyla hızlanmıştır.⁸² Günümüzde dünya üzerinde kültürel ürünlerin üretimi ve dağıtımı belli başlı on küresel medya grubunun elinde toplanmaktadır. Bu grupların en kârlısı olan ABD merkezli Time-Warner grubu, adını aldığı Warner Bross. (1918) film yapım şirketinin ve Time dergisinin (1923) kurulmasından bugüne kadar kitap, müzik, televizyon, eğlence parkları, İnternet sektörlerinde ekonomik faaliyette bulunarak yalnızca Amerikan pazarında değil, dünya pazarında da en güçlü iletişim tekellerinden

⁸⁰ Funda Başaran, “*Ağ ekonomisi ve İnternet*”, **İletişim Ağlarının Ekonomisi**, Funda Başaran ve Haluk Geray(der.), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2005, s. 237.

⁸¹ OECD, **Information Technology Outlook**, Paris: 2004, s. 30-31.

⁸² Enrique Bustamante, “*Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions*”, **Media, Culture & Society**, , Vol.26 (6), London: Sage Publications, s. 813.

biri haline gelmiştir. 2003 yılı toplam geliri 31.8 milyar dolar olan grubun bünyesinde 293 şirket bulunmakta ve 80 bin kişi çalışmaktadır. Time-Warner, 1990'da gelirlerinin yalnızca %15'ini ABD dışından sağlarken bu oran 1997'de %35'e yükselmiştir. Warner Bros.'un 2003'te elde ettiği toplam gişe hasılatının (2.79 milyar dolar) yarısından fazlası ABD dışındaki ülkelerden gelmektedir.⁸³

Yeni enformasyon düzeninin oluşumu, tüm dünyaya yayılan ve genellikle ABD kaynaklı reklam şirketlerince de desteklenmektedir.⁸⁴ Reklam ve pazarlama sektörü, kitle iletişim araçlarından farklı olarak esnek üretim döneminde yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde tüketiciye 'doğrudan' ulaşabilme imkanı bulmaktadır: "Reklamcılık, iletişimin satışında kullanılan en çok bilinen unsurdur. Ancak son dönemde doğrudan pazarlama ve satış promosyonları tercih edilir hale gelmiştir... Gelecekte, satış promosyonları ve doğrudan pazarlama trafiği büyük ölçüde enformasyon otobanı üzerinden akacaktır. Kuşkusuz enformasyon otobanına dönük şirket çıkarlarındaki yoğun ilginin altında yatan neden, onun yeni pazarlara açılma imkanı sunmasıdır. Bunun yanı sıra, alan genişletmenin, hedef belirlemenin, motivasyon araştırmalarının, ürün yönetiminin ve iletişim satışının, yani tüm pazarlama stratejisinin etkililiğini artırma fırsatını da sunar."⁸⁵

Küresel iletişim grupları, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde daha önce üretmiş oldukları kültürel ürünleri yeniden dolaşıma sokma ve kar elde etme imkanına kavuşmaktadır. Bu grupların müzik ve film arşivleri yeniden kullanılmakta, çok çeşitli multimedya paketler satışa sunulmakta ve farklı kanallar aracılığıyla ve mümkün olduğunca çok amaçlı biçimde kullanılmaktadır. Böylelikle, gruplar düşük maliyete büyük karlar elde etmektedirler. Bustamante küresel iletişim gruplarının yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinden sağladıkları yararları dört sürece ayırarak ele alıyor:⁸⁶

⁸³ "Time Warner timelines", <http://www.cjr.org>, (11 Kasım 2004).

⁸⁴ Robert McChesney, "*Küresel İletişimin Politik Ekonomisi*", **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**, Robert McChesney(ed.), Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın(çev.), Ankara: Epos, 2003, s. 22

⁸⁵ Michael Dawson ve John Bellamy Foster, "*Sanal Kapitalizm*", **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**, Robert McChesney(ed.), Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın(çev.), Ankara: Epos, 2003, s. 76.

⁸⁶ Bustamante, s. 806- 807.

1-Yaratıcılık: İletişim grupları için içerik yaratımında ve hizmetlerinde maliyetler ucuzluyor, demokratikleşmenin ve ifade özgürlüğünün yaygınlaşması bekleniyor.

2-Üretim ve yayıncılık: Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde editoryal maliyetler azalıyor, iş süreci parçalanıyor, ağlar üzerinde yeni birikmiş artı-değerler yaratılıyor, sayısallaşma düşük maliyetle ve iyi tanımlanmış niş pazarlarda iş gören küçük ve orta boy işyerlerinin artmasına neden oluyor. “Stoklardan kurtulma (off-line satışlarla), editoryal ürünlerin sayısallaşması (bitlere indirgenmesi) ve yayıncılıkta destek hizmetler için maliyetlerin azalmasıyla tüketicilere sunulan içeriklerde müthiş bir artışa, bu içeriklerin zamanında ve talebe göre sunulması ve eski ürün ve programların yeniden kataloga eklenmesi için olanaklar sunuyor.”⁸⁷

3-Dağıtım: İnternet sayesinde tüketiciyle doğrudan temas kuruluyor, internette portallar, arama motorları, içerik sağlayıcılar ve hizmet sağlayıcılar yoğunlaşıyor ve kitle trafiğini yönetiyorlar, aynı zamanda yeni paketleme ve ticarileştirme görevi görüyorlar

4- Tüketim: Tüketim de parçalanıyor (fragmanlaşıyor) ve kitleler segmanlaşıyor. Bustamante’ye göre yeni teknolojilerle kitle iletişimi giderek fragmanlaşıp, önemsiz ölçüde etkileşimli, her zaman simültane olmayan zevk, zaman ve satın alma gücüne göre segmanlaşmış bir biçime bürünüyor

Sayısallaşmaya bağlı olarak üretim ve tüketim süreçlerinin parçalanması, içeriğin paketlenmesi ve montajı, yeni aktörlerin ve araçların girmesi ve daha uzun ve karmaşık bir finansal döngünün ortaya çıkması bu zincirin halkalarını oluşturuyor. Ve bu yeni yapılanmada hakim model ticari model.

Enformasyon ve iletişimin kapitalist toplumda ekonominin ayrı bir sektörü haline gelerek belirli gruplarca tekelleştirilmesi beraberinde enformasyonun metalaşmasını da getirmektedir. Kâr güdüsüyle hareket eden şirketler olarak iletişim

⁸⁷ Bustamante, s. 807.

grupları, ürettikleri enformasyonun içeriğinden ziyade maliyeti düşük bir şekilde reklama bağımlı bir sektör olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Enformasyonun metalaşması da içeriğin kalitesizleşmesine neden olmakta, tek tip ve eğlenceye dönük popüler kültür içeriklerinin üretilmesine neden olmaktadır.

Kapitalist toplumda enformasyon; bilginin metalaşmış, kâr amacına yönelik, iletişim araçlarıyla değiş-tokuş edilebilir, alınıp satılabilir halidir. Enformasyonun meta haline gelmesi, yani iletişim pazarında alınıp satılan, değişim değerine sahip bir ürüne dönüşmesi, kapitalizm kadar eskidir.⁸⁸ Marx’a göre metalaşma, kullanım değerinin değişim değerine dönüşme sürecini nitelendirmektedir. Meta, kapitalist üretim biçiminin en görünür biçimini oluşturmaktadır. Kapitalizm, metaların sonsuz bir toplamı olarak görünür.⁸⁹ Marx’tan ödünç alınan metalaşma kavramı, iletişim alanına uyarlandığında iki önemli boyut ortaya çıkmaktadır: 1- İletişim süreçleri ve teknolojileri ekonomideki genel metalaşma sürecine katkıda bulunurlar. 2- Toplumdaki metalaşma süreçleri bir bütün olarak iletişim süreçleri ve kurumlarının içine işler (sızar), böylelikle toplumsal metalaşma sürecinin yarattığı gelişmeler ve çelişkiler iletişimi toplumsal bir eylem olarak etkiler. İletişim alanında metalaşma, öncelikle içerikte kendini gösterir: “...iletişimde metalaşma; bitlerden verilere uzanan çeşitlilikteki mesajların anlamlı düşüncelere ve pazarlanabilir ürünlere dönüştürülmesini içerir.”⁹⁰

Enformasyonun metalaşması, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine özgü değildir. Frankfurt Okul düşünürlerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer’in 1940’lı yıllarda ortaya attığı “kültür endüstrisi” kuramı ve 1970’li yıllarda Bernard Miège, Armand Mattelart, Patrice Flichy, Enrique Bustamante gibi iletişim bilimcilerinin geliştirdikleri “kültür endüstrileri” analizleri, kitle iletişimini kapitalist toplumlarda endüstri olarak ele almış, “kültür ürünü” olarak adlandırdıkları kitle iletişim araçlarında sunulan içeriklerin popülerleşmesini, enformasyonun metalaşmasını, enformasyondan çok eğlenceyi ön plana çıkarmasını ekonomik ve toplumsal

⁸⁸ Peter Burke, **Bilginin Toplumsal Tarihi**, Mete Tunçay (çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2001, s. 2.

⁸⁹ Vincent Mosco, **The Political Economy of Communication, Rethinking and Renewal**, London: Sage, 1998, s. 141.

⁹⁰ Mosco, s. 146.

dinamiklere bağlamışlardır. 20. yüzyılda iletişim tekellerinin ortaya çıkışıyla birlikte “kültür ürünleri” kâr amacıyla üretilen, çoğaltılan ve dağıtılan ürünlere dönüşmektedir.

Mosco’ya göre yeni enformasyon düzeninde enformasyonun metalaşma eğilimi artmakta ve enformasyonun metalaşmasının üç boyutu bulunmaktadır⁹¹:

1- İçeriğin metalaşması: Sayısallaşmayla birlikte enformasyon kanalları arttıkça daha çok içeriğe ihtiyaç duyulmakta, kitle iletişim araçlarının dayandığı Fordist üretimden parça başı üretime geçilmekte, kitle izleyicisine genel programlar sunmak yerine medya şirketleri daha çok kanal seçeneği ve izleme başına para almaktadırlar. Televizyonda, internette ya da diğer kablolu ve kablosuz sistemlerde yer alan içerikler artık esnek biçimde paketlenmekte ve sayısal sistem tarafından satışı süreci ölçülüp denetlenebilmektedir.

2- Tüketicilerin metalaşması: Her enformasyon aktarımını net olarak ölçen ve denetleyen sayısal sistemler aracılığıyla izleyici, dinleyici, okuyucu, sinema seyircisi, telefon konuşmaları ve bilgisayar kullanıcıları gibi kitleler reklam verenlerin eline teslim edilmektedir. Şirketler, müşterileri satın aldıkları ürünlere ve demografik özelliklerine göre çok daha kolay kategorilendirebilmektedir.

3- İşgücünün metalaşması: Sayısal teknolojiler kullanıcının katılımına olanak tanıdığından İnternet üzerinde kendi haberini kendi çeken, hazırlayan, yayınlayan muhabirler, editörler ortaya çıkmaktadır.

Egemen olan ticari model ve bu ticari modelde popüler içeriklerle ayakta durmaktadır. Noam’a göre enformasyon metalaştıkça, ani kâr kıstasına göre üretilip satılan bir ürün haline geldikçe, entelektüel içeriği dikkate alınmadan kapitalist sistemin parçası olan genel metalaşma sürecine ve ticaret akışına dahil olmaktadır.⁹² Yeni enformasyon düzeninde enformasyon ve eğlenceyi bir arada sunulmakta ve Kellner’ın deyimiyle bir “enfo-eğlence” toplumu yaratılmaktadır: “Yeni teknolojiler yalnızca enformasyon teknolojileri değil, aynı zamanda eğlence, oyun, iletişim teknolojileri ve iş

⁹¹ Vincent Mosco, “*Les Nouvelles Technologies de la Communication*”, **Réseaux**. No. 101, Vol. 18, 2000, s. 96.

⁹² Eli Noam, “Two Cheers for the Commodification of Information”, 27 Haziran 2001, <http://www.citi.columbia.edu/elinoam/articles/Commodification.htm>, (10 Şubat 2006), s. 5.

ile boş zamanı aşan ve yeniden yapılandıran teknolojilerdir. Eğlencenin önceki biçimleri hızla internete aktarılıyor ve bilgisayar ev içinde eğlencenin, enformasyonun, oyunun, iletişimin ve dış dünya ile bağlantının ana kaynağı haline geliyor.”⁹³

Lance Bennett, Amerikan deneyiminden yola çıkarak reklam gelirlerine bağlı kitle iletişim araçlarının kârlarını yükseltmek için daha düşük kalitede, sosyal sorumluluğun gevşetildiği, eğlenceye dayalı program yapısını tercih etmesini hatırlatarak yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin aracılığıyla enformasyon kanallarının sayıca artmasının beraberinde haber ve reklam formatlarının çeşitlenmesini getirmediğini, aksine enformasyonun giderek hem üretim aşamasında hem de dağıtımda standartlaştığını belirtiyor, bunun sonucunda giderek daha az kamusal, daha fazla bireyselleştirilmiş enformasyona yer verilmekte, vatandaşlar tüketicilere dönüştürülmektedir.⁹⁴

“1980-2000 döneminde ABD tarihinde hiç olmadığı kadar çok şirket evlilikleri ve küresel medya gruplarının ortaya çıkışına tanık oldu. Bu dönüşümde devletin düzenleyici rolü kan kaybetti. Rekabetin hakim olduğu enformasyon pazarında ürünler standartlaşmaya, ve aynı şirket zinciri içinde standartlaşmış içerikler dağıtmaya başlandı. Şirket birleşmeleri ve pazarın serbestleşmesi sürecinde gazetelerin, televizyonların ve dergilerin içerikleri topluma ve politikaya ilişkin daha dramatik, eğlence ağırlıklı ve kişi merkezli görüntüler sunmaya doğru yöneldi.”⁹⁵

Yeni enformasyon ve iletişim tekelleri küreselleştikçe içerikler de küresel-yerel ekseninde metalaşmakta, ticarileşmektedir. Küresel firmaların amentüsü haline gelen “küresel düşün, yerel hareket et” sloganı kültür ürünlerine ve medya içeriklerine uyarlanırken küresel formatlarda ancak yerel öğeler de taşıyan ama sonuçta meta olan ve kâr amacı olan ürünler küresel enformasyon pazarında alıcı bulmaktadır.

⁹³ Douglas Kellner, “Technopolitics, New Technologies and The New Public Spheres”, <http://www.uta.edu/huma/illuminations/kell32.htm> (23 Aralık 2002) .

⁹⁴ W. Lance Bennett, “Globalization, Media Market Deregulation and The Future of Public Information”, *UNESCO-EU Conference on The Global Public Sphere, The Media and the Information Society*, İspanya, Kasım 2000, http://faculty.washington.edu/bennett/Media_Markets.htm (10 Kasım 2003), s. 1

⁹⁵ Bennett, s. 2.

“Ürünler ve hizmetler yaratılıyor, üretiliyor ve niş pazarlara, kültürleri ve ulusal sınırları aşacak şekilde uygun şekilde dağıtılıyor; ancak ulusal tatlara, kültürel kimliklere uygun hale getirilerek. Farklı pazarlarda ve küresel stratejiyle belirli bir çizgide uyumlu bir biçimde satılabilmek için bu ürünler ve hizmetler evcilleştiriliyor. Bu zekice kurulmuş ağ modeli, her kültürün ve dilin farklılıklarını yok saymak yerine bu güçlükleri aşmayı ve en hızlı şekilde ürün ve hizmetleri satışının denetimini genişletmeyi amaçlıyor.”⁹⁶

Sonuçta kitle eğlencesi, pazarın büyümesini sağlayan en önemli kanallardan biri haline gelmekte ve toplum üzerinde pazarlamanın temel eksenini oluşturmaktadır. Medya ve eğlence sektörü, zaman içinde birleşme eğilimi gösterir ve birbirinden ayırt edilemeyecek bir noktaya gelir. Yaşanan bu süreç, enteraktif enformasyon otobanıyla tam olarak bütünleşen dijital çağda hız kazanmıştır.⁹⁷

Sonuç olarak, kitle iletişim araçlarının tekelleşmesine bağlı olarak ortaya çıkan kültürün popülerleşmesi, içeriklerin bilgilendirme amacından çok eğlendirmeyi hedeflemesi, tüketim amaçlı kullanılması gibi geleneksel medyaya ait sorunlar yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin toplumun çıkarına ve yararına kullanılmasının ve bilinçlendirilmesinin önünde engel oluşturmaktadır.

2.3.2 Neoliberal politikalar ekseninde enformasyon politikaları

Küresel kapitalizmin dünyaya yayılması neoliberal politikalar aracılığıyla gerçekleşmektedir. “Gerçekte küreselleşme ile kastedilen şey, etkin ve geçerli bir ekonominin temel ilkeleri olarak, kâr maksimizasyonuna, serbest mal ve sermaye akışına dönük asgari düzenlemeyi öngören neoliberal ekonomik politikalardan başka bir şey değildir.”⁹⁸ Neoliberal politikalar adem-i merkeziyetçiliğe ve serbest ekonomide pazarda devletin minimum müdahalesine dayanmaktadır. Neoliberal politikalar, “enformasyon otoyolları”, “enformasyon toplumu” gibi ulusal projelerle iletişim ve enformasyon alanında da 1990’ların başından itibaren kendisini hissettirmektedir.

⁹⁶ Bustamante, s. 814.

⁹⁷ Dawson ve Foster, s. 77.

⁹⁸ McChesney, s. 7.

“Enformasyon toplumu”nun inşasına dair ulusal çapta bir politik eylem planı, ilk kez ABD’de ülkenin araştırma ve eğitim için yüksek hızda bir ulusal bilgisayar ağı oluşturarak enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında dünyadaki liderliğini korumasını öngören “High Performance Act” kanunun 1991’de yayınlanmasıyla kabul edilmiştir. 1993 yılında ise ABD’nin eski Başkan Yardımcısı Al Gore, ilk kez “enformasyon otoyolları” sözünü kullanarak “Ulusal Enformasyon Altyapıları” eylem planını kamuoyuna açıklamıştır. Amerikan projesi, bir yıl sonra “İşbirliği için Küresel Enformasyon Altyapıları” adını alarak tüm dünyaya yayılmıştır.⁹⁹ Avrupa Birliği de yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine ilişkin ilk önlemi, 1993’te yayınlanan Beyaz Kitap’la almış (Le Livre Blanc), bunu 1994’te kabul edilen “Avrupa ve küresel enformasyon toplumu” başlığını taşıyan Bangemann Raporu izlemiş, 1999’da birliğin tüm projeleri e-Europe eylem planı adı altında birleştirilmiş, 2001’de de birliğe aday ülkeleri de içine alan e-Europe+ eylem planı yürürlüğe girmiştir. Törenli’ye göre AB’nin “enformasyon toplumunu tanımlayış şekli ya da tanımlarken kullandığı parametreler (uluslararası rekabetin güçlendirilmesi, liberalleşme, kuralların kaldırılması, ekonomide yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine öncelik verilmesi, politikalar konusunda kamuoyu desteğinin sağlanması, değişime ilişkin kaygıların giderilmesi vb.) yeni bir yapıyı değil, varolan yapıyı hem Birlik içine hem de Birliğin genişlemeye aday olduğu coğrafyaya ‘ideal’ bir model olarak pazarlama stratejisi üzerine kurulmuş, kapsayıcı politikaları oluşturmayı ve bunları uygulamaya sokmayı hedefleyen bir süreçtir.¹⁰⁰

Bouquillon’a göre de “Enformasyon toplumu” oluşturma çabasındaki tüm politik girişimlerin ortak noktası, devletlerin kamusal çıkarı ve kültürel çoğulculuğu güçlendirmek yerine özel çıkarlara öncelik tanınmasıdır: “Kuzey Amerika’daki projeler ve Bangemann Raporu, ticari düzenlemeyi ekonomik etkinlik, teknolojik yenilik ve kültürel çoğulculuk için tek yol olarak sunmaktadır. Kamusal müdahaleler sınırlı kalmalıdır.”¹⁰¹

⁹⁹ Mattelart, s. 85.

¹⁰⁰ Törenli, s. 205.

¹⁰¹ Philippe Bouquillon, “Autoroutes de l’Information. Les Discours de la Concurrence et de la Régulation Marchande”, **Sciences de la Société**. No. 40, Toulouse : Presses universitaires du Mirail, 1997, s. 145.

Neoliberalizmin etkisiyle enformasyon ve iletişim teknolojilerinin düzenlenmesi konusunda devletin rolü giderek önemini yitirmekte, Vedel'in deyişiiyle Devlet "animatör" devlete indirgenmektedir. Batı Avrupa'da kamusal yayıncılığın gerilemesi, telekomünikasyon şirketlerinin devlet tekellerinden çıkarak özel firmaların eline geçmesi, basın-yayın kuruluşlarının tekelleşmesi, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin özelleştirme içerisinde hizmetlerini sunması neoliberal politikaların sonucudur. Neoliberal politikalar, iletişim alanında dört temel ekseninde, ticarileşme, özelleştirme, serbestleşme, uluslar arasılaşma eksenlerinde gerçekleşmektedir.¹⁰²

Küresel enformasyon ve iletişim ağlarının kurulması ve işletilmesinde, 19. yüzyıldan bu yana çeşitli nedenlerle (maliyet, sansür vb.) iletişim üzerinde denetleyici ve düzenleyici bir rol oynayan devletin rolü yerini neoliberalizme egemen olmasına bağlı olarak serbestleşme(liberalisation), düzenlemeleri ortadan kaldırma (deregulation) gibi kavramlara ve uygulamalara bırakmaktadır. Vedel, bu tarihsel dönüşümü şöyle açıklamaktadır:

"19. yüzyıldan 1980'lere kadar sanayileşmiş ülkelerdeki Devletler, iletişim ağlarının kurulmasında merkezi bir rol üstlendiler...Posta sanayii işletmesi olarak adlandırılan bu durum iki siyasi ilkeye dayanıyordu: Tüm vatandaşların ağlara erişimi (evrensel hizmet) ve tüm kullanıcılara eşit muamele (eşitlik ilkesi)."¹⁰³

Son 20 yıllık dönemde ise tüm dünyada telekomünikasyon hizmetlerinin devletlerin elinden alınarak özel işletmelere devredilmesi, sektörde rekabetin artması, operatörler ile teknik donanım üreten firmalar arasındaki ayrıcalıklı ilişkilerin ortadan kalkması, enformasyon otoyollarının inşasıyla birlikte bu yapı da değişime uğradı. Bu yeni düzende Devlet, "operatör Devlet"ten "animatör Devlet"e dönüştü.¹⁰⁴ Vedel, "animatör Devlet" in "enformasyon otoyolları"nın düzenlenmesinde dört önemli görevi olduğunu ileri sürüyor: Enformasyon toplumuna ilişkin raporlar hazırlayarak ekonomik güçleri ve kamuoyunu harekete geçirici, destekleyici ve koordine edici işlev; araştırma, deneysel ya da pilot projelere mali destek sağlama işlevi; kamu kurum ve kuruluşları

¹⁰² Vincent Mosco, "Les Nouvelles Technologies de la Communication", s. 103.

¹⁰³ Vincent Vedel, "Les Politiques des Autoroutes de l'Information dans les Pays Industrialisés: Une Analyse Comparative", *Réseaux*, No. 78: <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/78/01-vedel.pdf>, s. 15.

¹⁰⁴ Vedel, s.16.

aracılığıyla enformasyon servisleri arzı işlevi; enformasyon altyapıları ve bunların sunduğu hizmetlerin kanunlara uygun düzenlenmesi işlevi.

Özel çıkarlara hizmet eden enformasyon politikalarında meydana gelen eşitsizliğin önlenmesi ve kamu çıkarının sağlanması, “evrensel hizmet” ilkesiyle gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Ulusal eylem planlarında ve resmi belgelerde sıkça yer verilen “evrensel hizmet” ilkesinin kökeni, 20. yüzyıl başlarında ABD’de telefon ağlarının gelişimi sürecinde, AT&T’nin “Sistemlerin Bütünleştirilmesi” politikası ile önce birbirine rakip olan farklı şirketlerin santrallerini birbirine bağlaması, ardında da tamamını Bell sistemine içermesi sürecine dek uzanır.¹⁰⁵

“Evrensel hizmet kavramı, başlangıçta tam da telefon alanının ölçek ekonomisi olarak kabul edilmesi ve kamu ya da özel tek bir şirket tarafından işletilmesini sağlamak üzere ve tekelci pratiklere gelebilecek eleştirileri bertaraf etmek için ortaya atılmış ve ABD’de tüm bir telefon alanının özel bir tekelin işletmesine verilmesi durumunda ortaya çıkan kamusal düzenleme gereksinimi ile çakışarak kullanılmıştır.”¹⁰⁶

1980 ve 1990’larda telekomünikasyon hizmetlerinin serbestleşmesine bağlı olarak “evrensel hizmet” kavramı da değişime uğramış, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine ticari modelin egemen olmasıyla ekonomide verimlilik, ödenebilirlik, erişilebilirlik ve servis kalitesi gibi tanımlarla eşanlamli kullanılmaya başlanmıştır. Başaran’a göre, evrensel hizmetin özünde serbestleştirme vardır:

“Evrensel hizmet ilkesi, günümüzde farklı ülkeler tarafından farklı biçimlerde algılanmakta ve uygulanmakta olsa da, genel olarak, evrensel hizmet politikalarını uygulayabilmek için özelleştirme, rekabet ve maliyete dayalı fiyatlandırma gibi uygulamaları içeren piyasaya dayalı reformlar; lisanslandırma koşulları veya diğer regülasyon yöntemleri vasıtasıyla uygulanan zorunlu evrensel hizmet yükümlülüğü; evrensel hizmet yükümlüsü işletmecilerin verdiği hizmetler arasında veya hizmet dahilinde çapraz sübvansiyon uygulamaları, yükümlü işletmecilerin sunduğu evrensel hizmetlerden dolayı ortaya çıkan erişim maliyeti açığının diğer işletmecilerden toplanarak sübvansiyon edilmesi ve evrensel hizmet-erişim

¹⁰⁵ Funda Başaran, “*Enformasyon Hizmetlerine Erişim: Avrupa Birliği ve Türkiye*”, Mine Gencel Bek ve Deirdre Kevin (der.), **Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları: Pazarın düzenlenmesi, erişim ve çeşitlilik**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 2005, s. 81.

¹⁰⁶ Başaran, s. 81-82.

programlarının uygulanmasını sağlamak için çeşitli kaynaklardan sağlanan gelirlerle oluşturulan evrensel hizmet fonları temel mekanizmalar olarak önerilmektedir. Tüm bunlar serbestleştirmeyi, evrensel hizmet tartışmalarının merkezine yerleştirmektedir.”¹⁰⁷

Burgelman’a göre iletişim sistemlerinin “çeşitli” olarak nitelendirilmesi için şu üç ölçüte uygun olmaları gerekmektedir: 1- Sistem toplumsal çeşitliliği geniş ölçüde yansıtabilmeli. 2- Sistem vatandaşlar ile değerlerini ve normlarını ifade etmek isteyen gruplar tarafından erişilebilir olmalı. 3- Sistem içerisinde seçenekler mümkün olmalıdır. Devlet, sistemin çeşitliliği sağlamasında güvence oluşturmalıdır. Ancak, “... tamamen liberalleşmiş bir pazar ortamında yalnızca “evrensel hizmet” anlayışının basitçe uygulanmasıyla hizmetlerin dağıtımında, erişiminde ve kalitesinde eşitlik sağlanması için yeterli değildir.”¹⁰⁸

Bek, “enformasyon otoyolları”na ilişkin neoliberal politikaların sorunlu olduğunu vurgulamakta, iletişim sektörlerinin giderek ticarileştiğine, kamusal hizmet modelindeki gerilemeye, yeni enformasyon düzeninde rekabet gücü düşük ülkelerin zayıflamasına, büyük grupların tekellerini sağlamlaştırmasına, erişim ve düzenleme sorunlarının doğduğuna işaret etmektedir.¹⁰⁹

Sonuç olarak, yeni enformasyon düzenine çokuluslu medya gruplarının hakim olmaları ve yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması ve işletilmesi özel çıkarlara bağımlı hale geldikçe Avrupa’nın öncülüğünde dünyada yaygınlaşan kamu modeli de giderek terk edilmektedir.

“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

¹⁰⁷ Başaran, s. 84.

¹⁰⁸ Jean-Claude Burgelman, “*Service universel, service public et souci de diversité: Le débat sur les autoroutes de l’information*”, *Réseaux*, No. 78, <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/78/03-burge.pdf>, 1996.

¹⁰⁹ Mine Gencel Bek, “*Avrupa Birliği’nde İletişim Alanının Düzenlenmesi*”, M. G. Bek (ed.). **AB ve Türkiye’de İletişim Politikaları**, Ankara : Ümit, 2003, s. 57.

müdahalenin böylesi örgütlerin ticaret sektörü içine yerleştirilmesi sebebiyle engellenişini ifade eder. Bu süreç dahilinde kamusal hizmetlere dönük istek ve taahhüt toptan ya da kısmi olarak terk edilir”¹¹⁰.

Schiller’e göre de enformasyonun ticarileşmesi ve enformasyon üreticilerinin görülmedik yoğunlaşması günümüz Amerikan ekonomisinin egemen özelliklerinden biridir. Enformasyon otoyollarının inşasında başı çeken ABD’de elektronik enformasyon otoyollarının kullanımında , iş dünyası ve ev kullanımı için ülkede üretilen her tür görüntüyü, mesajı ve veri akışını taşıma vaadinde bulunan altyapı için özel mülkiyet ve rekabet Washington yönetiminin öncelikleri arasında. Schiller’e göre ABD’nin 20. yüzyılda yeni iletişim teknolojilerine ilişkin yaklaşımı iki özellik taşır: 1- Yeni iletişim teknolojisinin ortaya çıkması abartılmış vaatleri de beraberinde getirmektedir. 2- Yeni iletişim teknolojileri kâr amacı güden ticari işletmelerce hızlı biçimde araçsallaştırılmaktadır:

“Hükümet ulusal enformasyon altyapısını özel sermayenin aracılığıyla inşa ederken kamunun ihtiyaçlarını göz ardı etmeyeceğini belirtiyor. Evrensel hizmet sağlanacak ve nüfus içerisinde enformasyon farklılıklarına izin verilmeyecek, deniliyor. Ancak, bu toplumsal amaçları sağlayacak olan mekanizma (rekabet) yanıltıcı ve bunu sağlayacak olan bekçiler diğer güç sahipleriyle karşılaştırıldığında güçsüz kalıyor.hükümetin meşru işlevlerinden biri olan düzenleme pratikte ortadan kalkıyor.”¹¹¹

2.3.3 Enformasyon toplumunun dünyaya ihracı

Enformasyon ve iletişim araçlarının üretiminin ve dağıtımının tekelleştiği, çokuluslu şirketlerin pazarın dinamikleri belirlediği bir dönemde yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin tüm dünyada yaygınlaştırılması, başını ABD’nin çektiği “enformasyon otoyolları” projeleri ve “enformasyon toplumu” politikaları aracılığıyla gerçekleşmektedir.

¹¹⁰ Peter Golding, “*Küresel Köy mü Kültürel Yağma mı?*”, **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**, Robert McChesney(ed.), Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın(çev.), Ankara: Epos, 2003, s. 88.

¹¹¹ Herbert Schiller, **Information inequality, The deepening social crisis in America**, New York: Routledge, 1995, s. 80.

İkinci Dünya Savaşı sonrası Batılı ülkelerde üretilen gelişme ve kalkınma modelleri, 1990'lı yıllarda enformasyon toplumu tartışmalarıyla yeniden canlanmış ve ekonomik refaha ulaşmış kapitalist ülkelerin enformasyon toplumu modeli, geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelere dayatılmaktadır. Bu dayatmanın ardında 1- Ekonomik olarak küresel kapitalizmin bilişim pazarlarının yeniden şekillenmesi ve gelişmekte olan ülkelerin yeni ekonomiye dahil edilmesi için gerekli teknoloji transferinin gerçekleşmesi 2- Küresel ekonomiye dahil edilmenin aracı olarak neoliberal politikaların yaygınlaştırılması ve bu ülkelerde de özel sermayenin iletişim ve enformasyon alanına girmesi için teşvik edilmesi 3- Toplumsal yaşamın ideolojik manipülasyonla yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri aracılığıyla “yerel” kültürleri de metalaştırarak içine alan küresel kültür, tek kültürün yaratılarak kârın maksimize edilmesi ve dünyanın denetlenmesi yatmaktadır.

McPhall, Üçüncü Dünya ülkelerinin yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri açısından ileri kapitalist ülkelere bağımlılığını vurgulamak için “elektronik sömürgecilik” kavramını ortaya atmıştır. McPhall’a göre “elektronik sömürgecilik”, iletişim teknolojisinin ve bu teknolojinin ürünlerinin ithaliyle kurulan ve yabancı mühendislerin, teknik elemanların görev aldığı, yabancıların değerlerini, yaşam biçimlerini ve beklentilerini egemen kılarak yerli ve özgün kültürleri ulusal düzeyde gerçekleştirilmeye çalışılan toplumsallaşma süreçlerini değiştirebilecek bir bağımlılık ilişkisidir.

“Ekonomik sömürgecilik, ucuz işçi bulmanın arayışı içerisindeydi; hammaddeleri ve tüketime hazır hale getirilecek tüketim eşyalarını çıkarmak, ayıklamak, seçmek, işlemek vs. için işçinin ellerine, ayaklarına ve bedenine gereksinim duymaktaydı. Oysa elektronik sömürgecilikte, ekonomik sömürgecilik döneminde bilinen anlamıyla işçinin bedenine gereksinim duyulmuyordu. Elektronik sömürgeciliğin zihinlere ihtiyacı vardı; yabancı Batı ülkelerinden ithal edilen kitle iletişim ürünleri aracılığıyla, üçüncü dünya ülkelerinde yaşayan insanların davranışlarını, arzularını, inançlarını, yaşam biçimlerini, tüketim sürecinde seçim yapma olanaklarını, tüketicilerin gözlerini, kulaklarını ya da her ikisini birden etki altına almayı amaçlamaktaydı.”¹¹²

¹¹² Thomas L. McPhall, “*Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni*”, **Enformasyon Devrimi Efsanesi**, Der: Yusuf Kaplan, İstanbul: Rey Yayınları, 1991, s. 141.

Küresel kapitalizmin iletişim alanına yansması olarak ortaya çıkan zengin ülkelerin denetimindeki yeni enformasyon düzeni ve neoliberal politikalar, gelişmekte olan ülkeler için bir kez daha iletişim ve kültür ürünleri açısından ekonomik, teknolojik ve içeriksel bağımlılık sorunlarının sürmesine yol açmaktadır.

Dünyada enformasyonun üretimi, dağıtımı ve tüketimi ülkeler arasındaki ekonomik eşitsizliklere bağlı olarak dengesiz bir yapı arz etmektedir. “Dünyada enformasyon üreten, işleyen ve taşıyan araçların ezici çoğunluğu, merkez ülkeler olarak adlandırılan gelişmiş Batı ülkelerindendir. Yine bu araçların tasarımını, üretimini ve geliştirilmesini sağlayan teknoloji sanayileşmiş ülkelerin elinde bulunmakta ve bu teknoloji bu ülkeler tarafından kendi çıkarları doğrultusunda kontrol edilip kullanılmaktadır.”¹¹³

ABD, Japonya ve Avrupa merkezli çokuluslu bilişim firmalarının egemen olduğu dünya pazarında gelişmekte olan ülkeler yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinde de bağımlı konumlarını sürdürmektedirler. Dünyadaki toplam bilgisayar üretimi ve ihracatının pek az bir bölümünü elinde bulunduran, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri için yeterli finansal gücü bulunmayan ‘Üçüncü Dünya’ ülkelerinde kullanılan iletişim ve telekomünikasyon teknolojilerinin kıstasları; donanım ve yazılım ürün ve hizmetleri üreten yabancı firmalar tarafından belirlenmektedir.¹¹⁴

Gelişmekte olan ülkeler çokuluslu firmalara ucuz işgücü ve hammadde sağlamakta, küresel enformasyon pazarında yalnızca belli başlı ürünleri ya da bazı parçaları üretmektedirler. ‘Üçüncü Dünya’ ülkelerinin işlevi; ucuz işgücü sayesinde üretim maliyetlerini düşürmek, enformasyon teknolojilerine ilişkin endüstrilerde parçaları birleştirmek ve test etmek, çağrı merkezleri oluşturmak gibi işlerle sınırlı kalmaktadır. Hamelink bağımlılığı şöyle açıklamaktadır:

“Batılı ülkelerdeki çokuluslu kuruluşlar, çevre ülkelerde baskıcı rejimlerin iktidarda olması, gümrük vergisinde söz konusu olabilecek kimi ayrıcalıklar ve düşük maaş, elit kesimin İngilizce bilmesi gibi nedenlerle bu ülkelerde yatırım yapmayı tercih ediyorlar. Çevre ülkelerin ihraç ettiği ürünler ya

¹¹³ Cees Hamelink, “*Merkez ve çevre ülkeler arasındaki enformasyon dengesizliği*”, **Enformasyon Devrimi Efsanesi**, Der: Yusuf Kaplan, İstanbul: Rey Yayınları, 1991, s. 259.

¹¹⁴ Geoffrey Reeves, **Communications and the Third World**, NewYork: Routledge, 1993, s. 126.

genellikle Batılı çokuluslu şirketlerin yine çevre ülkelerde ürettikleri ürünlerden ya da montaj sanayisinin ürünlerinden oluşmaktadır.”¹¹⁵

Hamelink’e göre dünya üzerinde enformasyonun üretimine ilişkin dengesiz yapı, enformasyonun dağıtımını da etkilemekte, “elektronik sömürgecilik” yeni görünümünde merkez ülkelerle çevre ülkeler arasındaki enformasyon akışı, büyük ölçüde çevre ülkelerden gelen, işlenmemiş, “ham” enformasyondan oluşmaktadır. Oysa, küresel ekonominin merkezindeki ülkeler, çevredeki gelişmemiş ülkelere diğer tüketim eşyalarıyla birlikte, kullanıma hazır enformasyon “paketleri” göndermekte ve çevredeki ülkelerin işlenmemiş “ürünleri”, yine çevredeki ülkelere bu kez çok daha pahalı bir fiyatla “işlenerek” satılmaktadır. UNESCO tarafından yayınlanan rapora göre 1980-1998 döneminde Dünya üzerindeki kültürel ürünlerin ticareti 47,8 milyar dolardan 213,7 milyar dolara yükselirken gelişmekte olan ülkelerde kültür ürünlerinin ithalatı ihracatını aşmaktadır. 1998’de gelişmekte olan ülkelerde kültür ürünlerinin ithalatı 51.8 milyar dolar, ihracatı ise 44.4 milyar dolardır. Gelişmiş ülkelerde ise tam tersi bir durum söz konusudur: 122.5 milyar dolarlık ithalata karşılık 169.3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir. UNESCO raporuna göre, gelişmiş ülkeler yazılı materyal, sinema filmi ve fotoğraf malzemeleri üretip ihraç etmekte; gelişmekte olanlar ise radyo, TV, oyun, ses kayıt cihazları ihracatını üstlenmektedir.¹¹⁶

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılmasına ilişkin politikalar küresel kapitalizmin yeni iktidarı uluslararası kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Çokuluslu şirketlerin egemenliklerini pekiştirdiği küresel kapitalist düzende politikada karar verici olarak devletlerin yerini alan uluslararası kuruluşlar, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması için oluşturulan enformasyon toplumu politikalarında başlıca finansal kaynakları sağlayarak karar verici konumdadırlar. Dünya Bankası ve buna bağlı finansal kuruluşlar, OECD, IMF, Birleşmiş Milletler, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği gibi örgütler; hazırladıkları raporlar, uyum programları, destekledikleri projeler ve mali yardımlarla yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişmekte olan ülkelere

¹¹⁵ Hamelink, s. 262.

¹¹⁶ UNESCO, **International flows of selected cultural goods**, Paris, 2000, s.vi.

yaygınlaştırılmasında başrolü oynamaktadırlar. Örneğin, Dünya Bankası ‘Üçüncü Dünya’da telekomünikasyon sektörünün planlanmasını ve gelişmiş iletişim sistemlerinin kurulmasını desteklerken siyasi iktidarlara da yeni-liberal düzene uygun biçimde telekomünikasyon sektörünü özelleştirilmesi yönünde baskı yapmaktadır.¹¹⁷ Törenli, uluslararası kuruluşların yeni enformasyon düzenindeki rolünü şöyle açıklamaktadır:

“Uygulamada geliştirilen stratejiler ve uluslararası kamunun desteğini sağlamaya, ilgisini-bilgisini canlı tutmaya dönük zirve, konferans, toplantı vb. platformlar, enformasyon toplumu modelinin şekillendirilmesinde, gelişmekte olan ülkelerin gündemine girmesinde, yine bu ülkelerin karar alma süreçlerine somut politikalar şeklinde yansımada etkin politika araçları ve yöntemleri haline gelmişlerdir.”¹¹⁸

“Enformasyon toplumu” projelerinin öncelikli hedeflerinden biri, ülkeler arasında ve ülkelerin içinde yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine “eşitsiz erişimden” kaynaklanan “sayısal uçurum”un önüne geçilmesidir. Küresel kapitalizmin ekonomik işleyişini politik alanda eyleme dönüştüren uluslararası kuruluşların dünyanın gidişatı hakkında kaleme aldıkları yıllık raporlarda yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin dünyada “eşitsiz kullanımı” konusunda uyarıda bulunmaktadır. Bu raporlar, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin dünyada “eşitsiz kullanımı”na dikkat çekerek (bu eşitsizliğin nedenlerine ve kökenlerine inmeden) teknoloji aktarımının gelişmiş ülkelere doğru tamamlanmasını (bunun için milyonlarca dolarlık fonlar ayırmaktadırlar) ve bu ülkelerin de küresel ekonomiye ivedilikle dahil edilmesini talep etmektedirler.

Türkiye de yukarıda betimlemeye çalışılan tablodan bağımsız değildir. Türkiye’de enformasyon pazarının gelişimi ve enformasyon toplumu oluşturulması için uygulanmakta olan politikalar yukarıda sözü edilen dinamiklerden bağımsız değildir. Gerek enformasyon pazarı gerekse enformasyon toplumuna ilişkin politikalar çokuluslu şirketler ve uluslararası kuruluşların ile Avrupa Birliği’nin müdahaleleri aracılığıyla şekillenmektedir.

¹¹⁷ Reeves, s. 137.

¹¹⁸ Törenli, s. 119.

Türkiye’de bilişim pazarı, 2001’de yaşanan ekonomik krizin etkisiyle % 54 küçülmüştür, son yıllarda ise büyüme eğilimindedir.¹¹⁹ 2002’de yeniden 10 milyon 150 bin dolarlık hacme ulaşan bilişim ve iletişim teknolojileri pazarının 2003’te % 9, 2004’te %20 büyüdüğü tahmin edilmektedir. 2002 yılı rakamlarına göre bilişim alanında ABD’de kişi başına yapılan yatırım ve harcamalar 1200 dolar, Batı Avrupa’da 500 dolar, Türkiye’de ise 40 dolardır.¹²⁰

Ancak ulusal ekonominin yabancı yatırımcılara açılmasıyla birlikte sektörde çokuluslu bilişim firmalar pazarda egemen konumda bulunmakta ve donanım ağırlıklı bir tablo ortaya çıkmakta, teknoloji üretiminde dışa bağımlılık gözlenmektedir. Türkiye bilgi teknolojileri pazarının 2004 yılındaki büyüklüğü 3 milyar 455 bin dolardır ve bunun 1 milyar 930 bin dolarını donanım alt sektörü oluşturmaktadır. Aynı yıl için bilgisayar sektöründe dışalım 1 milyar 544 milyon dolar iken dışsatım yalnızca 42 milyon 221 bin dolardır.¹²¹

Yabancı sermaye için çekici bir pazar oluşturan Türkiye’de 2003’te elektronik endüstrisine 120 yabancı firma pazara giriş yapmıştır. Bilişim alanında yabancı sermaye toplam sermayenin % 57’sini oluşturmaktadır.¹²²

Bilişim pazarının alt sektörlerinde tekelleşme eğilimi gözlenmektedir: 2002’de yazılım sektörünün gelirleri üç şirket arasında paylaşılmaktadır: Microsoft (%25.99), Havelsan (%12.79) ve IBM (%12.14). Cep telefonu sektöründe Turkcell % 72.99’luk bir paya sahipken uydu iletişim hizmetleri sektöründe iç firma toplam pazarın %76.2’sini elinde bulundurmaktadır. Tüketim malları sektöründe ise Hewlett Packard %

¹¹⁹ Rukiye Herkmen Özcivelek, “Bilisim teknolojileri ve Ekonomik Büyüme, Dünya ve Türkiye”, **TübitakBilten**, 2003, www.bilten.metu.edu.tr/Web_2002_v1/common/yayinlar/bilisim%20-bildiri%20rukiye.pdf, (23 Aralık 2003).

¹²⁰ Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2004, s. 15.

¹²¹ Türkiye Elektronik Sanayicileri derneği, www.tesid.org, (02 Nisan 2006)

¹²² Hazine Müsteşarlığı, www.treasury.gov.tr/tat/yabser/ti16.htm , (02 Ocak 2004)

56.04'lük payla lider konumdadır.¹²³ 93 İnternet servis sağlayıcısı firmanın bulunduğu sektörde pazarın %70'i dört firmanın elinde toplanmıştır.¹²⁴

Türkiye'de enformasyon toplumu politikaları Dünya Bankası, IMF gibi uluslararası kredi kuruluşlarının ve Avrupa Birliği'nin finansal desteği doğrultusunda biçimlenmektedir. Son on yılda Dünya Bankası ve IMF, Türk Telekom'un özelleştirilmesi sürecinde verdikleri kredilerle telekom pazarının serbestleşmesinde başlıca rolü oynamışlardır. Dünya Bankası enformasyon ve iletişim alanlarını yeniden düzenlemesi için Türkiye'ye 1991'den bu yana 152 milyon dolar vermiştir.¹²⁵ Öte yandan Avrupa Birliği, aday ülkeler için uygulamaya koyduğu *e-Avrupa+* programı dahilinde Türkiye'de kamu ve özel kuruluşlarda yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin, eğitim hizmetleri ve personelin yaygınlaştırılmasına yönelik projeleri desteklemektedir.

Türkiye örneğinde de görüldüğü üzere modern kitle iletişim araçlarının devlet ve özel sermaye denetiminde gelişmesinin yerini bugün yeni enformasyon ve iletişim araçlarının küreselleşen şirketlerin egemenliğinde, donanım ve içeriklerinin onlar tarafından belirlendiği, devlet politikalarının da uluslararası finans kuruluşlarınca yönlendirildiği bir dinamik almıştır.

Yukarıda çizilen tablo; enformasyon toplumu ideologlarına ait herkesin istediği enformasyona erişebildiği, demokratik katılımın sağlandığı, geri kalmış ülkelerin yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde gelişmişlerle aralarındaki uçurumu kapatacağı gibi ütöpik fikirlerinin çok uzağındadır. Aksine, dünyada bilişim pazarına hakim çokuluslu firmalar ve oluşmakta olan yeni enformasyon düzeni, küresel kapitalizmin dünyaya yayılmasında rol oynamakta ve geliştirmekte olan ülkeleri gelişmiş ülkelerin iletişim teknolojilerine ve kültürel içeriklerine bir kez daha bağımlı kılmaktadır. Ekonomisi dışa bağımlı hale getirilen Türkiye'de bilişim pazarının oluşması ve enformasyon toplumu politikaları AB'ye üyelik, uluslararası kuruluşlara kredi borçları gibi dışsal faktörlere bağımlı biçimde şekillenmektedir. Devletin rolünün

¹²³ İlk 500 bilişim firması, www.interpro.com.tr (22 Aralık 2003).

¹²⁴ Funda Başaran ve Önder Özdemir, "Türkiye'de İnternetin Dünü, Bugünü ve Geleceği". 2003, www.sendika.org. (23 Aralık 2003).

¹²⁵ Devlet Planlama Teşkilatı, www.dpt.org, 2000.

giderek azaldığı ve özel sektörün öne çıktığı yeni enformasyon düzeninde, daha önce kitle iletişim araçlarının yapılanmasında görüldüğü gibi, özel sektörün tekelleşme eğilimi ve bu tekelleşmenin doğal sonucu olarak enformasyonun ticarileşmesi ve çoksesliliğin ortadan kalkma tehlikesi her zaman mevcut olacaktır.

3. İNTERNET : KÜRESEL PAZAR MI?

KÜRESEL KAMUSAL ALAN MI?

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinden biri olan İnternet, teknik olarak dünya üzerinde bilgisayarların birbirleriyle iletişim kurmasını ve içeriklerini paylaşmasını sağlayan bir ağıdır. İcadı Soğuk Savaş dönemine uzanan, ilk kullanımı ABD’de ulusal çıkarlar ve bilim çevrelerince şekillendirilen İnternet, 1990’ların başından itibaren dünyada yaygınlaşmaya başlamıştır.

Teknolojik bir ağ olmanın yanı sıra toplumsal ilişkilerin ve iletişimin biçimlenmesinde rol oynayan internet, kitleselleşmesinden bu yana geçen zaman içinde toplumdaki çeşitli katmanların (bireyler, gruplar, kurumlar, örgütler, şirketler, devletler vb.) yerel, ulusal ve küresel düzeyde; eşzamanlı olarak, farklı teknolojileri kullanarak (e-mail, web sitesi, sohbet odaları, forumlar vb.) etkileşime girdiği bir iletişim alanıdır. Dünya üzerinde ne kadar kullanıcı varsa internette meydana gelen iletişimin amacı, biçimi ve içeriği de o denli farklılık göstereceğinden İnterneti bir araştırma nesnesi olarak ele almak daha baştan sorunlar içermektedir. Ancak yine de, gelişiminden bu yana internetin iki tür eğilim taşıdığından söz edilebilir:

İnternet, bir yandan küresel kapitalizmin kurumlarının nüfuz ettiği, diğer yandan toplumsal sistem içindeki farklı birey ya da grupların kendilerini ifade ettikleri iki kutuplu bir alandır. Bir yandan esnek üretim, İnternet üzerinde örgütlenerek kapitalizmi ve toplumsal ilişkilerini küreselleştirirken diğer yandan gerçek hayatta susturulmuş toplumsal muhalefet internet üzerinden sesini yükseltmektedir.

İnternet bir yandan “güdümlü” bir ortamdır; kapitalizmin üretim koşullarının, toplumsal ilişkilerinin ve kurumlarının yeniden yapılandığı bir alan, bir endüstridir. İnternet; araştırma-geliştirme ve teknolojik yenilikler konusunda önde olan özel sermayenin ve özellikle de çokuluslu şirketlerin küresel çapta iş görebilmesinin, yeni pazarlara erişebilmesinin, tüketimin daha kesin veriler sayesinde denetlenmesinin yeni

aracı, reklamın yeni mecrası olarak şekillenmektedir. Küresel kapitalizmin işleyebilmesi için İnternet, yeni endüstrilerin doğmasına yol açmaktadır. Devletler ise vatandaş-devlet iletişimini kolaylaştırırken aynı zamanda vatandaşlar hakkında bilgi toplamak ve gözetlemek amacıyla internetten faydalanmaktadır (Bkz. Lyon, 1997). Reklam temelli ticari modele göre inşaa edilen İnternetin içeriği de kitle iletişim araçlarına benzer şekilde popüler kültürün etkisi altına girmektedir.

Diğer yandan, İnternet göreceli olarak “özgür” bir ortamdır. Kullanıcıyı etkin kılarak ve içeriğin denetlenmesini zorlaştırarak toplumdaki “alternatif” ya da karşıt görüşlere, yaşamlara, bakışlara, duruşlara ifade ve iletişim imkanı tanımaktadır. Belirli konular ve temalar etrafında oluşturulan binlerce sanal cemaat, tartışma grubu, e-posta zincirleri, sohbet odaları, birey, grup ya da örgütler tarafından kurulan web siteleri İnternetin toplumsal çeşitliliği yansıtan diğer yüzünü oluşturmaktadır.

İnternetin, bu ikinci yönüyle, kapitalist toplumda kitle iletişim araçlarının ve popüler kültürün etkisi altına giren, giderek sönükleşen politikanın kurumlarını ve demokrasiyi canlandırması, küresel kamusal alanın (alanların) ortaya çıkması beklenmektedir.

3.1 Demokrasinin kurtarıcısı internet ve küresel kamusal alan

“Enformasyon toplumu” kuramcılarının yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin toplum üzerindeki etkilerini yorumlarken üzerinde durdukları ortak noktalardan biri de İnternetin demokrasiyle olan ilişkisine yaptıkları vurgudur. 19. ve 20. yüzyıllarda kitle iletişim araçlarına atfedilen teknolojinin toplumu “demokratikleştirme” misyonu, bugün internete yüklenmektedir. Sayısal teknolojilerin yöndeşmesinin sonucunda enformasyonun niceliğindeki artış, etkileşim olanaklarının genişlemesi, kullanıcının iletişim sürecine etken olarak katılabilmesi gibi İnternetin sahip olduğu teknolojik potansiyelin politikaya ilgiyi ve politik katılımı arttıracakı öne sürülmektedir. “Enformasyon toplumu” kuramları, tüm yurttaşların daha fazla oranda bilgiye sahip olması gereğinin özellikle vurgulandığı ve iktidarın, yönetici elit kesimin elinden, sadece bir elektrik düğmesine basmakla gerçekleştirilebilen bir referandum

olgusunun varolduğu gerçek demokratikleşme sürecine doğru bir dönüşümün yaşandığı bir yapı önermektedir.¹²⁶

Toplumda bir dizi olumlu dönüşüme yol açtığı düşünülen İnternetin enformasyon bolluğu yaratarak bilinçlenmeyi, ulusal sınırları ve zaman sorununu aşarak bireylere istedikleri enformasyonu sağladığı, vatandaşların siyasete katılımını ‘teknik olarak’ kolaylaştırdığı, sanal forumlar aracılığıyla tartişma ortamı yarattığı, toplumdaki muhalif seslere ve “alternatif” gruplara sermaye denetimindeki egemen iletişim araçlarından çok daha düşük maliyete haberleşme ve ifade imkanı tanıdığı, genel olarak sivil toplumun örgütlenmesini ve daha geniş kitlelere seslenmesini mümkün kılarak kamusal alanı canlandırdığı ve toplumu demokratikleştirdiğı, hatta Antik Yunan demokrasisine geri dnleceğı “enformasyon toplumu” kuramcıları tarafından dile getirilen düşüncelerdir. Atina’nın “agora demokrasisi”, yeni çağın siberdemokrasisiyle yeniden hayat bulacaktır.

Oysa, Aydınlanma’nın mirası olarak demokrasi idealini gerçekleştirmenin yolu yeni bir teknolojik buluşa değıl, toplumsal – kültürel yaşama bağıdır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile demokrasi arasında kurulan bu “doğrudan” bağı, İnternetin toplumsal kullanımı ve giderek ticarileşmesi göz önüne alındığında sorunlu hale gelmektedir. Ayrıca, kapitalist ya da kapitalistleşen ülkelerde siyasetin ve demokrasinin kitle toplumunun ve popüler kültürün dinamiklerine göre şekil alması, demokrasinin eşitlik ilkesiyle çatışan toplumsal eşitsizliğin küreselleşmeyle birlikte artarak sürdüğü, vatandaşın tketickiye dönüştüğü, siyasi katılımın seçim zamanlarına indirgen-diğı, kamusal meselelerin geri plana itildiğı ve topluma apolitikleşmenin egemen olduğu göz önüne alındığında yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ve İnternetin toplumlar için yapısal dönüşüm sağlayabilme potansiyeli önündeki sınırlar daha net olarak ortaya çıkmaktadır.

3.1.1 Kapitalist toplumda demokrasi, kamusal alan ve enformasyon

Modern toplumun ortaya çıkışıyla birlikte demokrasi ve iletişim birbirine paralel olarak gelişmiş iki kavramdır. Modern dönemde teknolojinin gelişimine bağı

¹²⁶ Hamelink, s. 13.

olarak demokrasi idealinin gerçekleşeceğine dair iyimser bakış açısı bugüne dek süregelmiştir.

İletişim ve enformasyonun demokratikleşmeyi sağlayacağına ilişkin düşünce, genellikle liberal kuramcılarının ileri sürdükleri bir savdır. Liberal kuramcılar, iletişim ve enformasyon araçlarının kitleleşerek toplumu oluşturan bireylerin bilinçlenmesini, kendilerini yöneten temsilcilere ilişkin gerekli enformasyona sahip olarak hükümeti denetlediklerini, demokratikleşmeyi ve özgürleşmeyi sağladığı vb. görüşleri savunmaktadırlar. Liberal düşünce; enformasyon ve iletişim araçlarının demokratik rolünün, devleti gözetleyen bir kamu gözcüsü olarak hareket etmek olduğunu ileri sürer.¹²⁷ Liberal kuramcılar, toplumsal eşitsizlikleri ve güç ilişkilerini, enformasyon ve iletişim araçlarının endüstrileşmesini göz adı ederek ve bu araçları üzerinde yükseldiği toplumsal zeminden kopararak ele almaktadırlar.

Enformasyon ve iletişim araçlarının demokrasiyle ilişkisi Habermas'ın kamusal alan kavramıyla yeni bir boyut kazanmıştır. Erken dönem kapitalizmini ve burjuva toplumunda kamu fikrinin yükselişini ve çöküşünü inceleyen Habermas, kamusal alanı modern toplumun ve demokrasinin kurucu örgütlenme ilkesi olarak ele alır. Habermas'a göre kamusal alan; devletin ve özel alanın (meta dolaşımı ve toplumsal emek ile ev) dışında kalan, eşit vatandaşların bir araya gelerek eleştirel kamusal tartışmalar yaptıkları, uzlaştıkları ve eylemde bulundukları alandır. Özbek, Habermas'ın kamusal alan kavramını şöyle özetlemektedir: “Kamusal alan, yurttaşların kanaat ve iradelerinin ortaya çıktığı, adalet ve özgürlük mücadelelerinin verildiği; siyasal iktidarın bir özyönetim ilkesi olarak kamusalığa, iletişimsel akla dayanarak ‘rasyonelleştirildiği’ alandır.”¹²⁸ Habermas'a göre eleştirel tartışmaları besleyen her şey kamusal alanının sınırlarına dahil edilebilir: Kent, kahvehaneler, salonlar, edebiyat ve burjuva romanı, mektuplar, basın kamusal alanın ve kamuoyunun oluştuğu mekanlar ve araçlardır.

Kamusal alan ve kamuoyu rasyonelliğe, eleştirel düşünceye ve tartışmaya dayandığından enformasyona ihtiyaç duyar. Kamusal alanda burjuva bireyler

¹²⁷ James Curran, “*Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme*”, **Medya, Kültür ve Siyaset**, Süleyman İrvan (der. ve çev.) Ankara: Ark, 1997, s. 142.

¹²⁸ Meral Özbek, “*Kamusal Alanın Sınırları*”, **Kamusal Alan**, Meral Özbek (ed.), İstanbul: Hil Yayın, 2004, s. 57.

düşüncelerini özgürce tartışmakta, müzakere etmektedirler; ancak bunun için bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla enformasyon ve modern toplumda enformasyonu edindiğimiz başlıca araçlar olan iletişim araçları kamusal alanın çekirdeğini oluşturmaktadır.

Habermas, eserinde iletişim araçlarının ve özellikle de basının kamusal alanı ve kamuoyunu nasıl şekillendirdiğini ayrıntılı olarak incelemiştir. Ona göre, erken kapitalist dönemde uzun mesafeli ticaretin gelişimiyle pazarın genişlemesine ve uzak kentlerle ilgili daha sık ve doğru bilgi gereksiniminin doğmasına bağlı olarak mal dolaşımıyla birlikte haber dolaşımı da gerekli hale gelmiştir:

“Haber dolaşımının sürekliliği, en az mal ve evrak dolaşımının sürekliliği kadar vazgeçilmezdi... Borsaların oluşmasıyla postanın ve basının, sürekli temasın ve sürekli haberleşmenin kurumlaşması aynı zamanlara rastlar. Gene de, tacirler için mahremiyeti profesyonelce garanti altına alınmış bir sistem; şehir ve sarayların kalem odaları içinde yönetim içi haberleşme sistemi hala yeterliydi. Haberin kamusallaşması, her iki tarafın da isteği değildi. Çıkarları daha çok ‘yazılı gazete’ ile, yani haber tacirlerince mesleki olarak örgütlenen özel haberleşme ile örtüşüyordu. Haber akışının kamusallaşması (halka açık olması) ancak 17. yüzyıl sonunda gerçekleşti ve tam anlamıyla bir basın ortaya çıktı.”¹²⁹

Ancak 17. yüzyılda basın, tacirlerin ve hükümetin denetimine girmişti. Burjuva sınıfı, hak talebiyle kendi sınıfının farkına varmakta, özel alanı kamu erkinden koparmakta ve basın aracılığıyla kamusallığını ve kamuoyunu oluşturmaktaydı.

“Devletin karşısına dikilen toplum bir yandan kamu erkinden özel alanı koparıırken, diğer yandan hayatın yeniden üretimini özel ev bütçelerinin sınırlarının ötesine taşıyıp kamusal çıkar alanına giren bir mesele haline getirdiği için idareyle kesintisiz temasın gerçekleştiği bölge, akıl yürüten kamusal topluluğun eleştirisine konu olma anlamında da ‘kritik’ bir duruma gelmiştir... Kamusal topluluk bu meydan okumaya, yönetimin toplumu özgül anlamda kamusal bir olay haline getirirken yararlandığı aygıtı başka bir işlev doğrultusunda dönüştürmesi ölçüsünde karşılık verebilecektir -bu aygıt, basındır.”¹³⁰

Burjuva bireylerin eşit biçimde rasyonel tartışmalar yaptıkları “ideal” kamusal alandan 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren devletin özel alana müdahale ettiği, özel-

¹²⁹ Jürgen Habermas, **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü**, Tanıl Bora ve Mithat Sancar (çev.), İstanbul: İletişim yayınları, 1997, s.76-77.

¹³⁰ Habermas, s. 89.

kamusal alan ayrımlarının silikleştiği, reklam ve halkla ilişkilerin basına nüfuz ettiği, politik partiler ve kitle iletişim araçlarınca yönlendirilen ‘görünüşteki’ kamusal alana geçilir. Burjuva hukuk devletinin kurulması ve pazar yasalarının kamusal alana sızmasıyla akıl yürütme faaliyetinin tüketim faaliyetine dönüştüğünü, bunun sonucunda kültürün endüstrileştiğini ve basının kitle basınına dönüştüğünü belirten Habermas, kamusal katılımın yerini tüketime bıraktığını söyler:

“Okurların oluşturduğu kamusal topluluğun akıl yürütme faaliyeti yerini eğilimsel olarak tüketicilerin “zevk” ve “keyif” alışverişine bırakıyor – tüketilen üzerine konuşmak, yani zevklere vukufun sınanması” bile bizzat tüketime parçası haline geliyor.”¹³¹

Kitle iletişim araçlarının görünürde kamusal meselelerle ilgilendiğini savunan Habermas, basının ve kamuoyunun yapısal dönüşümünde başlıca rolü reklam ve halkla ilişkilerin yükselişine yüklemektedir. 20. yüzyılın başından itibaren kapitalist büyük işletmelerin ortaya çıkışıyla birlikte kitle iletişim araçları reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin istilasına uğramış, büyük reklam ajansları basını denetlemeye başlamış, hatta kendi gazete ve dergilerini imal etmiştir. Reklam ve halkla ilişkilerin güdümündeki kitle iletişim araçları politikanın alanına da sızarak bu alanı sömürgeleştirmiştir. Habermas’ın çizdiği tabloda vatandaşların kamusal topluluk olarak bütünlüğü ortadan kalkar ve seçim dönemleri dışında vatandaşlar artık politikaya katılmaz, katılma gereği bile duymaz hale gelmektedir.¹³²

Habermas’ın kamusal alan kavramı farklı yazarlarca birçok açıdan eleştiriye uğramıştır: Habermas, kamusal alanı “idealleştirmekte”; ulus ve sınıf temelli, erkek ve eğitilmiş bir vatandaş topluluğu olarak tahayyül etmekte ve böylece kamusal alanların çokluğunu gözden kaçırmakta (Bkz. Fraser), kamusal alanın yükselişinden söz ederken işçi sınıfının mücadelesini dışlamakta (Bkz. Negt ve Kluge), demokratik kamusal alanı söylemsel katılıma bağlı olarak ele almakta, böylelikle katılımcıları eşit ve özgür bir iletişim ortamında bilgili, akla dayalı ve eleştirel burjuva bireyler olarak sınırlamakta ve kitle kültürünün gücünü abartmaktadır.¹³³

¹³¹ Habermas, s. 295.

¹³² Habermas, s. 365.

¹³³ Özbek, s. 65-77.

Habermas'ın kitle iletişim araçlarının kamusal alan ve kamuoyu üzerindeki dönüştürücü etkileri de eleştiri konusu olmaktadır. Habermas'ın kamusal alan modelini geliştirirken yüzyüze iletişim modelinden yola çıktığını, kamusal tartışmaların hep yüz yüze yapıldığını hatırlatan Garnham, bugünkü modern toplumlarda iletişimin teknolojiyle dolayımına bağlı olarak iletişim kanalına ve aracına erişimin maddi kaynaklara bağlı olduğunu, bu maddi kaynakların da ekonomik ve siyasal güç yapılarına bağlı olduğunu hatırlatmaktadır. Garnham'a göre kamusal alan kuramının ikinci sorunlu yanı ise teknolojiyle dolayımlanmış iletişimde tartışmanın nesnesinin de dolayımli hale gelmesidir:

“Gündelik toplumsal ilişkilerimizde taşıdığımız toplumsal kimliklerimiz dolayımlanmış karmaşık süreçler içinde biçimlenir. Bu giderek daha çok, pembe diziler, romanlar, filmler, şarkılar vb.’den oluşan iletişim araçlarıyla oluşmuş kimliklerimizle eş, aşık, baba, anne, arkadaş, komşu oluruz. Çoğunlukla da bu rolleri, büyük ölçüde ekonomik üretim ve dağıtım sistemleri belirlemiş ve temin edilmiş tüketim nesnelerini kullanarak oynarız.”¹³⁴

Keane de Habermas'ın kamusal alanının tekliğine karşı kamusal alanın çokluğundan söz etmektedir. İletişim biçimleri üzerinden “mikro” (yerel), “mezo” (ulusal) ve “makro” (küresel) kamusal alanların varlığından bahseden Keane, bu üç alanın birbiriyle kesiştiğini, dağıldığını ve sürekli hareket halinde olduğunu öne sürer.¹³⁵

Hirschkop'a göre enformasyon-demokrasi ilişkisi sorunlu bir ilişkidir. Daha fazla bilgiye daha kolay ulaşmanın iyi bilgilenmiş vatandaşlığı ve demokratikleşmeyi sağlayacağına ilişkin denklemin yanlışlığına değinen Hirschkop, iktidarın kaynağının bilgi olmadığını, bilginin iktidar odakları tarafından kullanıldığını söyleyerek temsili demokrasinin “hastalıklarının” teknolojinin yaygınlaşması ya da oy oranlarının artmasıyla tedavi edilemeyeceğini ileri sürmektedir: “Teknolojinin neler yapabileceğine

¹³⁴Nicholas Garnham, “Medya ve Kamusal Alan”, Sevda Alankuş ve Hakan Tuncel (çev.), <http://ilef.ankara.edu.tr/id/sonucs.php?yn=9&di=0>, (21 Mart 2002)

¹³⁵Beybin Kejanlıoğlu, “Medya Çalışmaları ve Kamusal Alan”, **Kamusal Alan**, Meral Özbek (ed.), İstanbul: Hil Yayın, 2004, s. 700.

ilişkin görüş, 20. yüzyılın sonundaki politik iktidarın ve liberal-kapitalist devletlerin doğasını yanlış okumaktan kaynaklanır.”¹³⁶

McChesney’e göre de “katılımcı demokrasi”nin oluşma koşulu, uygulanabilir bir iletişim sistemine sahip olmanın ötesine gider:

“Demokrasinin başarılı olabilmesi için pek çok faktör gerekir; ama demokrasinin en iyi işleyebilen biçimi, toplumsal eşitsizliklerin asgari düzeyde bulunduğu ve bireysel çıkarları toplumun refahına bağlayan genel bir fikrin olduğu koşullarda gerçekleşir. Bu doğrultuda, kapitalizmin işleyişi, değişmez sınıfsal eşitsizlik ve bireysel milliyetçilikle birlikte belirgin bir antidemokratik niteliğe sahiptir. Özellikle iletişimin politik ekonomisi, medya üzerindeki kapitalist kontrolün ve beraberinde medyaya sağlanan ticari desteğin nasıl olup da seçkinlere, bir vatandaşlık görevi ve demokratik değerlerin temeli olarak sunulduğuyla ilgilenir.”¹³⁷

3.1.2 İnternet ve siberdemokrasi efsanesi

Teknolojinin kendisi gibi söylemi de ABD’de şekillenmiştir. Bilgisayar ağlarının birbirlerine bağlanmasına dayanan, “ağların ağı” olarak nitelendirilen İnternetin teknolojik potansiyeli, enformasyon ve demokratikleşme arasında kurulan olumlu ilişkinin yeniden canlanmasına neden olmuştur. İnternet, erişim sağlayan herkesin kendini farklı araçlarla (e-posta, sohbet programları, forumlar, İnternet sitesi vb.) özgürce ifade edebileceği; kişiden kişiye, kişiden gruba, gruptan gruba, gruptan kişilere doğru her yönde iletişim sağlayan, bilginin küresel çapta ve eş zamanlı olarak paylaşımına olanak veren, özel çıkar gruplarınca kontrol edilemeyen bir ortam olarak sunulmaktadır. İnternette enformasyonun bolluğu, seçeneklerin fazlalığı, etkileşim imkanı “katılımcı demokrasi”, “doğrudan demokrasi”, “agora” hayallerini yeniden harekete geçirmiştir. Siberdemokraside temsili demokrasinin kurumları ve işleyişi geçerliliğini yitirecek, politika katılımcılığa, şeffaflığa, eşitliğe ve özgürlüğe doğru yol alacaktır.

Timisi’ye göre İnternet-demokrasi ilişkisine vurgu yapan yazarlar beş ana tema etrafında görüşlerini desteklemektedir: Kolay erişim ve enformasyon erişiminde yeterlilik, İnternetin otoritelerden bağımsız örgütlenmesi, internette ifade özgürlüğünün

¹³⁶ Ken Hirschkop, “*Demokrasi ve Yeni Teknolojiler, Kapitalizm ve Enformasyon çağı*”, Robert McChesney(ed.), Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın (çev.), Ankara: Epos, 2003, s. 248-250.

¹³⁷ McChesney, s. 15-16.

sınırsız ve içerik denetiminin teknik olarak zor olması, siyasal katılımın artması, sivil toplumun genişlemesi ve küreselleşmesi.¹³⁸

“Enformasyon toplumu” kuramlarının politika alanına bir yansıması olarak siberdemokrasi kavramı, Amerikalı yazarlarca popülerleştirilmekte ve kökeni genel bir demokrasi kuramından ziyade Amerikan demokrasisinin kurucularına ve özellikle de ABD’nin kurucu başkanlarından Thomas Jefferson’ın görüşlerine dayandırılmaktadır. Bunun nedeni, Jefferson’ın görüşlerine uygun biçimde elektronik sınır bölgesinin de ilk günlerinden itibaren hem bireysel özgürlüğe hem de cemaat ve çoğulculuğa elverişli bir tarzda şekilleniyormuş gibi görünmesidir.¹³⁹

Winner’a göre siberdemokrasi ve siberlibertercilik (siberözgürlükçülük), liberal ve teknolojik determinist görüşlerin bir uzantısıdır:

“Siberliberter dünya görüşünün ilk ve en temel karakteristiği bir tür teknolojik belirlenimciliği içtenlikle benimsemesidir. Ama bu belirlenimcilik, teknoloji ve kültür üstüne ilk yazılmış eserlerde bulunabilecek genelleştirilmiş bir belirlenimcilik olmayıp, daha ziyade 20. yüzyılın son döneminde ortaya çıkan elektronik teknolojilere göre kesilip biçilmiş bir belirlenimciliktir.”¹⁴⁰

Folléa, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile demokrasi arasındaki ilişkiyi açıklayan kuramları, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini şeffaf, etkileşime dayalı, tüm bireylerin görüşüne yer verilen, azınlıkların ifade imkanı bulduğu araçlar olarak ele alan liberal-özgürlükçü yaklaşım ile bu teknolojilerin denetim toplumuna yol açtığını, simülakr bir dünya yarattığını, kimlikleri dışladığını iddia eden tekno-otoriter yaklaşım olarak “iyimser” ve “kötümser” olmak üzere iki temel grupta toplamaktadır.

Siberdemokrasi fikri, “enformasyon toplumu” kuramcıları ve postmodern düşünürlerden destek bulmaktadır. “Enformasyon toplumu”, katılımcı bir siyasal yapı

¹³⁸ Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost Kitabevi, s.207.

¹³⁹ Mick Underwood, “*Kamusal alan olarak İnternet*”, **İnternet: Üçüncü Devrim?**, Cogito, No. 30, İstanbul: YKY, Kış 2002, s. 134.

¹⁴⁰ Langdon Winner, “*Siberliberter Söylemler ve Cemaatin Başarı Şansı*”, **İnternet: Üçüncü Devrim?**, Cogito, No. 30, İstanbul: YKY, Kış 2002, s. 146.

öngörmektedir. “Enformasyon toplumu”nda, karar verme mekanizmasının merkezileştirmekten uzak bir niteliği olacaktır.

Demokrasinin teknoloji aracılığıyla yeniden canlanacağına ilişkin görüşler İnternetin öncesine gitmektedir.

Temsili demokrasinin yerine “güçlü demokrasi” kavramını öneren Barber, temsili demokrasinin katılım ve yurttaşlığı ortadan kaldıran bir paradoks olduğunu, demokrasinin katılımıla yeniden canlandırabileceğini ileri sürerek liberal demokrasilerin insanları açgözlü tüketicilere çevirdiğinden söz eder “Sonuç olarak demokrasi ancak, büyük liderler tarafından değil, yetkin ve sorumlu yurttaşlar tarafından güvence altına alınacak güçlü bir demokrasi olarak hayata kalabilir... Ancak yurttaş olduğumuz süreçte özgürüz; özgürlüğümüz ve eşitliğimiz ancak yurttaşlığımız kadar kalıcıdır.”¹⁴¹

Barber, politik katılımın kent toplantılarında televizyon aracılığıyla mümkün olduğu yüz yüze iletişimin kurulacağı “güçlü demokrasi”den söz etmektedir. Tüm enformasyon ve iletişim teknolojileri enformasyona eşit erişim sağlayan, bölgelerarası katılımcı tartışmayı harekete geçiren, çok seçenekli kamuoyu yoklamalarını özendiren araçlardır: “Yeni teknolojinin olanakları, yurttaş eğitimini güçlendirmek, bilgiye eşit ulaşımı garanti etmek ve bireylerle kurumları, aralarında çok büyük mesafeler olsa bile geçerek katılımcı tartışma ve müzakerenin gerçekleştiği şebekelerde bir araya getirmek için kullanılabilir”.¹⁴²

Castells’e göre İnternet “daha fazla demokrasi” için ideal bir araçtır. İnternet sayesinde vatandaş politik içerikli enformasyona daha kolay erişebilmekte, etkileşim sayesinde politikacılara doğrudan soru yöneltebilmekte, kamuoyu anketlerine katılarak fikirlerini belirtebilmekte, hükümetin icraatlarını gözlemleyebilmektedirler. Castells, İnterneti aynı zamanda kitle iletişim araçlarının sunduğu “skandal politika” haberlerine bir alternatif olarak görmektedir. Ona göre İnternet, Habermas’ın öne sürdüğü gibi vatandaşın bilgi edinerek ve politikaya katılarak demokratikleşmenin sağlanacağını

¹⁴¹ Benjamin Barber, **Güçlü Demokrasi, Yeni Bir Çağ için Katılımcı Siyaset**, Mehmet Beşikçi (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s. 18.

¹⁴² Barber, s. 332.

savunan bir kamusal alan yaratmak yerine alternatif siteler, dedikodular vs. aracılığıyla skandala dayalı politikanın politik meşruiyetini sorgulamayı derinleştirmektedir.¹⁴³

Kellner da İnternetin demokratikleştirici potansiyeline olumlu yaklaşarak İnterneti metalaşmamış ve adem-i merkezi bir alan olarak görmekte, siberdemokrasinin direniş ve mücadelenin yeni biçimi olduğunu ileri sürmektedir. “Geleceğin politik mücadelesi sokaklarda, fabrikalarda, parlamentolarda ve geçmişin diğer mücadele alanlarında gerçekleşebilir; ancak bütün politik mücadeleler daha şimdiden medya, bilgisayar ve enformasyon teknolojileri aracılığıyla dolayımlanmış ve bu gelecekte daha da artacaktır.”¹⁴⁴

Poster’a göre İnternet, yalnızca varolan toplumsal ilişkilerin yansıdığı bir alan olmanın ötesine geçerek yeni etkileşimlerin ve iktidar ilişkilerinin kurulduğu, yeni kimliklerin oluştuğu bir araçtır aynı zamanda. İnternet kullanıcılar ve örgütler için adem-i merkezi bir yapı sergilemekte, iletişimi materyalleşmeden kurtarmaktadır (demateryalize etmektedir).¹⁴⁵ Demokrasinin de modern döneme ait bir tanımlama olduğundan söz eden ve göstergelerin sayısallaştığı, makine aracılığıyla iletildiği, bedenlerin ortadan kalktığı bir alan olan internetle birlikte yeni tanımlamalara ihtiyaç duyulduğunu ileri süren Poster, İnternet üzerine demokratikleşme öznenin inşasında yaşandığını öne sürmektedir. Poster, demokrasinin göstergelerin iletişimiyle, söylemsel olarak diyaloglar aracılığıyla oluşacağına inanmaktadır:

“Söylemsel edimler, tek yönlü değildir ve yüz yüze iletişimde olduğu gibi toplumsal cinsiyet ve etnik özelliklere göre oluşmaz. İnternetin ‘büyü’sü, katılımcıların kültürel eylemlerde bulunabildiği; her tür sembolün yer aldığı; sözün, yayıncılığın, film yapımcılığının, radyo ve televizyon yayıncılığının kısacası kültürel üretimin adem-i merkezileştiği bir teknoloji olmasıdır.”¹⁴⁶

Siberdemokrasi ya da İnternetin aracılığıyla ortaya çıkması beklenen “katılımcı”, “sanal”, “on-line”, “doğrudan” demokrasi kavramı ve yeni enformasyon ve

¹⁴³ Manuel Castells, **The Internet Galaxy**, New York: Oxford University Press, 2001, s. 157-158.

¹⁴⁴ Kellner, <http://www.uta.edu/huma/illuminations/kell32.htm> (23 Aralık 2002).

¹⁴⁵ Mark Poster, “Cyberdemocracy: Internet and the public sphere”, 1995, <http://www.hnet.ucl.edu/mposter/writings/democ.html> , (23 Mart 2002).

¹⁴⁶ Poster, <http://www.hnet.ucl.edu/mposter/writings/democ.html> , (23 Mart 2002).

iletişim teknolojilerinin bu tür bir demokrasiyi sağlama imkanı birçok açıdan eleştiriye uğramaktadır.

Hem demokrasinin hem de İnternetin küresel kapitalizmin ve neoliberalizmin etkisinde olduğu göz önüne alındığında siberdemokrasinin neden bir hayal olarak kaldığı daha kolay anlaşılabilmektedir.

“Doğrudan demokrasi” kavramının liberalizmin bir yanılısaması olduğunu dile getiren Gingras, iktidarın temeline birey ve bireyin tercihlerinin yerleştirildiğini, seçmen tercihlerinin siyasi karar alma sürecinde ekonomik değiş-tokuşlara indirgendiğini; küreselleşme, liberalleşme, tekelleşme gibi eğilimlerin seçmenlerin sınırsız gibi görünen seçenekleri üzerinde önemli rol oynadığına, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin demokratik etkilerinin kullanımla sınırlı kaldığına işaret etmektedir.¹⁴⁷ Gingras’ya göre, “enformasyon otoyolları”nın inşaası ve kullanımı; ticarileşme, özelleştirme, liberalleşme, teknolojik yöndeşme, ekonomik yoğunlaşma vb. küresel ve toplumsal birçok etkene bağlı olarak şekillenmektedir: “Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri siyasi eylemi kolaylaştıran bir katalizör, sivil toplumda ve sivil toplum ile Devlet arasında yeni bir dinamik oluştıran teknoloji olarak düşünülüyor... Unutmadan söyleyelim ki yeni bir dinamik yaratan teknolojinin kendisi değil, teknolojik potansiyel ile toplumsal aktörlerin projeleri arasındaki bağlantıdır.”¹⁴⁸

Guedes’e göre de İnternet ve demokrasi ilişkisinin önünde ekonomik ve politik olmak üzere iki önemli engel bulunmaktadır.¹⁴⁹ Öncelikle ekonomik açıdan internete erişim halen dünyada birçok yerde pahalıya mal olmakta, eşişsiz kullanımdan ötürü belirli bir seçkin grubun elinde kalmaktadır. İkinci olarak, 20. yüzyıl demokrasilerinde temsilcilere duyulan güvenin giderek sarsılmasından ve oy vermenin itibarının ortadan kalkmasından ötürü vatandaşın siyasete tepkisizleşmesi, bürokrasinin gücünü arttırması, hükümet ile genel kamuoyu arasında enformasyonun yeterince dolaşmaması ve iletişimin ve örgütlenmenin yüksek maliyetlerine bağlı olarak vatandaş ile temsilci

¹⁴⁷ Anne-Marie Gingras, “Penser la Démocratie et les Nouvelles Technologies d’Information et de Communication: Démocratie Directe et Action Collective”, **Congrès des sciences humaines et sociales**, 2 Haziran 1998, s. 8.

¹⁴⁸ Gingras, s. 21.

¹⁴⁹ Olga Guedes, “New Technologies, Democracy and Social Movement”, **Globalism and Pluralism Conference**, GRICIS, Montréal, 24 Nisan 2002.

arasındaki bağların zayıflamasından dolayı demokratik sistemlerin tam olarak gelişmemesi engel teşkil etmektedir.

“Gözetim toplumu” kuramcısı Lyon da farklı bir açıdan yaklaşarak yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin demokrasiyi getirmek bir yana devletin vatandaşlarını gözetleme imkanını arttırdığını savunmaktadır: “Gündelik enformasyon “gözetim”in temelini oluşturuyor. Gündelik enformasyonun toplanma yolları “evden bankacılık”, “evden alışveriş” gibi “evden hizmet” seçeneklerini arttırıyor.”¹⁵⁰

Winner’a göre siberliberter söylem, radikal bireyciliği vurgulaması, serbest piyasa ekonomisine hayranlık duyması, devlet müdahalesine dudak bükmesi, şirketleri gücünü onaylaması açısından sağ kanat politik düşünceden beslenir¹⁵¹:

“Bu düşünme tarzının karakteristik bir özelliği, özgürlük arayışındaki bireylerin faaliyetlerini iş dünyasında kâr arayışıyla faaliyet gösteren dev firmaların işleriyle karıştırma eğiliminde olmasıdır. Bireyler çerçevesinde uygun gerekçeleri olan haklar, özgürlükler, erişim ve iyelik kavramları, Bilgi Çağı’nın ‘Magna Carta’sında, ulus aşırı devasa firmaların elektronik aygıtlar yoluyla örgütlenmesini destekleyecek şekilde düzenlenir.”¹⁵²

3.1.3 Küresel kamusal alan olarak İnternet

Liberal kuramcılar tarafından toplumda birçok olumlu dönüşüme yol açtığı düşünülen İnternetin enformasyonu çoğaltan ve etkileşime dayalı yapısıyla siyasi alanda ulusal sınırları ve zaman sorununu aşarak bireylere istedikleri enformasyonu sağladığı, vatandaşların siyasete katılımını ‘teknik olarak’ kolaylaştırdığı, sanal forumlar aracılığıyla tartışma ortamı yarattığı, toplumdaki muhalif seslere ve alternatif gruplara sermaye denetimindeki egemen iletişim araçlarından çok daha düşük maliyete haberleşme ve ifade imkanı tanıdığı, sivil toplumun örgütlenmesini kolaylaştırdığı için toplumu demokratikleştireceği ve doğrudan demokrasinin uygulanacağı ileri sürülmektedir. Habermas’ın 19. yüzyılda modern toplumda burjuva kamusal alanının oluşumunun bir aracı olarak ele aldığı gazeteler gibi, İnternetin de neo-liberalizmin

¹⁵⁰ David Lyon, “*Information, Democracy and State*”, **The Information Society Issues and Illusions**, Cambridge: Polity Press, 1998, s.97.

¹⁵¹ Winner, s. 153.

¹⁵² Winner, s. 152.

etkisiyle hızla bireyselleşen bir dünyada bu kez küresel bir kamusal alanı yeniden canlandırması beklenmektedir. Habermas'ın kamusal alan kavramı, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin bileşkesi olan İnternetin topluma yayılmasıyla birlikte yeniden gündeme getirilmektedir. İnternet, kamusal alanın gazete ve radyo-TV'den sonra gelen üçüncü aşaması olarak görülmektedir.¹⁵³

İnternetin kamusal alan ya da alanlar yaratmasına ilişkin düşünce internetin teknolojik potansiyelinden kaynaklanmaktadır.

İnternetin demokratikleşme açısından taşıdığı birinci özelliği, enformasyonun nicelik olarak artması ve denetiminin güç olmasıdır. Sayısal teknoloji tabanlı olan İnternet öncelikle enformasyonun nicelik olarak artmasına neden olmakta ve bunun yanı sıra enformasyonun metin, ses, görüntü vb. biçimlerinde (mültimedya) aktarımına olanak sağlamaktadır. İnternet üzerindeki enformasyonun denetimi teknik olarak zor olduğu için İnternet kullanan vatandaşlar istedikleri enformasyona erişecek, istedikleri konuda bilgi sahibi olabilecek, böylelikle politik açıdan bilinçleneceklerdir.

İnternetin demokratikleştirici özelliklerinden bir diğeri adem-i merkezi yapısıdır. Teknik olarak noktadan noktaya (kullanıcıdan kullanıcıya), noktadan çok noktaya (e-posta listeleri), noktadan sunucuya (server), noktadan servis sağlayıcı dar-yayıncılığa, sunucu-geniş-yayıncılık (örn: web sitesi), sunucu dar-yayıncılık gibi farklı iletişim türleri sağlayarak İnternet; kişi-kişi, kişi-grup, grup-kişi etkileşimlerine olanak tanımaktadır.¹⁵⁴ Demokrasi açısından İnternet, adem-i merkezileştirilmiş yapısıyla kullanıcıların istedikleriyle iletişim kurmasına ve geleneksel hiyerarşik yapıların dışına çıkarak yatay iletişime olanak sağlayacaktır. Böylelikle şeffaf, merkezsiz, hiyerarşik olmayan bir iletişim modeli topluma egemen olacaktır ki bu da tam olarak “doğrudan demokrasi”yi tarif etmektedir.

İnternetin sayısal teknolojilere ve altyapısının telekomünikasyona dayalı olmasından ötürü etkileşim özelliğine sahip olması da demokratikleşmenin ve kamusal

¹⁵³ Jorge Almeida, “Convergencia tecnologica, espacio publico y democracia”. **Globalism and Pluralism Conference**. Montréal: GRICIS, 24 Nisan 2002.

¹⁵⁴ Timisi, s. 124.

alanın önkoşulu arasında sayılmaktadır. İnternette, “kullanıcı iletişim ortamında bir teknolojik araç yardımıyla vardır ve yüz yüze iletişimdekine benzer bir biçimde karşılıklı ileti alışverişini gerçekleştirmektedir.”¹⁵⁵ Diyaloğa dayalı bir yapıya sahip İnternet, demokrasi için ideal bir ortam hazırlayacaktır. Kullanıcının etken konumda olması, enformasyonu kendisinin üretmesi, sınırsız kendini ifade imkanı, sanal forumlar aracılığıyla tartışma imkanı vs. küresel bir kamusal alan yaratacaktır.

İnternet aynı zamanda küreselleşmenin aracıdır. Kitle iletişim araçlarının ulusal coğrafyayla sınırlı erişimine karşılık internette enformasyon dünya çapında dolaşıma girmektedir. Elbette, bilgisayar kullanıcılarından oluşan sınırlı dünyada! İnternette enformasyonun ulusal sınırları aşması bireylerin, grupların, örgütlerin küresel düzeyde iletişimine olanak tanıyarak dünyayı McLuhan’ın deyimiyle “küresel bir köy”e çevirecektir.

Ancak, İnternet üzerinde ortaya çıkan küresel kamusal alan, Habermas’ın burjuva kamusal alanından farklılıklar içermektedir. Poster’a göre Habermas’ın tarif ettiği ve yüz yüze tartışmanın egemen olduğu kamusal alan dönemi yeni elektronik araçların ortaya çıkmasıyla sona ermiştir:

“Habermas için kamusal alan, gerekçeleri eleştirerek uzlaşma peşinde koşan, karşılıklı ilişkide bulunan öznelere türdeş alanıdır. Bu model, elektronik politikada geçerliliğini yitirir... Bugünkü mesele, makinelerin adem-i merkezi diyalogların yeni biçimlerini olanaklı kılmaları. İnsan-makine iletişiminin yeni türlerini, yeni bireysel ve kolektif “sesler”, “görünüm” ve “etkileşimler” yaratmasıdır. Tüm bunlar, siyasi yapılanmanın ve gruplaşmanın yeni biçimlerini oluşturur.”¹⁵⁶

Wilhelm’e göre sanal kamusal alanın dört unsuru bulunmaktadır: “Önceki kaynaklar” olarak adlandırdığı bilgisayar okur-yazarlığının gelişmesiyle sanal etkinliklerin çoğalması, İnternet üzerinden politik katılımı vatandaşların seslerini duyurması, sanal forumlar, haberleşme listeleri aracılığıyla müzakerenin canlanması, yatay ve adem-i merkezi karar alma süreçlerinin işlemesi.¹⁵⁷ Sunstein’e göre de kamusal forumun üç temel işlevi bulunmaktadır: Konuşmacıların geniş insan kitlelerine

¹⁵⁵ Timisi, s. 132.

¹⁵⁶ Poster, <http://www.hnet.ucl.edu/mPoster/writings/democ.html>, (23 Mart 2002).

¹⁵⁷ Anthony G. Wilhelm, **Democracy in The Digital Age**, New York: Routledge, 2000, s. 33-34.

ulaşmasını sağlamakta, konuşmacıların seslerini heterojen bir insan topluluğuna duyurmasının yanı sıra şikayetçi oldukları insanlara ve kurumlara ulaşmalarını da olanaklı kılmakta, insanların genelde çok geniş bir insan ve görüşler kümesiyle karşılaşma olasılığını arttırmaktadır.

Habermas'ın kitle iletişim araçlarını temel olarak oluşturduğu kamusal alan modeli, İnternet üzerinde oluşması beklenen kamusal alan ya da alanlardan farklıdır.. Öncelikle bugün ileri sürülecek kamusal alan kavramı, sınıfsal temelli burjuva kamusal alanından farklı olarak farklı ve çoğulcu kimlikleri içeren bir kamusal alan(lar) olacaktır.

Ayrıca, Habermas'ın tarif ettiği şekilde, burjuva basınının ortaya ıkışı İnternetin ortaya çıkışından farklıdır. Habermas'a göre basın, burjuvaların hak talebine dayalı, 'özgürlükçü' bir ortamda Aydınlanma'nın, aklın ve rasyonelliğin bir aracı olarak ortaya çıkışmış ve büyük sermayenin hizmetine girene kadar bu özelliğini korumuştur. Oysa İnternet, bilgisayara bağlı laboratuvar ortamında bilimadamlarınca ulusal güvenlik amaçlı üretilmiş, kullanımı önce askeri ve akademik çevrelerle sınırlı kalmış 1990'ların başından itibaren yeni ekonominin tüketim mecrası olarak kiteselleşmiştir.

Diğer yandan, basının salt haber verme değil, haber verirken kamuoyu oluşturma işlevi, İnternet için pek de mümkün gözükmemektedir; çünkü İnternet üzerinde enformasyonun miktarı ve türü aşırı artış göstermekte, enformasyon parçalanmakta ve bireyselleştirmekte, istenilen konuda istenilen enformasyona ulaşmak vakit alabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının edilgen izleyicisi, dinleyicisi ya da okurlarından farklı olarak kullanıcının etken olduğu internette birey ihtiyacına göre enformasyon aramakta ve kullanmaktadır. Etkileşim, her zaman zorunlu olarak kamusal alan yaratmaz. İnternetin etkileşim imkanının kamusallıkla bağını sorgulayan Stratton, İnternetin gelişmiş etkileşim imkanının, internete erişimi olan herhangi bir kişinin kendi görüşlerini forumların herhangi bir alanında ileri sürme yeteneğiyle birlikte, kamusal bilgi ile kişisel düşünce arasındaki ayrım için bir tehdit ortaya koyduğunu söylemektedir.¹⁵⁸ "Hızlandırılmış oğulculuk" varsayımını ne süren Bimber da

¹⁵⁸ Jon Stratton, "*Siberalan ve Kültürün Küreselleşmesi*", **İnternet: nc Devrim?**, Cogito, No: 30, İstanbul: YKY, Kış 2000, s. 94.

İnternetin getirdiği iletişim ve enformasyon akışı artışının, çoğulculuğun temel mantığını ve bireysel düzeyde İnternetin birçok insanın siyasi meselelere gösterdikleri dikkat ve enformasyonu özümseme tarzları bakımından son derece seçici olmalarını değiştirmeyeceğini, kullanıcıların birkaç konuya yoğunlaşırken çoğu mesele hakkında bilgi edinmeyeceğini savunmaktadır: “Bu ilk varsayım, yurttaşların iletişim kapasitesinin artmasıyla siyasi katılımın ne psikolojisinin ne de sosyolojisinin değişeceği söylenerek özetlenebilir.”¹⁵⁹

İnternetin kamusallığının önündeki en önemli sorunlardan biri de küresel çapta erişim halen sorunlar taşımaktadır. Ülkeler arasında ve ülkelerin kendi içindeki toplumsal eşitsizliklerden kaynaklanan sorunlardan ötürü İnternetin kullanımı gelir düzeyi, cinsiyet, dil, kültür, yaş vb. kıstaslara göre değerlendirildiğinde ortaya “sayısal uçurum” olarak adlandırılan olgu çıkmaktadır.

İnternete ve bilgisayar teknolojilerine erişim sorunu, enformasyonun bolluğu ve ticarileşmesi, İnternet üzerinde tekellerin kurulması, İnternetin “fragmanlaşmış” içeriği, devlet ve özel sermaye tarafından tüketiciye dönüşen vatandaşın denetlenmesi için yoğunluklu olarak kullanımı, aşırı bireysel kullanımı ve kullanım amaçları vb. sorunlar; İnternetin demokratikleştirici potansiyelinin sınırlılıklarını oluşturmaktadır. İnternet yeni bir demokrasi vaat etmekten ziyade kamusal meseleleri görünür kılmaktadır.

Enformasyon tarafsız bir kavram değildir, üretimi ve dağıtımı belirli güç odaklarının ve çıkar gruplarının elindedir. Metalaşmış, fragmanlaşmış, bireyselliği öne çıkaran enformasyon ve iletişim teknolojileri sunuluyor tüketiciye. Her şeyin metalaştığı bir düzende demokrasi hayal olarak kalıyor yine.

3.2 İnternetin tarihsel gelişimi ve toplumsal kullanımı

İnternetin icadı ve yayılması, tıpkı diğer enformasyon ve iletişim teknolojileri gibi Batı kapitalizminin ve askeri-endüstriyel kompleksin bir ürünüdür.

¹⁵⁹ Bruce Bimber, “*İnternet ve Siyasi dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk*”, **Cogito**, No. 30, İstanbul: YKY, Kış 2002, s. 168-169.

3.2.1 Askeri-akademik çevrelerden kitlelere: İnternetin icadı ve dünyaya ‘planlı’ yayılımı

İnternetin ortaya çıkışı ile toplumda yaygınlaşması arasında 20 yıla yakın bir zaman dilimi vardır. İnternetin icadı ve yayılması, kapitalizmin belirli bir tarihsel döneminde (Soğuk Savaş), ABD’de önce ordunun iletişimini, daha sonra akademisyenlerin iletişimini sağlamasıyla gerçekleşmiştir. İnternetin 1990’lı yılların başında “enformasyon otoyolları” projeleriyle yaygınlaştırıldığını ve kitle iletişim araçlarının tüketim toplumundaki işlevlerini halen sürdürdüğü bir toplumsal zemin üzerinde yükseldiği unutulmamalıdır.

İnternet tek başına bir teknoloji değil, farklı teknolojilerin yöndeşmesinden oluşan, bilgisayar, telekomünikasyon, fiber optik ve kitle iletişim araçlarında meydana gelen teknolojik yeniliklerin sonucunda ortaya çıkmış bir ‘alaşım’ teknolojisidir.

Flichy, İnternetin kökenini 1960’lı yıllardan itibaren bilgisayarın hesap yapma işlevinin yanı sıra zihinsel faaliyetleri yürütme ve iletişim kurma gibi özellikler kazandırılma çabalarına bağlamaktadır: “Bilgisayarın bu yeni temsil biçimleri mikro-enformatiğin ve İnternetin merkezinde yer alır.”¹⁶⁰ Bilgisayarların iletişim kurma tahayyülü, Soğuk Savaş döneminin ulusal savunma gereksinimleriyle birleşerek İnterneti doğurmuştur.

Soğuk Savaş döneminde SSCB ile ABD arasındaki teknolojik rekabetin sonucu olarak uydu ve haberleşme teknolojilerinde hızlı gelişmeler yaşanmış, SSCB’nin dünyanın ilk uydusu olan Sputnik’i 1949’da uzaya fırlatmasının ardından ABD, 1957’de Savunma Bakanlığı içerisinde İleri Araştırma Projeleri Ajansı’nı (ARPA) kurarak, Amerikan Hava Kuvvetleri tarafından herhangi bir nükleer saldırı durumunda komuta ve kontrol iletişiminin kesilmeden sürdürülmesini temel alan ARPANET Projesi’ni (1968) hayata geçirmiştir. 1969 yılında ilk bağlantı, Los Angeles ve Santa Barbara’daki California Üniversiteleri ile Standford Üniversitesi’ni arasında gerçekleştirilmiştir. 1972 yılında ilk elektronik posta Ray Tomlinson tarafından gönderilmiş, bir yıl sonra da ARPANET ilk uluslararası bağlantısını İngiltere ve Norveç arasında sağlamıştır. 1973’te İnternet üzerinden bilgisayarların iletişimini sağlayan

¹⁶⁰ Patrice Flichy, “La Place de l’Imaginaire dans l’Action Technique”, *Réseaux*, No. 109, s. 56.

TCP/IP protokolü çalışmalarına başlanmış, 1979'da Kuzey Carolina Üniversitesi'nde bilim adamlarının kendi aralarında haberleşmesini sağlayan USENET kurulmuş, 1983'te Wisconsin Üniversitesi'nde İnternet üzerindeki adresleri düzenleyen Domain Name System (DNS) oluşturulmuştur. 1988'de İnternetin ilk sohbet programı olan İnternet Relay Chat (IRC) yazılmış, 1990'da Tim Berners-Lee ve Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi (CERN) araştırmacıların enformasyonun hızla ve sürekli yenilendiği ve dağınık bir halde bulunduğu büyük araştırma merkezinde yapılan araştırmaların metinleri ne araştırmacının kolayca erişimini sağlamak için hipermetin (hypertext) sistemi yaratılmış, 1992'de İnternetin kitleselleşmesinin önünü açacak olan World Wide Web (WWW) yine CERN tarafından oluşturulmuştur.

İnternet, ilk bağlantının sağlandığı 1969'dan ticarileşmeye başladığı 1989 yılına kadar savunma sanayi ve bilgisayar uzmanlarından oluşan bilimsel çevreler tarafından ve ticari amaç güdülmeyen kullanılmıştır. Bu dönemde internetin yaratıcılarının ürünlerini pazarda satmak gibi bir gayeleri olmamakla birlikte kamu sektörü tarafından finanse edilen ve kendi ihtiyaçlarını gidermeye yönelik bir sistem görünümü arz etmektedir.¹⁶¹

Kahn, 40 yıla yaklaşan İnternetin gelişimini dört tarihsel döneme ayırarak incelemektedir.¹⁶²

1- 1960'lar: Bilgisayarların ve özellikle paket anahtarlama sistemlerinin birbirine bağlanması fikri doğmuş; Amerikan Savunma Bakanlığı ARPANET projesini geliştirmiştir.

2- 1970'ler: Paket anahtarlama teknolojisi** gelişmiş, ARPANET'in ilk bağlantı denemeleri gerçekleştirilmiştir. Bağlantı hızı, 50 kbps'dir. Ethernet bağlantısı da ilk kez bu dönemde gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde Soğuk Savaş'ın da etkisiyle Savunma Bakanlığı üniversitelerde yürütülen araştırma projelerinin en önemli finansörü

¹⁶¹ Patrice Flichy, *L'Imaginaire d'Internet*, Paris: La Découverte, 2001, s. 43.

¹⁶² Robert E. Kahn, "Evolution of the İnternet", *UN Information and Communication Report*, 1999-2000, s.158.

* Paket anahtarlama; bilgisayarların merkezi bir denetime gerek duymaksızın haberleşmesinin ve enformasyonun sayısallaşmasına bağlı olarak ses, hi-fi ses, metin, yüksek çözünürlü renkli grafikler, bilgisayar programları, veri, video vb. her tür enformasyonun taşınmasına olanak tanımaktadır.

konumundadır. ARPANET, 1970 yılında 13, 1972’de 23 ve 1975’de 57 araştırma merkezi arasında haberleşmeyi sağlamaktadır. Ağ üzerinde ilk yapılan işlemler dosyaların aktarımıdır, daha sonra mesajlaşma eklenmiştir: 1973’te elektronik posta tüm ARPANET üzerindeki enformasyon trafiğinin dörtte üçünü oluşturmaktadır.¹⁶³

3- 1980’ler: Bilgisayar ağları araştırma ve yüksek eğitim kurumlarında yaygınlaştırılmış, bilgisayar sanayi, kişisel bilgisayarları ve buna bağlı yazılım ve donanımları üretmeye ve satmaya başlamıştır. Bu dönemde internet bağlantı hızı 1.5 Mbps’ye ulaşmıştır. ARPANET üzerinde e-mail listeleri ve USENET üzerinde haberleşme grupları kurulmaya başlanmış, konular ilk kez uzmanlık alanlarının dışına çıkarak amatör radyocular, müzikseverler, bilgisayar oyunları gibi faaliyetlere olanak tanınmıştır. Forumların ve sohbet programlarının ilk biçimleri de yine USENET adlı özerk ağ üzerinde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, USENET üzerinde yaklaşık 400 site vardır.¹⁶⁴

4- 1990’lar: İnternetin ticarileşme dönemidir. 1993’te World Wide Web’in (WWW) piyasaya sürülmesiyle birlikte internet kullanımı hızla artmaya devam etmektedir.

İnternet, Türkiye’de de benzer bir seyir izlemiştir. 1986’da kurulan Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı (TÜVAKA) 1989’da iş görmez hale gelince ODTÜ ve TÜBİTAK ortaklığıyla TR İnternet Projesi (TR-Net) çalışmaları başlamış ve 1993 yılında Ankara’daki ODTÜ Kampüsü ile Washington’ı birbirine bağlayan ilk hattın açılmasıyla internet hizmeti başlamıştır. 1995’te Türk Telekom tarafından ülkede internet altyapısını işletmek üzere TUR-NET kurulmuş, internetin ticarileşme dönemi başlamıştır. 1996’da internet kullanıcı sayısı 100.000’e, 1997’de internet servis sağlayıcı sayısı 69’a ulaşmıştır. Pazara yeni oyuncuların katılmasıyla rekabet artmış, fiyatlar ucuzlamış, devlet kurum ve kuruluşları internet kullanımına özendirmek üzere

¹⁶³ Flichy, **L’Imaginaire d’Internet**, s. 58.

¹⁶⁴ Flichy, s. 66.

kendi portallarını kurmaya başlamış, tüketicilere yönelik reklam kampanyaları düzenlenmiştir.¹⁶⁵

Görüldüğü gibi internetin başlangıcı, savunma amaçlı olmuş, daha sonra üniversite çevrelerinde kullanılmış ve 1990'ların başından itibaren ticari ve tüketim amaçlı olarak kitleselleşmiştir.

3.2.2 Kapitalist toplumda internetin işlevleri

Teknoloji, aynı zamanda içinde yer aldığı toplumsal düzenin egemen değerlerinin de taşıyıcısı ve yaygınlaştırıcısı olma rolünü üstlenir. İnternet, esnek üretimin üzerinde yükselen kapitalist toplumun ve bazı yazarların deyimiyle “postmodern toplum”un ve değerlerinin ifadesini bulduğu en önemli araç ve alanı oluşturmaktadır. Kapitalist toplumsal değerlerin taşıyıcısı olarak İnternet kapitalist üretim biçiminden kaynaklanan ve toplumsal ilişkilere nüfuz eden rasyonelleşme, parçalanma, hareketlilik, anındalık, geçicilik, güvensizlik, belirsizlik, adem-i merkezîyetçilik, zaman-mekan sıkışması, sanal cemaatler vb. eğilimleri içinde barındırmaktadır.

Kapitalizm rasyonellik üzerine kuruludur. Teknolojinin kendi rasyonelliğini ya da kendi kurallarını topluma dayattığını savunan bazı yazarların aksine, kapitalist örgütlenmeye dayalı toplumsal ilişkilerin teknolojiyi kendi çıkarlarına uygun olarak kullandığını savunacağız. Kapitalist toplumda burjuva bireyin dini dogmalardan kurtuluşunun aracı olan aklın ve aklın toplumsal yaşamda varolabilmenin koşulu olarak kullanılması olan rasyonelliğin teknolojiye de yansımaları söz konusudur. Kapitalizm bilgiyi ve bilimi sistemleştirmekte, sermayenin kullanabileceği biçimde işlemektedir. Kapitalizm, aynı zamanda üretimin örgütlenmesine ve üretim ilişkilerine bağlı olarak mekan-zaman ilişkisini de etkilemekte; yeni teknolojiler bu değişimi desteklemektedir. İlk telgraf mesajının gönderilmesiyle birlikte enformasyon, ilk kez zaman-mekan bağlantısından kopmuştur. Evde ve işte kullanılan teknolojiler bireye boş zaman

¹⁶⁵ Başaran, Funda ve Özdemir, Önder. “Türkiye’de İnternetin Dünü, Bugünü ve Geleceği”. Aralık 2003, www.sendika.org. (23 Aralık 2003).

(serbest zaman) bırakmakta, fakat bu serbest zaman yine diğer teknolojilerle kuşatılmaktadır (Örn:kitle iletişim araçları).

Kapitalizm aynı zamanda bireyselleştirir. Liberal düşünce serbest piyasada kendi çıkarını korumakla yükümlü bireyi öne çıkarmaktadır. Atomize bireylerden kurulu toplumsal yapıda sosyal ilişkiler zayıflamaktadır. Teknoloji, diğer insanlara gerek kalmadan makineler aracılığıyla işlerin daha hızlı ve kolaylıkla yapılmasını sağlamaktadır. Teknoloji üretimin aracı olduğu kadar tüketimin nesnesidir de. Teknoloji günümüzde giderek küçülmekte, piyasada bireye indirgenen mal biçimini almaktadır, tüketim nesnesine dönüşmektedir. Cep telefonu bu olguya verilebilecek örneklerden biridir. Her bireyin her an yanında taşıdığı ve diğer bireylerle iletişim kurmasını sağlayan bireyselleştirilmiş bir statü aracı. Böyle olduğu sürece insanın yaşamla ilişkisi teknoloji aracılığıyla dolayım lanmaktadır. Teknoloji, doğadan uzaklaştırmakta, yabancılaşmayı arttıran bir etkidir.

İnternet, modern toplumda zamanı iş-iş dışı zaman (eğlence) olarak örgütleyen kapitalist sistemde giderek yabancılaşan ve yalnızlaşan bireyin yeniden toplumsallaşmasını, teknoloji aracılığıyla, sağlayan bir araç olarak sunulmaktadır. Bu toplumsallaşma 1- Teknoloji aracılığıyla olduğu için (sanal ortam) yüz yüze iletişimin yerini tutmamakta, 2- Birey, İnterneti kullanabilen ‘kısıtlı’ bir kitleyle iletişim kurmakta, 3-Birey, kendi merak ve ilgilerinin uzantısı olan sanal bir dünya yaratmaktadır. Bu dünyada toplumsallaştığı, iletişim kurduğu kişiler zamana ve mekana göre değişmekte, çok sık yinelenmekte, kaygan bir zeminde ilişkiler kurulmaktadır. Kayganlık, muğlaklık güvensizlik demektir. Sürekli bir güven arayışında olan ‘yabancılar’la çevrili modern insan, kullanıcıların kimi zaman belirsiz kimliklerle rol çaldığı internette kendini ne kadar güvende hissedebilir? 4- İnternet kullanıcıları ‘sanal’ olmadığından siberalemler gündelik yaşamdaki ilişkilerin bir uzantısı olmaktadır.

İnternet, yalnız bireyin, ihtiyacı olan enformasyonu bulmasına yardımcı olmak dışında yeni dostluklar, arkadaşlıklar, ilişkiler kurması, başka kültürlerden insanlarla

etkileşime girmesine olanak tanımaktadır. İnternet; iletişim teknolojilerini, kamusal alan ve sanal cemaatler çerçevesinde yeniden değerlendirmemizi sağlamıştır.¹⁶⁶

“Yeni bir toplumsal iletişim biçimi olarak İnternet üzerinden kurulan gruplar, forumlar çeşitli biçimlerde adlandırılabilir: Hayali cemaatler, sanal cemaatler, diasporik gruplar, elektronik gruplar vb. Bu tarz grup iletişimi sağlamaya yönelik girişimleri pek çoğumuz kullanıyoruz. Denetimli, moderatörlü siteler, gerçek kimliklerle üye olup tanıdığımız (!) bir grupla iletişim sağlamamıza olanak verebiliyor. Bu gruplar arasında lise-üniversite mezunları, askerlikten devre arkadaşlarından tutun da dernekler,işyerleri, ödenimli etkinlikler, belli bir coğrafyaya, kültüre ya da dini cemaate üye olanlar, tecimsel amaçlı gruplar, belli bir bilim dalına, iş koluna ya da hobiye yönelik gruplar var.”¹⁶⁷

İlk kez Rheingold tarafından ortaya atılan “sanal cemaat” kavramı, Tönnies ve Weber’in 19. yüzyılda bireylerin mesafelerle birbirinden uzaklaştığı toplum ile üyelerin aynı mekanı paylaştıkları cemaat ayrımına gönderme yaparak internetin mekansal olarak bölünmüş bireyleri bir araya getirerek yeni cemaat yapıları oluşturduğunu ileri sürmüştür. Amerikalı gazeteci Rheingold’un “The Virtual Community” adlı kitabında gündeme getirdiği “sanal cemaat” kavramı, internet üzerinde belirli ilgi alanları ve amaçlar için örgütlenen tüm haberleşme, tartışma gruplarını tanımlamak için kullanılmaktadır. İnternetin henüz kitleleşmeye başladığı 1993 yılında ve büyük ölçüde Amerikan deneyiminden yola çıkılarak (İnternet üzerinde ilk haberleşme grupları olan ve sınırlı bir çevreden oluşan WELL; USENET; IRC gibi haberleşme ağlarını örnek göstermektedir) yazılan kitapta Rheingold, iyimser bir tavırla bilgisayarla kurulan iletişimin sanal cemaatler yaratarak dayanışma duygusunu artırdığını, vatandaşları siyasete katılıma teşvik ettiğini, alt kültürlerle yol açtığını ileri sürer. Rheingold sanal cemaati şöyle tanımlamaktadır: “Sanal cemaatler, internette yeterli sayıda insanın siber mekanda kişisel ilişkiler kurmak için kamusal tartışmalara insani duygularla katıldıklarında ortaya çıkan toplumsal mutabakatlardır.”¹⁶⁸ Bilgisayarla iletişimin politik açıdan geleneksel iletişim araçları üzerindeki tekelleri yıkacağına inanan Rheingold, sivil toplumun enformasyon ağları aracılığıyla haberleşme

¹⁶⁶ Nurçay Türkoğlu, **Toplumsal İletişim**. İstanbul: Babil Yayınları, 2004, s. 73.

¹⁶⁷ Türkoğlu, s. 74.

¹⁶⁸ Howard Rheingold, **The virtual community**, New York: Harper Perennial, 1993, s. 5.

platformları yaratarak vatandaşı merkez alan demokrasinin yeniden canlanacağına inanmaktadır.¹⁶⁹

Bugün dünyanın en çok kullanılan sanal cemaat sitelerinden biri Yahoo!’nın sitesi, kullanıcının ilgi alanına göre grup aramasını, gruplara üye olmasını, grup kurmasını ve yönetmesini, anketler yapmasını, fotoğraf, dosya, video vb. paylaşımını mümkün kılmaktadır.

Ancak enformasyonun metalaştığı ve ticarileştiği internette sanal cemaatler de metalaşmaktadır. Sanal cemaatler; şirketler ve reklamcılar için hedef kitleyi daha kolaylıkla tanımanın bilgisini kısa yoldan sunan yapılanmalardır.

Hagel ve Armstrong sanal cemaatleri internette ticaret yapmanın aracı olarak görmektedirler. Sanal cemaatler esnek üretimde *narrowcasting* ve *kitle* ticaretini, etkileşimli pazarlamayı olanaklı kılmaktadır. Sanal cemaatlerin şirketler için avantajları; müşteriye ulaşma maliyetlerinin azalması, tüketicinin daha az risk alması, hedef kitlenin özelliklerinin daha doğru ve kesinlik içinde saptanması, daha dar coğrafi alanlara erişim olarak sıralanabilir.¹⁷⁰ “ ‘Cemaat’, İnternet kullanıcılarının kültürüne ve cemaatine duyarlı hale gelerek hedef kitleden, tüketicinin nüfussal bilgilerinden ve pazarın segmanlaşmasından edeplice bahsetmenin bir yolu haline geldi’”.¹⁷¹

Sanal cemaatlerin ekonomisini İnternet sitelerine ödenen üyelik ücreti, kullanım ücreti, kayıt ücreti, reklam ve değiş-tokuştan alınan komisyonlar oluşturmaktadır.¹⁷² Sanal cemaat yaratmanın bir amacı da reklam pastasından pay almaktır. Bir konu ya da işyerinde bir problem hakkında sanal cemaat oluşturarak sorunların çözümünü sağlamak, sanal cemaat ne kadar çok üye toplarsa o kadar çok reklam ve sponsor almaktadır ve reklamcılar böylece daha kesin hedef kitlelere erişme imkanı bulabilmektedir.

¹⁶⁹ Rheingold, s. 14.

¹⁷⁰ John Hagel ve Arthur G. Armstrong, **Net gain**, Boston ve Massachusetts: Harvard Business School Press, 1997, s. 11.

¹⁷¹ Chris Werry, “Imagined electronic community: Representations of virtual community in comtemporay busness discourse”, **Firstmonday**, http://www.firstmonday.org/issues/issue4_9/werry, (22 Mayıs 2006).

¹⁷² Stefan Olsson ve Christian Maloney, “Four commercial virtual communities”, http://www.viktoria.se/results_files/126.doc (22 Mayıs 2006).

3.2.3 İnternetin eşitsiz kullanımı: “Sayısal uçurum”un boyutları

İnternet tüm ülkelerde hızla yayılmakta, İnternet kullanıcılarının sayısı her geçen gün artmaktadır. 1996 yılında dünya üzerinde 36 milyon İnternet kullanıcısı var iken Mart 2006 itibariyle bu sayı 1 milyar 23 milyona ulaşmıştır.¹⁷³ İnternetin kullanımında en önemli sorunlardan biri, erişim sorunudur. ABD çıkışlı “ulusal bilgi yolları” projelerinin sayısı gün geçtikçe artsa da internete erişim, hâlâ dünyanın birçok bölgesinde sorun olmaya devam etmektedir. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerin sahiplik ve kullanımı, eşitsiz gelir dağılımından bağımsız değildir; dolayısıyla hem ülkelerin refah düzeylerine hem de ülke içinde toplumsal cinsiyet, yaş, eğitim, toplumsal ve mesleki gibi kıstaslara bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Kaldı ki, İnternet örneğin radyo ya da televizyon gibi küresel çapta bir yaygınlık seviyesine ulaşsa dahi onlardan farklı olarak “ne amaçla kullanıldığı”, “ne kadar kişi tarafından kullanıldığı”ndan daha önemli olacaktır.

Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine ve internete erişim, “sayısal uçurum” (“digital divide” ya da “digital gap”) kavramıyla belirlenmektedir. Geray, “sayısal uçurumu”, “sayısal bölünme” olarak adlandırarak şöyle tanımlamaktadır: “Sayısal bölünme kavramı, gelişmiş ülkeler açısından toplumun bir kesimi yeni enformasyon altyapısına erişebilirken, bir kesiminin ise altyapının dışında kalması durumunu tanımlamakta, uluslararası düzeyde ise gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkelerin erişim açısından farklılıklarını tanımlamaktadır. Sayısal bölünmenin ölçütü ise enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlığıdır.”¹⁷⁴

Bu tanımlamaya göre “sayısal uçurum”, ülkeler arasında ve ülkelerin kendi içinde olmak üzere iki sınıfa ayrılabilir. Tüm dünyada internete erişim, ciddi artışlar göstermekle birlikte bölgelerarası ve ülkelerin kendi içindeki eşitsizlikler varlığını sürdürmektedir. 1995’te dünya üzerinde 16 milyon internet kullanıcısı varken, ki bunlar dünya nüfusunun yalnızca % 0.4’ünü oluşturmaktadır, 2006’da kullanıcı sayısı 1 milyar

¹⁷³ *History and the growth of Internet*, <http://www.Internetworldstats.com/emarketing.htm#stats> (15 Mayıs 2006).

¹⁷⁴ Başaran, “Enformasyon hizmetlerine erişim: Avrupa Birliği ve Türkiye”, s. 86.

23 milyona ulaşmıştır.¹⁷⁵ Şu anda dünya nüfusunun % 15.7'si internet kullanmaktadır. Bölgeler açısından bakıldığında erişime ilişkin dengesizlik göze çarpmaktadır: Kuzey Amerika internet kullanımında ilk sırada yer almaktadır. 2005 yılında Kuzey Amerika'da internet kullanıcılarının toplam nüfusa oranı % 68.6, Avustralya ve Okyanusya'da % 52.6, Avrupa'da % 36.1, Latin Amerika'da % 14.4, Asya'da % 9.9, Ortadoğu'da % 9.6, Afrika'da ise % 2.6'dır.¹⁷⁶

Dünyada “sayısal uçurum”u ölçmek üzere araştırmalar yapan UNESCO’ya bağlı Orbicom’un 2003 yılında yayınladığı bir raporda ülkeler enformasyon ve iletişim araçlarına erişim açısından sınıflandırılmış ve “enformasyon toplumu”na ne kadar hazırlıklı oldukları belirtilmiştir. Rapora göre “enformasyon toplumu” olma yolundaki ülkeler arasında ilk onda yer alanlar şöyledir: İsveç, Danimarka, Kanada, Hollanda, ABD, İsviçre, Norveç, Belçika, Hong Kong ve Finlandiya.¹⁷⁷

Ülkelerin kendi içindeki uçurum ise ekonomik gelişmeden kaynaklanan bölgesel farklar, kent-kırsal alan ayrımı, toplumsal statü, eğitim durumu, toplumsal cinsiyet, etnik köken, yaş gibi birbiriyle ilintili kriterlere göre belirlenmektedir. Dünyada internet kullanımının en yaygın olduğu ülkelerden biri olan ABD’de 18-29 yaş arasındaki gençlerin %84’ü, 30-49 yaş arasındakilerin % 80’i, 50-64 yaş arasındakilerin % 64’ü, 65 yaş ve üzerindekiilerin ise %26’sı internetten faydalanmaktadır. Eğitim durumu açısından bakıldığında ise üniversite mezunu Amerikalıların % 89’u internet kullanırken bu oran, lise mezunlarında % 61’e, lise mezunu olmayanlarda ise % 29’a gerilemektedir. Etnik köken açısından ise beyazların % 70’i İnterneti kullanırken siyahların % 57’si internete bağlanmaktadır.¹⁷⁸

Avrupa Birliği ülkelerinde de 16-24 yaş arası internet kullanıcılarının sayısı, 55-74 yaş arası kullanıcılarınınkinin, üniversite mezunu kullanıcılarınki liseden fazla okumamış kullanıcılarınınkinin üç katıdır. Birliğin içerisinde interneti en çok kullanım

¹⁷⁵ **World Internet Usage Statistics**, <http://www.Internetworldstats.com/emarketing.htm#stats> (15 Mayıs 2006).

¹⁷⁶ **World Internet Usage Statistics**, <http://www.Internetworldstats.com/stats.htm> (15 Mayıs 2006).

¹⁷⁷ **Orbicom**, Monitoring the Digital Divide and Beyond, George Sciadas (ed.), Québec, 2003, s. 43.

¹⁷⁸ **Pew İnternet and American Life Project**, Digital Divisions, <http://www.pewInternet.org/> 5 Ekim 2005, s. 1.

oranıyla Norveç, İsveç ve İzlanda birinci sırada yer alırken aday ülkeler Romanya, Bulgaristan ve Türkiye en son sıradadır.¹⁷⁹

“Sayısal uçurum”, yalnızca yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine erişimle sınırlı kalmamaktadır. Bustamante satın alma gücü, kültürel kodlar, stratejik ve rekabetçi değeri olan enformasyona sahip olmak ile yüzeysel ve kaçışa dayalı enformasyona sahip olmak arasındaki fark, enformasyonu üretenler ile tüketenler arasındaki ayırım, kültürlerini yayan uluslar ile kültürlerini bedavaya hammadde olarak veren uluslararası ayırım, ülkeler, bölgeler ve her toplumun kendi içindeki ayrımlar vb. etkenlerin de “sayısal uçurum”u meydana getirdiğini söylemektedir.¹⁸⁰

Kültürel farklılıklar ve en başta ulusal dil, “sayısal uçurum”u belirleyen etkenlerden biridir. İngilizce neredeyse ‘resmi web dili’ olarak kullanılsa da dünya nüfusunun büyük bölümü İngilizce bilmemektedir. İnternet kullanıcılarının % 30.6’sının anadili İngilizce, % 13’ünün Çince, % 8.5’inin Japonca, % 7.9’unun İspanyolca, % 5.6’sının Almanca, % 4’ünün Fransızca, % 3.3’ünün Korece, % 3.2’sinin Portekizce, % 2.8’inin İtalyanca ve %2.3’ünün Rusça’dır. Geriye kalan % 19’luk bölüm ise dünyadaki diğer dillerden oluşmaktadır.¹⁸¹

“Sayısal uçurum”un yanı sıra internet kullanımının kullanıcıların günlük etkinlikleri arasında ne kadar yer tuttuğu ve hangi amaca hizmet ettiği de önem taşımaktadır. İnternetin kullanımı, modern toplumda hala güçlü etkilere sahip olan kitle iletişim araçlarının kullanımıyla birlikte ele alındığında bir anlam ifade etmektedir. Avrupa Birliği ülkelerinde bir kişinin bir günlük iletişim araçları kullanım zamanının % 40’ını televizyon, % 28’ini radyo, % 13’ünü gazete, % 10’unu İnternet ve % 8’ini dergiler almaktadır.

İnternetin hangi amaçla kullanıldığı da önemlidir. ABD’de İnternet erişim olan kişilerin % 93’ü e-posta gönderip almak, % 84’ü arama motorlarını kullanarak belirli bir konuda bilgi aramak, % 84’ü yol ve harita aramak, % 80’i belirli bir konuya cevap bulmak, % 78’i satın almadan önce bir ürün ya da hizmet hakkında bilgi edinmek, %

¹⁷⁹ Eurostat, **The Digital Divide in Europe**, Christophe Demunter(ed.), 2005.

¹⁸⁰ Bustamante, s. 816.

¹⁸¹ **World Internet Usage Statistics**, <http://www.Internetworldstats.com/stats.htm> (15 Mayıs 2006).

76'sı hobi ya da ilgi alanları hakkında bilgi aramak, % 75'i hava durumunu öğrenmek, % 73'ü seyahatle ilgili bilgi almak, % 72'si haberleri okumak, % 67'si eğlence için sörf yapmak, % 66'sı sağlıkla ilgili bilgi almak, %66'sı hükümetle ilgili bilgi almak, % 65'i bir ürün satın almak üzere İnterneti kullanmaktadır.¹⁸²

Türkiye'de de “sayısal uçurum” gözlenmektedir. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE) Nisan-Haziran 2004 arasında toplam 12.322 hanede yaptığı “Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması”¹⁸³ sonucunda hanelerin yalnızca % 7.02'sinin internet erişimi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sınırlı sayıda hanedeki erişim ise cinsiyet, yaş, eğitim durumu gibi kriterlere göre eşitsizlikler göstermektedir. Cinsiyet ve yaş kriterleri göz önüne alındığında interneti en çok kullanan 16-24 yaş arasındaki kadınlar olmakla birlikte diğer yaş gruplarında erkeklerin İnternet kullanım oranı kadınlarınkinden fazladır.

Tablo 1: Cinsiyete ve yaş gruplarına göre bilgisayar ve İnternet kullanımı %

Yaş grubu	Toplam birey sayısı		Bilgisayar kullanan				İnternet kullanan			
	Kadın	Erkek	Kadın	%	Erkek	%	Kadın	%	Erkek	%
16-24	5 649 460	5 172 198	1 190 189	21.07	2 296 676	44.40	900 807	15.95	1 980 697	38.30
25-34	6 265 551	6 405 911	820 720	13.10	1 691 562	26.41	618 500	9.87	1 375 581	21.47
35-44	4 706 242	4 744 685	331 914	7.05	909 061	19.16	231 758	4.92	659 161	13.89
45-54	3 438 470	3 539 837	94 751	2.76	456 925	12.91	57 100	1.66	328 384	9.28
55-64	2 180 003	2 096 418	14 539	0.67	83 860	4.00	13 965	0.64	55 901	2.67
65-74	1 522 137	1 318 274	1 686	0.11	10 495	0.80	842	0.06	11 643	0.88

Kaynak: DİE, Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması, Nisan-Haziran 2004.

İnternet kullanıcılarının cinsiyet ve eğitim durumu göz önüne alındığında da üniversite mezunu ile lisansüstü eğitim alanların oranı % 60.1'e ulaşırken eğitim seviyesi düştükçe İnternet kullanımında da düşüş meydana gelmektedir: Lise mezunlarının % 29.8'i, ilköğretim ve ortaokul mezunlarının % 17.5'i, ilkokul mezunlarının %1.31'i ve hiç okula gitmemiş olanların % 0.6'sı internet kullanmaktadır.

¹⁸² Pew İnternet & American Life Project, Tracking surveys (30 Haziran 2004).

¹⁸³ DİE, Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması, Nisan-Haziran 2004.

Tablo 2: Eğitim durumuna göre bilgisayar ve İnternet kullanımı %							
	Toplam birey sayısı	Bilgisayar kullanan			İnternet kullanan		
		Toplam	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek
Bir okul bitirmedir	7 188 899	0.92	0.26	0.66	0.69	0.18	0.51
İlkokul	21 135 052	2.19	0.38	1.81	1.31	0.19	1.12
İlköğretim/ortaokul ve dengi	6 156 139	24.13	6.02	18.12	17.58	3.59	13.99
Lise ve dengi	8 991 980	37.84	11.68	26.16	29.84	8.25	21.59
Üniversite/master/doktora	3 567 114	69.69	26.18	43.50	60.07	22.63	37.44

Kaynak: DİE, Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması, Nisan-Haziran 2004.

Kullanıcıların İnterneti kullanım amaçları da farklılık göstermektedir. İnternet kullanıcıları ağırlıklı olarak iletişim kurmak ve belirli bir konuda bilgi aramak için internetten yararlanmaktadırlar. Sohbet etmek ve mesaj gönderip almak, internet iletişiminde ilk sırada yer alan işlevlerdir. İletişim kurma amacıyla interneti kullanan kişilerin % 68.9'u internetten mesaj göndermekte, % 40.58'i ise internet üzerinde sohbet etmektedir. Bilgi arama amacıyla olan kullanıcıların büyük bir bölümü ise oyun, resim ya da müzik indirmek ya da oynamak (% 62.77), gazete ya da dergi okumak,haber indirmek (% 61.57) amacıyla interneti kullanmaktadır.

Tablo 3: Hane halkı bireylerinin İnternet kullanma amaçları %							
Amaçlar	(%)						
İletişim	76.10						
Mesaj gönderme/alma	68.90						
İnternet üzerinden telefonla görüşme/video konferansı	6.01						
Diğer (chat sitelerini kullanmak gibi)	40.58						
Bilgi arama ve çevrimiçi (on-line) hizmetler	93.18						
Mal ve hizmetler hakkında bilgi aramak	47.58						
Eğitimle ilgili konularda bilgi aramak	55.98						
Sağlıkla ilgili konularda bilgi aramak	36.00						
Seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı	30.24						
Radyo dinlemek ya da televizyon izlemek	37.97						
Oyun, resim ya da müzik indirmek ya da oyun oynamak	62.77						
Gazete ya da dergi okumak, haber indirmek	61.57						
İş aramak ya da iş başvurusu yapmak	17.08						
Mal ve hizmet siparişi vermek ve satmak, bankacılık	17.38						
İnternet bankacılığı	15.86						
Diğer finansal hizmetler (hisse senedi alımı vb.)	5.42						

Kaynak: DİE, Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması, Nisan-Haziran 2004.

Dünyada ve Türkiye’de internete erişim; toplumsal eşitsizliklerin teknoloji kullanımını belirlediğini kanıtlamaktadır. İnternet; gelir seviyesi yüksek, eğitilmiş, İngilizce bilen seçkin grupların denetimindedir. “Evrensel erişim” hayali gerçekleşse de, yani yeryüzündeki tüm insanlar bir gün internete bağlanma olanağına kavuşsalar bile, internette tükettikleri enformasyon ve enformasyonun türü de önemlidir. Enformasyonun metalaştığı bir dünyada internete erişim yeterli olmayacaktır.

3.3 İnternetin ekonomi-politik inşası

İnternet, ortaya çıkışı ne kadar farklı nedenlerle (akademik haberleşme, ulusal güvenlik vs.) ve sınırlı bir çevreyle olursa olsun, kitleselleştikçe piyasa ekonomisinin gereklerine uygun bir araca dönüşmekte ve geleneksel kitle iletişim araçlarının gelişimiyle paralellik göstererek yeni pazarlama taktiklerinin, reklam sektörünün, tüketici tercihlerinin doğrudan belirlenmesinin, niş pazarlamanın başlıca mecrasından biri haline gelmektedir.

Leon vd.’ne göre internet kapitalizmin yeniden yapılanmasını sağlayan bir teknolojidir: “Her halükarda burada önemli nokta, teknolojik dönüşümün kapitalizmin kendisini yeniden yapılandırmasını, yenilemesini, küreselleştirmesini sağlayan bir mekanizma olarak rol oynaması ve ilk kez tüm gezgende toplumsal ilişkileri sıkıştırmasıdır.”¹⁸⁴

Başlangıçta ticari olmayan internet, kitleselleştikçe ticarileşmektedir. Küresel kapitalizm esnek üretim aracılığıyla ağ üzerinde örgütlenmekte, bir yandan kapitalizmin kurumları internete nüfuz ederken, diğer yandan yeni örgütlenme biçimleri ve yeni oyuncular ortaya çıkmaktadır. İnternet; yeni kapitalist düzende üretimden tüketime üretim sürecinin tüm aşamalarının denetimini sağlamakta, reklam ve pazarlamanın yeni mecrasına dönüşmekte, tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesinde önde gelen teknolojilerden birini oluşturmakta, devletler açısından ise vatandaşların gözetlenmesinde etkin olarak kullanılmaktadır. İnternet; ticaretin ve dolayısıyla kâr mantığının yaygınlaştığı, yeni tekelleşme eğilimlerinin gözlemlendiği, tüketicilerin

¹⁸⁴ Osvaldo Leon, Sally Burch ve Eduardo Tamayo, “Social Movements on the Net”. **ALAI**, 2001, <http://alainet.org/publicamsred/en/chapter2.html> (30 Haziran 2004).

fragmanlaştırıldığı, eğlence ve enformasyon karışımı popüler kültürün biçimlendirdiği bir araçtır.

Esnek üretim tüketicinin ihtiyacının en kısa yoldan belirlenebildiği ve buna çabucak uyarlanabilen iletişim araçlarına ihtiyaç duymaktadır. İnternet kullanıcılarına ilişkin tutulan kullanım istatistikleri ve veri bankaları bugün şirketlerin gereksinim duyduğu en değerli enformasyon kaynaklarıdır. Tek bir tüketicinin yaptığı aylık tüketim yeni enformasyon ve iletişim araçları tarafından kolayca tespit dilmekte, kayda alınmakta ve şirketin ürün ve hizmet politikalarının geleceği için en önemli verileri oluşturmaktadır. Ancak burada gözden kaçmaması gereken nokta her bireyin alım gücüne uygun bir şeyler bulabildiği bir pazarda tüketici konumuna indirgenmiş olmasıdır. Kapitalizm yaşamın her alanına sızmış ve bireyleri birer tüketiciye indirgeme görevinin ustaca başarmaktadır.

3.3.1 Küresel ticaretin yeni pazarı

İnternet giderek ticarileşmektedir. Ticarileşme interneti meydana getiren ekonomik örgütlenmenin her aşamasında gözlemlenebilir bir olgudur. İnternetin altyapısını sağlayan ulusal telekomünikasyon şirketlerinin özelleştirilmesi, internete donanım, yazılım ve hizmet üreten bilişim endüstrisinin tekelleşmiş, küresel grupların denetiminde olması, internete içerik sağlayan küresel medya gruplarının giderek yoğunlaşması ve nihayet internetin yeni ekonominin girişimcilik sahası haline gelmesi ticarileşmenin göstergeleridir. Başaran ticarileşmeyi şöyle özetlemektedir: “Bütün olarak bakıldığında, İnternetin altyapı, hizmet ve içerik katmanlarında, halihazırda varolan telekomünikasyon araçları üreticilerinin, telekomünikasyon taşıyıcılarının, medya ve bilişim (bilgisayar yazılım ve donanımı üreticileri) endüstrisinin yakınsadığı görülmektedir. Bu yakınsama sayıları fazla olmayan bir dizi uluslararası şirketin etki alanını, eskisinden daha fazla güçlendirmesi ile sonuçlanmıştır.”¹⁸⁵

Başaran, internetin ekonomisinin dört katmandan oluştuğundan söz etmektedir:

1- İnternet altyapısı sağlayan firmalar (telekomünikasyon firmaları, servis sağlayıcılar,

¹⁸⁵ Funda Başaran, “İnternetin Ekonomi Politikası”, **İnternet, Toplum, Kültür**, Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.), Ankara: Epos Yayınları, 2005, s. 35.

yazılım firmaları, ağ güvenlik firmaları vb.) 2- İnternet uygulamaları altyapısını oluşturan firmalar (danışmanlar, arama motorları, web geliştirme, e-ticaret uygulamaları firmaları) 3- Online aracılık firmaları, internet reklamcılar 4- İnternet üzerinden satış yapanlar.¹⁸⁶

Ancak internet ekonomisi de tekelleşme eğilimleri taşımaktadır. OECD rakamlarına göre dünyanın önde gelen ilk 50 İnternet şirketinin toplam geliri 46.7 milyon dolardır ve bu şirketler toplam 200 bin kişi istihdam etmektedir. Bu şirketlerin ilk 25'i toplam gelirden % 92 pay almaktadır.¹⁸⁷

Şirketler için internetin avantajları saymakla bitmemektedir: İnternet sayesinde üretim ve tüketim küreselleşmekte, üretim tüketime göre belirlenmekte, kitlesel üretimin yerine daha dar hedef kitlelere hitap eden (*narrowcasting*) modeline geçilmekte, yeni aracı kurumlar ortaya çıkmakta, kitle iletişim araçlarında tıkanan reklam, pazarlama ve halkla ilişkiler sektörleri için yeni bir mecra oluşturmakta, küresel medya grupları ellerinde bulundurdıkları kültür ürünlerini internet üzerinden yeniden pazarlayabilmektedir.

Microsoft'un Kurucusu ve Başkanı Bill Gates, internetin ticaretin yapısını değiştireceğine dair şu öngöründe bulunmuştur:

“Önümüzdeki on yılda, dünya çapındaki iş yaşantısı değişecektir. Intranetler şirketlerin bilgiyi içeride paylaşma biçiminde devrim yaratırken internet de, dışarıda iletişim kurma biçimlerinde devrim yaratacaktır. Büyük şirketler, kurumun her üyesine ve onların ötesinde satıcılara, danışmanlara ve müşterilere kadar ulaşan ağlara bağlı sınır sistemlerini yeniden tasarlayacaklar. Bu değişiklikler, şirketlerin daha etkin ve genellikle daha küçük olmasını sağlayacaktır. Uzun dönemde, geniş bantlı ağlar şehir hizmetlerine fiziksel yakınlığı daha az gerekli kıldığında, birçok şirket merkezden uzaklaşacak, etkinliklerini yayacak ve şehirlerin ölçeği de düşebilecektir.”¹⁸⁸

Ticaret, sanal biçimlere bürünerek internet üzerinden sürdürülmekte, yeni aktörler doğmaktadır. İnternet alanında, altyapı sağlayıcılar, kişisel ya da ticari web

¹⁸⁶ Başaran, “Ağ ekonomisi ve İnternet”, s. 244.

¹⁸⁷ OECD, **Information Technology Outlook Report**, Paris, 2004, s. 317.

¹⁸⁸ Bill Gates, **Önümüzdeki Yol**, 2. Baskı, Esra Davutoğlu ve Alper Erdal (çev.), Ankara: Arkadaş Yayınları, 1999.

sayfaları için kapasite hizmeti sağlayıcılar, erişim sağlayıcılar yanında, internetle ilgili donanım sağlayıcılar, içerik sağlayıcılar, e-ticaret girişimcileri gibi bir dizi yeni aktör ortaya çıkmıştır.¹⁸⁹

İnternete egemen bu yapılanmanın yanı sıra bağımsızlığa, her tür görüş ve düşünce özgürlüğüne olanak tanıyan bir yanı olsa da bireyselleştirilmiş bir araç olarak internetin kullanıcılarının ilgi alanları, hobileri, siyasi eğilimleri, beğenileri, kültürel tercihleri gelişmiş bilgisayar ağlarıyla belirlenerek şirketler için en önemli veri kaynaklarını oluşturduklarından bu özgürlükçü alan da hızla ticarileşmekte, ticaretin boyunduruğuna girmektedir. İnternet, artık üretim sürecinin her aşamasında (üretim, dağıtım, tüketim, yeniden üretim) karşımıza çıkmaktadır.

Kapitalist üretim sürecinde reklam, pazarlama ve satış stratejileri ve taktikleri sürecin işlemesi için en önemli araçlardır. Kitlesele tüketimin teşviki ve sürekliliği için reklam ve pazarlama kitlelere ulaşan kitle iletişim araçlarını mecra olarak kullanılmakta, bu kitle iletişim araçlarının reklamlar tarafından istilası ise içeriğin giderek popülerleşmesine, eğlenceye dönük olmasına ve Meyer'in deyimiyle "sömürgeleşmesi"ne yol açmaktadır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin kitleleşmesi bu döngüye yeni mecraların katılmasına neden olmuş ve reklamın egemenliğini sürdürmesine hizmet etmiştir. İnternet, reklam sektörü için yeni bir mecra teşkil etmekte, tüketici hakkında daha kesin, bireyselleştirilmiş bilgiyi edinmek için olanak sağlamakta, bu yolla firmaların ürün ve hizmetlerini tüketicinin arzularına göre tasarlamasını sağlamaktadır.

İnternet üzerinde reklam, dünyada hızla büyüyen bir sektördür. Dünya İnternet reklam sektörünün büyüklüğü 2004 yılında % 33'lük bir artış göstererek 9.6 milyar dolara ulaşmıştır. Reklam türlerine göre bir sınıflandırma yapıldığında teşhire yönelik reklamlar % 19, sponsorluklar % 8, mültimedya kullanımına dayalı zengin medya % 10, arama motorları üzerinden reklam % 40, "classifieds" % 18, e-posta aracılığıyla reklam % 1 pazar payına sahiptir. Sektörlere göre ise % 49'luk payla birinci sırada yer alan tüketim sektörünü, % 18'le bilgisayar ve % 17'yle finans sektörü takip etmekte, sağlık

¹⁸⁹ Başaran, "İnternetin ekonomi politiği", s. 37.

ve ilaç sektörü % 6'lık ve telekomünikasyon sektörü % 4'lük oranla internet reklam pazarında yer almaktadır.¹⁹⁰

Başaran, internetin teknolojik özellikleri sayesinde şirketlerin tüketimi yönlendirmeye ilişkin sorunları aşmaya yardımcı olduğunu belirtmektedir. İnternette alışverişin sürdürülmesi için kredi kartlarının kullanılabilir hale gelmesi ve güvenlik sistemlerinin oluşturulması, “push” teknolojileriyle internet izleyicilerinin toplanması ve stabilize edilmesi çabaları, otomatik olarak açılan ilk sayfalar, ücretsiz e-posta olanağı, özel içerikler, oyun ve alışveriş olanağı sağlayan siteler, ücretsiz web sayfası sağlayan siteler vb. yenilikler reklam pastasından pay almanın yöntemleridir.¹⁹¹

Günde milyonlarca kullanıcının ziyaret ettiği arama motorları, internette reklamın ve doğrudan pazarlamanın itici gücünü oluşturmaktadır. Arama motorları, ABD ve İngiltere’de toplam reklam gelirlerinin % 40’ını elinde bulundurmaktadır. Arama motorlarında reklam, kullanıcının aradığı anahtar kelimelerle ilişkilendirilerek yayınlanmaktadır. Şirketler aramalarda kendilerini ilk sıralarda gösterebilmek için aracı şirketlerle çalışmaktadırlar. Son yapılan çalışmalar, bilgisayar sistemlerinin sistematik olarak kullanıcının karşısına ticari, popüler ve ABD merkezli siteleri çıkardığını göstermektedir.¹⁹² Reklam verenler arama motorları sayesinde tüketicilerin aradıkları konu ve ilgi alanlarına göre daha kolay tasnif yapabilmekte ve zaten kendi ürün ya da hizmetiyle ilgilenen tüketiciye daha hızlı ulaşarak doğrudan pazarlamayı etkin olarak kullanmaktadırlar. Arama motorlarının kullanım oranı ile reklam pastasından aldıkları pay doğru orantılıdır. Dünyadaki arama motorları pazarını dört şirket elinde bulundurmaktadır: Google, Microsoft/MSN, AOL ve Yahoo!. 2003 yılında ABD’de

¹⁹⁰ IAB/PwC, “Interactive advertising revenues grow nearly 33% as 2004 totals \$9.6 billion”, http://www.iab.net/news/pr_2005_4_27.asp, (18 Mayıs 2006).

¹⁹¹ Başaran, “İnternetin Ekonomi Politikası”, s. 42.

¹⁹² Elizabeth Van Couvering, “New Media? The Political Economy of Internet Search Engines”, Conference of the International Association of Media & Communications Researchers (IAMCR) Porto Alegre, Brezilya, 25-30 Temmuz 2004, http://personal.lse.ac.uk/vancouver/IAMCR-CTP_SearchEnginePoliticalEconomy_EVC_2004-07-14.pdf, (19 Mayıs 2006).

internet reklam gelirleri 7.3 milyar dolara erişirken bunun 3.4 milyar dolarlık geliri arama motorlarına aittir.¹⁹³

Ancak, reklamın internetin en önemli gelir kaynaklarından birine dönüşmesi sonucunda kitle iletişim araçları deneyiminde meydana gelen enformasyonun ticarileşmesi ve tek tipleşmesi olgusu geçerliliğini korumaktadır. “En çok izlenen haber kanalı”nın yerini “en çok tıklanan internet sitesi” almaktadır. Küresel iletişim ve eğlence grupları da arşivlerinde saklı duran kültürel ürünlerini internette yeniden pazarlayarak hem kar elde etmekte hem de popüler kültürün yeniden üretimini sürdürmektedirler.

İnternetin içeriğinin ticarileşmesinin telekomünikasyon teknolojileri üzerine kurulu olan altyapısının da özel sermayenin denetimine geçmesi, internetin ticarileşmiş ve özelleşmiş bir teknoloji olması olgusunu derinleştirmektedir. Başaran’a göre internet üzerinde reklam ve bütünleştirilmiş pazarlama uygulamaları yanında, internetin altyapısı olan telekomünikasyon ağlarında 1995 yılından itibaren yaşanmaya başlayan ve tüm ülkelerde uygulanan özelleştirme ve kuralsızlaştırma uygulamaları; İnternet erişim ve hizmetleri alanında yaşanan şirket birleşmeleri sonucu ortaya çıkan dikey ve yatay bütünleşme gibi olgular internetin sermaye kesiminin denetimine giriyor olduğunun ve sermaye birikiminin ihtiyaçları doğrultusunda yeniden düzenleniyor olduğunun ifadesidir.¹⁹⁴

3.3.2 İnternette enformasyonun denetimi ve ticarileşmesi

İnternete erişimin dünya üzerinde eşitsiz olmasına bağlı olarak enformasyon akışı da dengesizlik göstermektedir. 2004 yılında internet trafiğinin % 58’i Kuzey Amerika kıtasında, % 19’u Asya-Pasifik ülkelerinde, % 18’i Avrupa ve Ortadoğu’da, % 4’ü Latin Amerika’da ve son olarak % 1’i Afrika’da gerçekleştirilmiştir.¹⁹⁵

¹⁹³ <http://www.digitalstrategyconsulting.com/DMF/July2005/IABEuropeDMFJuly2005.htm>, (18 Mayıs 2006).

¹⁹⁴ Başaran, “İnternetin Ekonomi Politikası”, s. 47.

¹⁹⁵ OECD, **Information Technology Outlook Report**, s. 254.

Aynı şekilde, internet hostlarının dünyadaki dağılımı da eşitsizliğe işaret etmektedir: 2002’de internet üzerindeki hostların % 90’sı dünya nüfusunun % 10’u tarafından sahiplenilmekte, dünyadaki toplam bilgisayarların % 80’i dünya nüfusunun % 10’una aittir.¹⁹⁶

Özdemir, internette enformasyon akışının dengesizliğine dikkat çekerek dünya internet trafiğinin Kuzey Amerika ve özellikle ABD merkezli olmasını üç neden bağlamaktadır: İnternete erişimde zorunlu olan alan adı sistemi (Domain Name System) ABD’nin denetimindedir, dünyada en çok erişilen internet sayfaları ve içerik ABD’dedir ve ABD’de kullanılan üst seviye alan adlarının başka ülkelere tarafından da kullanılmasıdır.¹⁹⁷

Dengesiz enformasyon akışının yanı sıra internette yer alan enformasyonun türü ve niteliği de önem taşımaktadır.

İnternetin içeriği de ekonomisi tarafından belirlenmektedir. İnternette, kitle iletişim araçlarını andırırçasına en çok tıklanan siteler daha çok reklam almakta, bu nedenle enformasyonun niteliği de popülerleşme eğilimi taşımaktadır. İnternetin giderek reklama ve diğer finansal kaynaklara bağımlı hale gelmesi tekelleşmenin ve içeriklerin tek tipleşmesi sorununu yeniden gündeme getirmektedir. 20. yüzyılda kitle iletişim araçlarında tıklanan reklam sektörü, interneti yeni ve etkin bir mecra olarak gördüğü ve internete nüfuz ettiği sürece popüler kültür bu yeni mecrayı sömürgeleştirmektedir. Başaran’a göre internette reklam destekli ve sponsorluk sistemlerinin giderek yaygın biçimde kullanılması, içeriğin de reklamverene ya da sponsora bağımlı hale gelmesi olgusunu yeniden üretmektedir: “Bu bağımlılık web’de kendini editoryal konularla reklamcılık arasındaki çizginin, reklamlarla içerik yaratıcıları arasında doğrudan bağların oluşmasında neden olan ortaklıklar ve çapraz promosyonlar yoluyla daha fazla ortadan kalkması ile göstermektedir. İnternet kültürünü oluşturan yaratıcılık, giderek daha fazla olan ve dışlayıcı bir toplumsal amaca, satmaya doğru sıkışmaktadır.”¹⁹⁸

¹⁹⁶ UNCTAD, **ICT Development Indices**, New York ve Cenevre: 2004. s.12-14.

¹⁹⁷ Özdemir, s. 214.

¹⁹⁸ Başaran, “*Ağ Ekonomisi ve İnternet*”, s. 253.

Ayrıca, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yöndeşmesiyle birlikte bunları üreten firmaların, hizmet ve içerik sağlayıcılarının da yöndeşmesini doğurmakta internette kültür, enformasyon ve iletişim endüstrilerinin iç içe geçtiği gözlemlenmekte, bu da enformasyonun tek tipleşmesinin önünü açmaktadır.¹⁹⁹ Ulusal enformasyon otoyolları'nın kurulması özellikle küresel iletişim ve enformasyon gruplarının işine yaramış, bu çokuluslu şirketler için küresel bir mal dağıtım sisteminin temeli atılmıştır.²⁰⁰ Başaran, bu durumu şöyle özetlemektedir:

“...İnternet ağı, son 20 yılda, farklılaşmış eğlence ve ticaret kümeleri için tam bir buluşma yeri haline gelmiştir. Eğlence sektöründe, dikey bütünleşmeler ile oluşan medya devleri, içerik sağlayıcı olarak, bu yeni ortamdaki izleyicilere kendi ürünlerini sunarken varolan işlerini yok olmaktan korumaya çalışmaktadırlar.”²⁰¹

İnternet üzerinde tekelleşme, varolan küresel medya gruplarının yanı sıra yeni enformasyon ve iletişim teknolojisi, üreten, servis sağlayan ve içerik üreten şirketleri de kapsamaktadır. Bugün hepimiz bilgisayarlarımızda Microsoft'un işletim programlarını, internete erişebilmek için sınırlı sayıda *browser*ı, e-posta adresi alabilmek için birkaç siteyi, internette herhangi bir arama yapmak için aynı arama motorlarını, dosya indirmek için aynı programları kullanmaktayız. İnternet sayfalarına erişimi sağlayan browserlar tekelleşmiştir: Ocak 2006'da Microsoft'un İnternet Explorer programı % 82.83'lük payla pazarda lider konumundadır. Explorer'ı % 12,61'le Firefox, % 2.33'le Netscape ve % 0,78'le Mozilla izlemiştir.²⁰²

Enformasyona erişimde belirleyici rolü olan “yeni eşik bekçileri” olarak arama motorları pazarında da tekelleşme mevcuttur: 2005 yılı rakamlarına göre pazarda Google % 46.3, Yahoo % 23.4, MSN % 11.4, AOL % 6.9'luk paya sahiptir.²⁰³

¹⁹⁹ Gaetan Tremblay, “*La Théorie des Industries Culturelles Face aux Progrès à la Numérisation et de la Convergence*”, **Sciences de la Société**, No. 40, Şubat 1997, s. 12.

²⁰⁰ Stratton, s. 90.

²⁰¹ Başaran, “*Ağ Ekonomisi ve İnternet*”, s. 253.

²⁰² “Trends on Browser Market Share January 2005 - January 2006”,

<http://www.e-janco.com/browser.htm> (18 Mayıs 2006).

²⁰³ <http://searchenginewatch.com/reports/article.php/2156451>, (15 Mayıs 2006).

3.3.3 Enformasyonun bireyselleşmesi ve gözetim:

İnternetin ticarileşmesinin ve “yeni bir tüketim aracı” olarak ortaya çıkmasının iki önemli sonucu bulunmaktadır. Birinci olarak teknolojinin bireyselleştiği gibi içinde yer alan enformasyonun niteliği de değişmekte, bireyselleşmektedir. İkinci olarak, kullanıcının internet üzerinde yaptığı tüm etkinliklerin, kullandığı enformasyonun teknolojik olarak denetlenebilmesi “gözetim toplumu”na doğru yol alındığının göstergesi sayılmaktadır.

İletişim araçlarının bireyselleştirilmesi internetten önce de varolan bir olgudur. Ancak, 1980’li yıllardan itibaren etkileşime dayalı yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte üç temel değişim yaşanmaktadır: Kitlenin yerini birey, edilgen kullanıcının yerini etken kullanıcı, gösterinin yerini iletişim almaktadır. Etkileşime dayalı teknolojiler kitle iletişim araçlarının egemen olduğu eski düzenden tam bir kopuş getirmekte, bilgisayarlar diyalog kurabilmekte ve son ürünün içeriğini belirleyen kullanıcının kendisi olmaktadır(güçlü bireysellik).²⁰⁴ Kullanıcı (tüketici), isterse internete girmekte, ihtiyacına göre siteleri gezmekte, enformasyon toplamaktadır. Bugün her internet kullanıcısı, aynı zamanda kullandığı ürünün yaratıcısı durumundadır. Çünkü, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri enformasyonun içeriğini değiştirmemizi mümkün kılan özelliklere sahiptir. Dijital makineyle çekilen bir fotoğrafın bilgisayarda photoshop programını kullanarak içeriğinin değiştirilmesi, kişisel web sitelerinin açılması, müzik arşivi oluşturmak, kendi e-mail grubuna e-mail atmak mümkün hale gelmektedir.

İnternet aynı zamanda bir yandan bireyin sanal cemaatler aracılığıyla toplumsallaşmasına olanak tanırken bir yandan da olabildiğine bireyselleşmesinin önünü açmaktadır. Öncelikle birey, kullanıcı olarak internetteki eylemlerinin baş aktörüdür. İnternette, diğer kitle iletişim araçlarında olmadığı bir biçimde, istediği enformasyonu kendisi aramaktadır, enformasyon ona dayatılmaz. Negroponte, enformasyonun giderek kişiselleştikinden söz eder:

²⁰⁴ Jouet, s. 107.

“Postenformasyon çağında izleyici kitlemiz genellikle bir kişiden ibarettir. Her şey siparişe göre yapılır ve enformasyon son derece kişiselleşmiştir. Çoğu zaman bireyselleşmenin dar gruplara yönelmenin ileriye doğru uzatılması olduğu varsayılır. Büyük bir gruptan küçüğe, sonra daha da küçüğe ve en nihayet teke gidersiniz. Adresimi, aile durumumu, yaşıma, gelirim, otomobil markamı, alışverişlerimi, içki alışkanlıklarımı ve vergilerimi öğrendiğinizde, beni de tek kişilik bir demografik birim olarak tanımış olursunuz.”²⁰⁵

İnternette enformasyonun kişiselleştirilmesine örnek olarak Yahoo, MSN, Google gibi e-posta ve arama motoru hizmeti veren başlıca şirketlerin ana sayfalarında kullanıcıların bulundukları coğrafyaya, kültürel özelliklerine, ilgi alanlarına, zevk ve beğenilerine göre enformasyon sunması gösterilebilir.

Sunstein’a göre de enformasyon, internette kişiselleştirilmekte ve süzgeçlenmektedir:

“İnternet ve diğer teknolojik gelişmeler sonucunda birçok insan giderek artan bir biçimde, kendisine iletilecek konu ve görüşleri kendi seçimleri doğrultusunda kısıtlayan bir “kişileştirme” sürecine giriyor. Şimdiye kadar görülmemiş kesinlikte bir güçle, bazı şeylerin süzgeçten geçip kendilerine ulaşmasına izin verirken, bazılarını da dışarıda bırakıyorlar...İnsanların bilmek, duymak istemediği belki de canlarını sıkacak konuları ve bakış açılarını içeren *beklenmedik karşılaşmalar*, demokrasi ve hatta özgürlük bakımından vazgeçilmezdir. İkinci olarak, birçok vatandaşın hatta vatandaşların çoğunun *ortak yaşantılar* kümesine sahip olması gerekir. Ortak yaşantılar olmazsa heterojen bir toplumda, toplumsal sorunların dile getirilmesinde ve bireylerin birbirini anlamasında zorluklar yaşanacaktır.”²⁰⁶

İnternette enformasyonun kişiselleştirilmesi kullanıcıların “gözetlenebilmesi”nin de önünü açmaktadır. Kapitalist toplumda gözetim iki nedenden ötürü gereklidir: 1- Küresel ekonomide faaliyet gösteren özel kuruluşların esnek üretimde kârlarını maksimize edebilmek için tüketicilerin bilgisine ihtiyacı bulunmaktadır ve bu bilgiyi yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde elde edebilmektedirler (kredi kartları, internet üzerinde sörf vs.) 2- Devletler, vatandaşlarını yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri sayesinde daha kolay takip edebilmektedir.

²⁰⁵ Nicholas Negroponte, **Dijital Dünya**, Zülfü Dicleli (çev.), İstanbul: Türk Henkel Dergisi Yayınları, 1996, s. 152.

²⁰⁶ Cass R. Sunstein, “Günlük gazetemiz İnternet demokrasi için gerçekten bir nimet mi?”, **Cogito**, No. 30, İstanbul: YKY, Kış 2002, s. 176-177.

Gözetim, yeni enformasyon ve iletişim araçlarının bulunmasıyla ortaya çıkmış bir kavram olmasa da uzmanlaşmanın arttığı, bireylerin atomize bireyler olarak yaşadığı ve bireyselleşmenin egemen olduğu kapitalist toplumda çalışıp tüketenleri denetlemenin en etkin aracı bireyselleştirilmiş formatlarıyla yeni enformasyon ve iletişim teknolojileridir.

Gözetim, modern toplumda öncelikli üretimin devamı için gerekli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Üretimin verimliliğinin artırılması ve geleceğe ilişkin stratejiler kurulabilmesi için rasyonelliğin öne çıkarılması ve bilginin sistematize edilmesi gerekmektedir. Bu da bilgiyi depolayan, işleyen, dönüştüren ve ileten teknolojik araçlar sayesinde mümkün hale gelmektedir.

Modern toplumda gözetim, sosyal bilimcilerin dikkatini çekmiştir: Marx, gözetimi emek ve sermaye arasındaki mücadelenin bir ögesi olarak ele alır. Kapitalist işletmenin ortaya çıkışıyla birlikte işçilerin kendi işgüçleri üzerinde kendi seçtikleri şekilde tasarruf hakkı doğmakta ve onları işte tutabilmenin yeni araçları keşfedilmek zorundadır.²⁰⁷

Weber ise modern örgütlerde artan bürokrasinin verimliliği için bir arayış olarak veri saklama ve fişleme yöntemlerinden söz etmektedir. Ancak, gözetimi gündelik yaşamın her alanına dahil ederek gözetimin rolünü genelleştiren Fransız düşünür Foucault olmuştur. *Hapishanenin Doğuşu* adlı yapıtında Panopticon'dan yola çıkarak gözetim kavramını enine boyuna tartışmaktadır. Foucault, modern toplumun disipliner toplum olduğunu ileri sürer. Foucault, disipliner toplum kuramını geliştirirken bedenin denetlenmesinden yola çıkar. Bedenin denetlenmesi; 1-Ekonomik kullanım için gereklidir: “Bedenin iktidarın ve egemenlik ilişkileri tarafından kuşatılmasının nedeni büyük ölçüde, üretim gücü olmasından kaynaklanmaktadır.”²⁰⁸ Ancak, Foucault'ya göre bu beden, yararlı güç haline gelebilmek için hem üretken olmalı, hem de tabi kılınmış olmalıdır. Foucault, disiplini bedenin denetimine izin veren, güçlerinin sürekli tabi

²⁰⁷ David Lyon, *Elektronik Göz, Gözetim Toplumunun Yükselişi*, İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1997, s. 55.

²⁰⁸ Michel Foucault, *Hapishanenin Doğuşu*, 2. Baskı, Mehmet Ali Kılıçbay (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 2000, s. 63.

kılınmasını sağlayan ve onlara bir itaatkarlık –yarar oranını dayatan yöntemler olarak tanımlar.

Foucault’nun iktidarın kendini dışa vurduğu bir olgu olarak gördüğu modern ceza sistemini ve bunun neredeyse tek biçimi haline gelen hapishanenin gelişimini incelediği kitabında görölmeden gözetim altında tutan hapishane sistemi olan Panopticon, daha sonra birçok kuramcı tarafından yeni enformasyon ve iletişim sistemlerinin gözetim boyutunu tanımlamak için kullanılmıştır. Panopticon görölmeden gözetlemenin mimari biçimidir ve bireyselleşme ile sürekli görölme durumuna yol açar. Panopticon, hem iktidarı görünür kılar, hem de varlığının kanıtlanamaz olması ilkesini getirir. Panopticon bir cins iktidar laboratuvarı olarak işlemektedir ve özelliklerini kaybetmeden toplumsal bünyenin içinde yayılmaya yönelir, bu bünye içinde genelleşmiş bir işlev olma eğilimine sahiptir.

Giddens da modern toplumda gözetimi ulus-devlet ekseninde ele alır. Gündelik hayatta rutin hale gelen gözetimin yaygınlaşmasından söz eder. Giddens’a göre ulus-devlette enformasyon iki açıdan önemlidir: Ulusal güvenlik ve vatandaşların kayıt altına alınmasıyla sağlanacak iç barış. “Her ulus-devlet kurulduğundan beri enformasyon toplumdur.”²⁰⁹ Modern toplum ulus-devlet ve ulusal kimlik üzerine kurulu toplumdur ve savaş ortamından doğmuştur. Modern toplumda devlet ve onun savunma aracı ordunun güvenilir enformasyon ve enformasyon teknolojilerine ihtiyacı vardır. “...enformasyon modern askeri işlemlerin merkezinde yer alır.”²¹⁰ Ulus-devlet dış düşmanlara karşı savaşabilmek ve vergi toplayabilmek için vatandaşlarını kayıt altına almalıdır. Giddens ayrıca kapitalist işletmelerin de gözetim yapmasından söz eder: 19. yüzyıl sonunda ve 20. yüzyıl başında büyük fabrikaların kurulmasıyla üretim sürecinde denetim zorunlu hale gelmiştir. Modern işletmecilik üretimi yakından takip eder ayrıca Pazar araştırmaları aracılığıyla müşterileri hakkında enformasyon toplar üretimi yeniden şekillendirmek için. Sonuç olarak Giddens, gözetim toplumunun 1- Ulus-devletin yaygınlaşmasıyla 2- Ulus-devletin savaş ve savunma ihtiyacıyla 3- Vatandaşlık haklarının ve görevlerinin artmasıyla 4- Şirket kapitalizminin yaygınlaşmasıyla ortaya çıktığını savunur.

²⁰⁹ Frank Webster, **Theories of Information Society**, London: Routledge, 1995, s. 58-59.

²¹⁰ Webster, s. 62-63.

Gözetimin modern dönem öncesinde de varlığına değinen David Lyon, kapitalizm ve modern toplumda demokrasiyle birlikte gözetim olgusunun toplumun geneline yayılmasından söz ederek geniş ölçekli sistemli gözetimin ortaya çıktığını belirtmektedir: “Kapitalizmin ister organizasyon ister dağınıklaşması olsun, bunun gözetimin sonu anlamına geldiği kuşkuludur. Gerçekten de bu, enformasyonun metalaştırılması dönemidir; kişisel veriler dahil tüm verilerin bir fiyat çizelgesi vardır. Kapitalist işletme içinde çalışanlar hâlâ gözetlenmektedir ama artık bu iş elektronik teknolojinin yeni donanımlarıyla gerçekleştirilebilmektedir. Fakat yine de bunun gözetim aracılığıyla boyun eğmeyi garantilemek için yönetimin başvurduğu bir entrika olduğu açık değildir.”²¹¹

Lyon gözetimin yeni enformasyon ve iletişim araçlarıyla giderek küreselleşmesinden söz eder. “Elektronik teknolojilerinin kolaylaştırdığı şey, gözetimin daha da derine sızmasıdır.”²¹² Lyon’a göre bilgisayar, gözetimin yeni bir boyutunu teşkil etmektedir. “Bilişim teknolojilerinin gerçekte yaptığı şey, zaten var olan pek çok süreci, daha verimli, daha yaygın ve aynı zamanda da daha az görünür kılmaktır.”²¹³

Sonuç olarak internet giderek ticarileşen yapısıyla, reklam ve pazarlama etkinliklerinin sızmasıyla, kullanıcıyı bireyselleştirmesi ve devlet ve özel sermayenin vatandaş-tüketiciyi gözetlemesine olanak tanınmasıyla yeni bir tüketim kültürünün doğuşunu haber vermektedir. Stratton bu durumu şöyle özetlemektedir:

“Geleneksel kitle iletişimi seyircisi imajları tüketirken, Bilgi Süper Otoyolu’nun pek de gizli olmayan amacı, kitle iletişiminin edilgin, alıcı seyircisini şimdi artık yalnızca imajları değil fakat aynı zamanda- bir ücret karşılığı-on-line’da bulunan ticari malların ve hizmetlerin tamamını tüketen etkin bir tüketici seyirciye dönüştürmektedir.”²¹⁴

İnternetin kullanıcıyı tüketiciye çeviren örgütlenmesi ve işleyişi nedeniyle internet üzerinde kamusal ve kamusal alan kavramları inandırıcılığını kaybetmektedir.

²¹¹ Lyon, s. 59.

²¹² Lyon, s. 61.

²¹³ Lyon, s. 63.

²¹⁴ Stratton, s. 95.

4. YENİ TOPLUMSAL HAREKETLERİN İNTERNETİ KULLANIMI

4.1 Yeni toplumsal hareketlerin tanımı ve gelişimi

1990'ların başından itibaren küreselleşme sürecine bir tepki olarak ortaya çıkan ve “üçüncü kuşak hareketler” olarak da adlandırılan yeni toplumsal hareketler, yeni enformasyon ve iletişim araçları aracılığıyla küresel düzeyde kolektif olarak örgütlenen ve eylemde bulunan hareketlerdir. Yeni toplumsal hareketler; küresel şirketlere meydan okumakta, küresel sermaye sınıfına karşı çıkmakta, tüketim karşıtı bir kültürün ve ideolojinin öncülüğünü yapmaktadırlar.²¹⁵ Kimlik temelli olmaları, “çoğulculuk” ve “farklılık” kavramlarını öne çıkarmaları, eylemi bireysel ve kolektif kimliklerin bir karışımı olarak görmeleri, şiddet yerine uzlaşmaya dayanmaları, esnek ve ademi merkezi yapılara sahip olmaları gibi özellikleriyle önceki toplumsal hareketlerden ayrılan yeni toplumsal hareketler²¹⁶, birçok nedenden ötürü neoliberal küreselleşmeyi eleştirerek cinsiyete, yaşa, etnik gruba, ulusa, dine dayalı kimliklerin onaylanmasını, ulus-devletin yeniden kurgulanmasını, “üçüncü-kuşak haklar” olarak anılan çevre, toplumsal cinsiyet, iletişim, yerel ve ulus üstü mekan ile etnik kimliği ilgilendiren, hem bireyleri hem de kolektif yapıları içine alan bir vatandaşlık kavramının yaygınlaşmasını kapsamaktadır.²¹⁷

4.1.1 Kapitalist toplumda politika ve iletişim

Kapitalizmin küreselleşmesi ve neoliberalizmin sonucu olarak bireyselleşmenin yaygınlaştığı, modern döneme geçişle birlikte zaten çözülmeye başlayan toplumsal ilişkilerin ve cemaat yapılarının gitgide parçalandığı, vatandaşın tüketiciye indirgendiği ve politikaya duyarsız hale getirildiği bir dönemde yeni toplumsal hareketler; politik bilincin, katılımın ve kamusalılığın yeniden canlandırılmasına katkıda bulunan yeni bir muhalefet türü olarak olma iddiasındadır. “Çokluk”, “çoğulculuk”, “farklılık”, “kimlik” gibi kavramlara dayanan bu iddia

²¹⁵ Olga Guedes, “New Technologies, Democracy and Social Movement”, **Globalism and Pluralism Conference**, GRICIS, Montreal, 24 Nisan 2002, s. 4.

²¹⁶ Hank Johnston, Enrique Larana ve Joseph R. Gusfield, “Identities, Grievances, and New Social Movements”, in **New Social Movements**, Temple University Press, Philadelphia, 1994, s. 6-9.

²¹⁷ Leon vd., <http://alainet.org/publicamsred/en/chapter2.html> (30 Haziran 2004).

neoliberal düşünürlerden post-Marksist yazarlara ve post-modern düşünürlere kadar geniş bir yelpazede yankısını bulmaktadır (Bkz. Laclau ve Mouffe, Negri ve Hardt) Bu yazarlara göre günümüzde demokrasiyi sınıf temeli üzerinden değil, kimlik politikaları üzerinden yeniden adlandırmak gerekmektedir. Negri ve Hardt’a göre, çokluk, siyasal eylemin gerçekleştirilmesinin şartıdır: “Çokluk, demokrasiyi yani herkesin herkes tarafından yönetimini gerçekleştirebilecek yegane toplumsal öznedir.”²¹⁸

Wood’a göre ise yeni çoğulculuk ve kimlik politikaları, farklılıkları, çeşitliliği ve çoğulculuğu vurgulamalarıyla en anlaşılmas “post-marksist” ve “post-modern” kuramlardan “yeni toplumsal hareketlere” kadar uzanan “yeni revizyonizmleri” birleştirmektedir.²¹⁹ Wood’a göre bu görüşler, kapitalist toplumun kamusal ve özel alanların her köşesine uzanan egemen baskıcı yapısını görünmez kılmakta, kapitalizmin türdeşleştirici gücünü gözden kaçırmaktadır: “Sadece meta miktarı ve değişik tüketim biçimleri ile ölçülen “yaşam tarzları” çeşitliliğinin altındaki sistemsel birlik, aynı zamanda daha derin ve küresel bir homojenliği dayatırken, en üst düzeyde “meta fetişizmi”nin ve “tüketim toplumu”nun zaferi kutlanmaktadır.”²²⁰ Kimlik politikaları, kapitalizmin insanları bireyselleştirmesinin sonuçlarından biridir. Parçalanmış kimlik, çoklu kimlik; sınıf kavramı kadar bütünleştirici olmadığından bireylerin bir araya gelmesinin önünde engeldir.

Küresel sermaye kendi politik kültürünü oluşturma çabasını da beraberinde getirmiştir. Bu politik kültür, bireylerin tüketiciye dönüştürülerek katılımcılığın tüketici haklarına indirgendiği, bireylerin depolitize edildiği, iletişim araçlarından yayılan enformasyonun da bu düzeni desteklediği bir yeni-liberal kültürdür. McChesney’e göre depolitizasyon kapitalist toplumun bir koşuludur:

“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

²¹⁸ Antonio Negri ve Micahel Hardt, **Çokluk**, Barış Yıldırım (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004, s. 114.

²¹⁹ Ellen Meiksins Wood, **Kapitalizm Demokrasiye Karşı**, İstanbul: İletişim, 2003, s. 302.

²²⁰ Wood, s. 308.

toplumsal piramidin en üstünde yer alan tüm bu kararları terk ettiği noktada faal hale gelir.”²²¹

Özel ve kamusal alan ayrımlarının birbirinden ayırt edilemediğini belirten Bauman da toplumun “siyaset arayışı”nda olduğundan söz eder: “Toplumsallık, adeta yüzer gezer durumdadır; demir atacak sağlam bir zemin, herkesin görebileceği bir hedef, birlikte safları sıklaştıracak yoldaşlar aramaktadır boş yere.”²²² Kapitalist toplumda politika da giderek bireyselleşmektedir. “Özel ve kamusal hayat arasındaki köprüler atıldığı ya da hiç inşa edilmemiş olduğu sürece; ya da başka bir şekilde söylersek, kişisel kaygıları kamusal meselelere tercüme etmenin, beri yandan da, özel dertlerde kamusal meseleleri görüp saptamanın kolay ve biraz bir yolu olmadığı sürece, bireysel özgürlüğün artmasıyla kolektif iktidarsızlığın artması çakışabilir.”²²³

Kültürel semboller ve kitle iletişim araçları politikanın bireyselleştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Politika, bugün kitle iletişim araçlarınca üretilen popüler kültür dolayısıyla ifade şansı bulabilmektedir. Promosyon kültürü kamusal yaşamı ele geçirmekte; hükümetlerin, siyasi partilerin, kurumların ve şirketlerin kendi imajları ve politika yapma biçimleri uzun vadeli reklam ve pazarlama stratejileri aracılığıyla belirlenmektedir.²²⁴ Böylece politikacılar kendilerini satarken, kitle iletişim araçları bu satışta kilit mecra, reklam da kilit dili oluşturmaktadır.²²⁵ Meyer’in deyimiyle “medyanın siyaseti sömürgeleştirmesi” kavramı geçerliliğini korumaktadır. Politikaya ve demokrasiye hayat nefesi vermesi beklenen “enformasyon otoyolları” da kurumsallaşmış, metalaşmış, kültür endüstrilerine göre üretilen politik yapıların üzerine inşa edilmekte, üretimi ve enformasyonu parçaladığı gibi politik eylemi ve muhalefeti de parçalamaktadır. Bauman parçalanmayı şöyle dile getirmektedir:

“Günümüzde yaşanan güçlükler ve ıstıraplar parçalı ve dağınık olduğu gibi meydana getirdikleri muhalefet de öyledir. Muhalefetin dağınıklığı, onu yoğunlaştırıp ortak bir davaya bağlamanın ve ortak bir suçluya karşı

²²¹ McChesney, s. 26.

²²² Zymunt Bauman, **Siyaset Arayışı**, Tuncay Birkan (çev.), İstanbul: Metis Yayınevi, 1999, s. 11.

²²³ Bauman, s. 10.

²²⁴ Howard Turmber, “*Democracy in the Information Age, The Role of the Fourth Estate in Cyberspace*”, **Culture and Politics in the Information Age**, Frank Webster (ed.), London: Routledge, 2001, s. 20.

²²⁵ Alan Scott ve John Street, “*From Media Politics to e-protest, The Use of Popular Culture and New Media in Parties and Social Movements*”, **Culture and Politics in the Information Age**, Frank Webster (ed.), London: Routledge, 2001, s. 40.

yönlendirmenin güçlüğü, sadece çekilen acıları daha da karmaşıklştırıyor. Çağdaş dünya, ümitsizce dışarı çıkacak bir yol arayan yüzer gezer korku ve hayal kırıklıklarıyla ağzına kadar dolu bir kaptır.”²²⁶

McChesney’e göre yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin politik katılımı artıracığına dair herhangi bir kanıt yoktur:

“Küresel ticari medya, politikasızlaştırma sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. İleriyi düşünme ihtiyacı duymadan sadece pazarın gereklerini yerine getiren medya, kişisel tüketimin, toplumsal karayış 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 ticari medya, hedef kitlesini elit ve üst orta sınıf olarak belirleyen ciddi 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 kütlesinin oluşmasını sağlar. Medya sisteminin gerçekte yoğunlaştığı temel nokta, kaçış edebiyatına dayalı eğlence kültürü için en geniş izleyici kitlesini yaratmaktır.”²²⁷

Golding’e göre ise enformasyon devrimi varolan politik yapıların üzerine inşa edilmekte, kimlik politikalarına kayış, sembolik dolaşımı desteklemektedir: “Medya ve genel olarak iletişim ve kültür endüstrileri, insanların kendi yaşamlarını anlamlandırmak ve toplumsal kurumlarla ilişkiye girebilmek için gerekli olan sembolik kaynakları sağlamaktadır. Bu kaynaklar giderek az sayıda, büyük şirket çıkarları tarafından denetlenmektedir.”²²⁸ Golding’e göre politika giderek bireyselleşmektedir.

²²⁶ Bauman, s. 23.

²²⁷ McChesney, s. 26.

²²⁸ Peter Golding, “*Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and the Sociology of the Future*”, **Sociology**, Cilt 34, No. 1, s. 2000, s. 173.

4.1.2 Sınıf mücadelesinden kimlik temelli hareketlere

Yeni toplumsal hareketleri tanımlama ve sınırlarını belirleme çabası, toplumsal hareket, sivil toplum, kamusal alan, sivil itaatsizlik, baskı grupları, kolektif eylem, kolektif kimlik vb. kavramlarını beraberinde getirmektedir. Yeni toplumsal hareketler önceki muhalefet biçimleri ve kurumsallaşmış yapıları da içeren ancak yine de birçok açıdan (tema, örgütlenme biçimi, eylem biçimi, iletişim biçimi vs.) yeni özellikleri bulunan muhalif hareketlerden oluşmaktadır.

Neveu, toplumsal hareketin temel özelliğini oluşturan kolektif eylemi belirleyen iki ölçütün bulunduğunu söylemektedir: 1- Niyetli bir birlikte-eylemde bulunma, 2- Hak talebi. Her toplumsal hareket, bir “karşı” eylemdir: “Bir toplumsal hareket bir düşmanın belirlenmesiyle tanımlanır... İşveren, yönetici, siyasi iktidar vb.”²²⁹

Yeni toplumsal hareketler üç farklı paradigmaya göre tanımlanabilmektedir: Kaynak mobilizasyonu paradigması, yeni toplumsal hareketler paradigması ve enformasyon toplumu paradigması.

Stratejik bir mantıkla bireylerin çıkarlarının rasyonel bir takibi olduğunu ileri süren ve bir hareketin başarısını politik aktör olarak tanınma elde etme ya da maddi kazancın artırılmasına bağlı olduğunu ileri süren kaynak mobilizasyonu paradigması düşünürlerinden Tilly, yeni toplumsal hareketleri “güçler ve kaynaklar dağıtımında değişim talep eden insanlar arasındaki etkileşimler” olarak tanımlamaktadır.²³⁰

Touraine ve Melucci’nin önderliğini yaptığı yeni toplumsal hareketler paradigması ise mevcut değerler, normlar ve kimlik yapılarında değişim taleplerini simgeleyen sosyo-kültürel boyutu öne çıkarmaktadırlar.²³¹ Touraine’e göre toplumsal hareketler, politik düzeyi aşarak tarihsellik düzeyinde yeni bir toplumu kendini üretme kapasitesi işlediğini öne süren sivil toplumdur. Klasik sosyolojiyi tersyüz ederek toplumsal sistemi tarihselliğin üretildiği, çatışmaların gerçekleştirildiği ve öznenin bilincinin temellendirildiği bir alan olarak tanımlayan ve aktör sosyolojisini öne süren

²²⁹ Eric Neveu, **Sociologie des Mouvements Sociaux**. Paris: La Découverte, 2002, s.10.

²³⁰ Kenan Çayır (der.), **Yeni Sosyal Hareketler**. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 1999, s. 21.

²³¹ Çayır, s. 23.

Tourain'e göre toplumsal hareketler, bir toplumsal duruma tepki değil, kültürel modeller ve tarihsellik üzerinde kontrol için savaşıyan bireyler arasındaki çatışmanın bir sonucudur: "Bu çatışma, siyasal sistemin kırılmasına ya da kültürel reformlara yol açabilir. Bir sosyal hareket kendisi aracılığıyla kültürel yönelimlerin tarihsellik alanının bir toplumsal örgütlenme biçimine dönüştürüldüğü çatışma davranışdır"²³². Touraine toplumsal hareketi şöyle tanımlamaktadır: "Bir sosyal hareket, tarihselliğin biçimi, kültürel yatırım, bilgi ve ahlak modelleri üzerindeki hakimiyeti ya da bağımlılığı ile tanımlanan bir sosyal sınıfın, bu kültürel modellere yönelmiş çatışmacı hareketidir."²³³

Sistem ve aktörden söz ederken metaların büyük enformasyonel ve sembolik sistemler aracılığıyla üretildiği ve tüketildiği sanayi-sonrası toplumu analizi üzerinden konuşan Melucci, yeni toplumsal hareketleri; dayanışmaya dayalı, çatışma taşıyan ve içinde yer aldığı sistemin sınırlarını zorlayan bir kolektif hareket biçimi olarak tanımlamaktadır.²³⁴

"Enformasyon toplumu" kuramcısı Castells'e göre ise yeni toplumsal hareketlerin belirgin bir tanımını vermek oldukça güçtür, ancak üç önemli kriterden söz edilebilmektedir: 1- Toplumsal hareketler kendi içinde anlamlıdır, diğer bir deyişle toplumsal hareket kendini nasıl tanımlıyorsa öyledir. Eylemleri kendi kendini tarif eder. 2- Toplumsal hareketler toplumsal açıdan muhafazakar olabilir, devrimci olabilir, her ikisi birden ya da hiçbiri olabilir. "İyi" ve "kötü" toplumsal hareket yoktur. 3- Hareketin tanımı; hareketin kimliği, hareketin düşmanı, hareketin vizyonu ya da toplumsal amacına göre belirlenir.²³⁵

Yeni toplumsal hareketler, her ne kadar "yeni" olarak nitelendirilseler de birçok açıdan geçmiş toplumsal hareketlerin bir devamıdır. Kapitalist toplum, kendi ideolojisini ürettiği gibi çelişkilerini de üretmekte, yarattığı ekonomik ve toplumsal eşitsizlikler nedeniyle belirli dönemlerde bu eşitsizliklere tepki gösteren toplumsal muhalefete ve hareketlere sahne olmaktadır. Toplumsal hareketler kavramı yerine

²³² Alain Touraine, "*Toplumdan Toplumsal Harekete*". **Yeni Sosyal hareketler**, Kenan Çayır (der.), İstanbul: Kaknüs Yayınları, 1999, s. 49-50.

²³³ Touraine, s. 51.

²³⁴ Alberto Melucci, "*Çağdaş Hareketlerin Sembolik Meydan Okuması*", **Yeni Sosyal hareketler**, Kenan Çayır (der.), İstanbul: Kaknüs Yayınları, 1999, s. 87.

²³⁵ Manuel Castells, **The Power of Identity**, Oxford: Blackwell, 1997, s. 70-71.

“sistem karşıtı hareketler” tanımını öneren Wallerstein vd., baskıya muhalefetin hiyerarşik toplumsal sistemlerin varlığıyla eşzamanlı oluştuğunu belirtir: “Ezilenler kendi muhalefetlerini aralıksız bir biçimde ifade etmekte politik, ekonomik ve ideolojik bakımdan çok zayıftır. Ne var ki bildiğimiz gibi, baskının özellikle keskinleştiği, beklentilerin özellikle boşa çıktığı ya da yönetici katmanının gücünün sallantılı olduğu zamanlarda, hemen hemen kendiliğinden bir biçimde başkaldırmışlardır.”²³⁶

Tarihsel olarak toplumsal hareketlerin gelişimi üç döneme ayrılmaktadır: 19. yüzyıl kapitalizmine tepki olarak ortaya çıkan işçi sınıfı hareketleri; 1960’larda ortaya çıkan, kimlik ve azınlık politikalarını temel alan toplumsal hareketler; 1990’larda beliren ve küresel kapitalizme muhalefet yapan yeni toplumsal hareketler. Elbette, bu üç dönemin birbirinden bağımsız olmadığı ve bir süreklilik ve etkileşim içerisinde bulunduğu dikkate alınmalıdır. Yeni toplumsal hareketlerde yer alan aktivistler çoğunlukla kendilerinden önceki eylemcilerin kullandıkları yapıları ve modelleri örnek almakla birlikte eski hareketlerin ‘yanlış’larından ders alarak onların ötesine geçmeye çalışmaktadırlar.²³⁷

Avrupa’da sanayileşmenin yaşandığı 19. yüzyıl modern toplumsal hareketlerin ilk biçimlerinin oluşması için gerekli zemini sağlamıştır. Tilly’ye göre, Devletlerin oluşması ve kapitalizmin gelişimine bağlı olarak politikleşen toplumsal hareketler; kapitalizm öncesi dönemde *yerel mekanda*, cemaat düzeyinde ortaya çıkmaktadır ve *kurulu toplumsal ritüeller* ve *patronaj* sistemi aracılığıyla işlemektedir. 19. yüzyılın ortasına doğru yaşanan kökten değişimle bu hareketler; yerel mekanı aşarak *eylem sahasını genişletmiştir*. *Özerklik* kazanan protesto eylemi, patronaj sistemi yerine sendika, dernek gibi *ad hoc* örgütler tarafından yürütölmeye başlanmıştır. Hareketler, daha entelektöel bir boyut kazanmış ve *soyut* biçimlere bürünmüştür. Programlarda ve sloganlarda sembollerin kullanımı egemendir; polisin ve protestocuların *şiddeti kullanımında gerileme* olmuştur.²³⁸ 19. yüzyıldaki toplumsal hareketler sınıf temeli

²³⁶ Giovanni Arrighi, Terence K. Hopkins ve Immanuel Wallerstein, **Sistem Karşıtı Hareketler**, C. Kanat, B. Somay, S. Sökmen(çev.), İstanbul: Metis, 1995, s.34.

²³⁷ Donatella Della Porta ve Mario Diani, **Social Movements An Introduction**, Oxford:Blackwell, 1999, s. 253.

²³⁸ Neveu, s.21-22.

üzerine oturan, bir bütün olarak işçi sınıfının sömürüsüne karşı çıkan ve kurtuluşunu hedefleyen hareketlerdir.

Kapitalizmin iki dünya savaşının ardından geçirdiği yapısal değişimin sonucunda işçi sınıfının artan işbölümüne, mekanizasyona ve hizmet sektörünün büyümesine bağlı olarak parçalanması, kapitalist toplumlarda satın alma gücünün ve tüketimin artmasıyla birlikte orta sınıfın genişlemesi toplumsal hareketlerin de doğasını değiştirmiştir. Sınıf mücadelesi yerini kimlik mücadelelerine bırakmıştır. Artan yabancılaşmaya bağlı olarak işiyle özdeşleşemeyen orta sınıf, yeni kimlik arayışına girmiş; yeni kimlik ise tüketim mallarının ve boş zaman etkinliklerinin sembolik değerleri üzerine kurulmaya başlanmıştır.²³⁹ Erkek egemenliği, ırkçılık, emperyalizmin yeni türleri, çevresel sorunlar, savaş, nükleer silahlanma vb. konular 1960-1970 döneminde ortaya çıkan toplumsal hareketlerin başlıca temalarını oluşturmuştur.

1990'ların başında ortaya çıkan ve "küresel" boyutta etkinliğiyle öncekilerden ayrılan yeni uluslararası toplumsal hareketler ise yeni dünya düzeni, sanayi-sonrası toplum, post modern dönem gibi toplumsal arka planla birlikte düşünüldüğünde anlam kazanmaktadır.

Kapitalizmin küreselleşmesi kimlik temelli hareketleri çoğaltmış, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri aracılığıyla hareketlerin de küreselleşmesine yol açmıştır.

1990'ların başından itibaren küreselleşme sürecine bir tepki olarak ortaya çıkan yeni toplumsal hareketler kendisinden önceki hareketlerin unsurlarını içermekle birlikte sivil toplumda benzeri olmayan, yeni enformasyon ve iletişim araçları aracılığıyla yerel, ulusal ve küresel düzeyde ve kolektif örgütlenme ve eylem olanak veren, çoğulculuğa ve farklılığa önem veren, sembolik iletişimin gücüne inanan, hiyerarşik yapılanmayı ve şiddet eğilimlerini dışlayan, yeni örgütlenme ve eylem biçimleri arayışındaki post modern hareketlerden oluşmaktadır.

²³⁹ Conrad Lodziak, **Manipulating the Needs, Capitalism and Culture**, London: Pluto Press, 1995, s. 9.

Yeni toplumsal hareketlerin uğrunda mücadele verdiği temalar, konular ve sorunlar evrenselidir. “Ekoloji ve insan hakları sorunlarına ağırlık veren yeni toplumsal hareketler evrensel konulara gözlerini dikmektedir. İnsanlığı genel olarak ilgilendiren konuları vurgulamaktadır. Bununla birlikte, yeni toplumsal hareketler başka bir düzeyde, post-modern eserlerde güçlü bir şekilde boy gösteren “farklılık politikası” güder. Çoğul ve çok katlı kimlikleri, bizi toplumsal cinsiyet, ırk, yerellik uyarınca ayıran noktaları vurgular. Ekoloji ve küresel ortamın evrenselliği ve genelliğine karşı, grup, yerey, topluluk ve tarihin tikelliklerine çeker dikkatimizi.”²⁴⁰

“Yeni toplumsal hareketler post-modernliğin daha genel görünümünün bir örneğidir: Küresel ile yerel arasındaki etkileşim ya da gerilim.. Post-modernliğin yerel, yerellik, “miras” ve tarihin tikelliklerine gösterdiği ilgi, küresel kapitalizmin yerin önemini yenilemesiyle bütünlük içindedir. Bu, kapitalizmle çelişmediği gibi, tersine, küresel evresinde kapitalizmin uzamı sıkıştırma ve birleştirme eğilimini tamamlar.”²⁴¹

4.1.3 Yeni toplumsal hareketleri ‘eskileri’nden ayıran özellikler

Yeni toplumsal hareketlerin tek tip bir tanımı olmamakla birlikte, önceki toplumsal hareketlerden ayrılan özellikleriyle tanımlanmaktadırlar. Toplumsal hareketlerin “yeni” sıfatını kazanması, 1960’lardan itibaren sınıf temelli toplumsal hareketlerin yerini kimliğe ve farklılık siyasetine dayalı toplumsal hareketlere bırakmasıyla gerçekleşmiştir. “ ‘Yeni toplumsal hareketler’ terimi, 1960’lı yıllardan bu yana göze batan hareketleri tarif etmek için kullanılmaktadır. Bu hareketler, iki açıdan ‘yeni’dir: Öncelikle, kendilerini önceki toplumsal hareketlerden farklı kılan birtakım özelliklere sahiptirler. İkinci olarak, bu yenilik durumu, bu hareketlerin yeni bir toplumsal biçimlenme bağlamında ortaya çıkmasıyla ilgilidir. Yenidirler, çünkü yeni toplumsal ve siyasi ilişkilere örnek teşkil ederler.”²⁴²

Yeni toplumsal hareketler, içinde eski hareketlerin unsurlarını da taşımakla birlikte esas olarak yeni orta sınıfın örgütlediği ve etkin kıldığı, bu sınıfın kimlik arayışına tekabül eden hareketlerdir. Yeni orta sınıfın yeni toplumsal hareketlerde

²⁴⁰ Kumar, s. 221.

²⁴¹ Kumar, s. 221.

²⁴² Kate Nash, “*The Politicization of the Social: Social Movements and Cultural Politics*”, **Contemporary Political Sociology**, London: Blackwell, s. 102.

yüksek oranda temsil edildiğine dikkat çeken Offe, bu sınıfın çağdaş kapitalist sistemin akıldışlılıklarından en doğrudan etkilenen ve en çok zarar gören kesim olduğunu belirtmektedir.²⁴³ Yeni toplumsal hareketlerin tabanının üç temel ögeden (yeni orta sınıf, eski orta sınıfın unsurları ve işsizler, öğrenciler, ev kadınları, emekliler gibi piyasa dışında kalanlar) oluştuğunu vurgulayan Offe, bu hareketlerin çekirdek kadrolarını yüksek eğitilmiş, ekonomik güvene sahip ve hizmet sektöründe çalışan aktivistlerden oluştuğunu belirtmektedir.²⁴⁴

Ancak, yeni orta sınıf işçi sınıfı gibi bir sınıf mücadelesine girmemekte, yeni toplumsal hareketlerde yer alan aktivistlerin talepleri sınıfsal düzeyde değil, kimliğe dayalı ve evrensel ya da oldukça yerel taleplerden oluşmaktadır. Offe bu çelişkili durumu şöyle açıklamaktadır: “Yeni orta sınıf politikası birçok eski sınıf politikasıyla ve eski orta sınıf politikalarıyla mukayese edildiğinde tipik bir sınıf politikasıdır, fakat sınıf lehine bir politika değildir... Çünkü, yeni toplumsal hareketlerde çatışma, tek bir sınıfın değil, farklı sınıflardan ve “sınıf olmayanlar”dan gelen değişik unsurlardan oluşur.”²⁴⁵

Yeni toplumsal hareketler kimlik temelli hareketlerdir. Gerçekte, her toplumsal hareket ya da muhalefet kimlik arayışını içerir. Ancak burada yeni toplumsal hareketleri öncekilerden ayıran, kimliğin ve kimlik arayışının hareketin etrafında örgütlendiği ana unsur olmasıdır. Yeni toplumsal hareketler farklı ve çoğulcu kimlikleri kapsamakta, harekete katılanların kimlikleri sınıfsal konumlarına göre değil, toplumsal statülerine göre belirlenmekte (yaş, toplumsal cinsiyet, cinsel eğilim, meslek vb.), hareket bireyin kendini tanımlamasında odak noktasını oluşturmaktadır. Yeni toplumsal hareketler, insan yaşamının en şahsi ve en özel yönlerini içermektedir: Ne yediğimiz, nasıl giyindiğimiz, nelerden hoşlandığımız, nasıl seviştiğimiz, kişisel sorunlarla nasıl başa çıktığımız ya da kariyerimizi nasıl planladığımız vb.²⁴⁶ Yeni toplumsal hareketler hem bireysel hem de kolektif kimliği bir arada içermektedir. Melluci’ye göre yeni toplumsal hareketlerde yer alan bireyler yeni ve alışılmamış yaşam tarzları ve toplumsal

²⁴³ Nash, s. 105-106.

²⁴⁴ Claus Offe, “*Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması*”. **Yeni Sosyal Hareketler**. Kenan Çayır (der.), İstanbul: Kaknüs Yayınları, 1999, s. 68.

²⁴⁵ Offe, s. 70.

²⁴⁶ Larana vd., s. 6-9.

kimliklerin deneyimlenebileceği ve tanımlanabileceği yerde yeni kolektif gruplar aramakta ve “yeni toplumsal mekanlar” üretmektedirler.²⁴⁷

Yeni toplumsal hareketlerin ele aldıkları konular da kimlik temelli, evrensel ve ahlaki yönler içermektedir. Melluci’ye göre yeni toplumsal hareketler, küresel sorunlara referans vermesiyle öncellerinden ayrılmaktadır. Bu hareketler, birçok nedenden ötürü neoliberal küreselleşmeyi eleştirerek cinsiyete, yaşa, etnik gruba, ulusa, dine dayalı kimliklerin olumlanmasını, ulus-devletin yeniden kurgulanmasını, “üçüncü-kuşak haklar” olarak anılan çevre, toplumsal cinsiyet, iletişim, yerel ve ulus üstü mekan ve etnik kimliği ilgilendiren hem bireyleri hem de kolektif yapıları içine alan bir vatandaşlık kavramının yaygınlaşmasını kapsamaktadır.²⁴⁸

Yeni toplumsal hareketlerin ortak düşmanı artık ulus-devletler değil, çokuluslu şirketler ve uluslararası örgütlerdir. Yeni toplumsal hareketler, küresel kapitalizme karşı muhalefet etmekte, küresel kapitalizmin başoyuncularının toplantı takvimleriyle eşzamanlı biçimde harekete geçmektedirler: “Yeni toplumsal hareket, ulus aşırı şirketlere meydan okur, ulus aşırı sermaye sınıfına karşı çıkar, anti-tüketim kültürünün ve ideolojisinin öncülüğünü yapar”.²⁴⁹ Yenal ve Kırılı’ya göre küreselleşme, bütünlüklü bir alternatif toplumsal dönüşüm projesi bulunmayan yeni toplumsal hareketler için ortak payda oluşturmaktadır.²⁵⁰

Yeni toplumsal hareketlerin örgütlenme, eylem ve iletişim biçimleri yeni orta sınıfın politik ve kültürel değerlerini, normlarını içermektedir. Küresel, ulusal, yerel düzeyde hiyerarşiye dayanmayan, yatay örgütlenme, koalisyona dayalı, katılımcı demokrasi modellerini hayata geçiren yeni toplumsal hareketler, eski hareketlerle karşılaştırıldığında dağınık ve adem-i merkezi yapılar sergilemektedir. Hareketler içindeki eylem türleri de kolektif ve bireysel kimlik pekiştiricilerinin bir karışımıdır. Yeni toplumsal hareketler şiddete dayalı olmayan, sivil itaatsizliği içeren, yeni

²⁴⁷ Hank Joshnston, Enrique Larana ve Joseph R. Gusfield, “*Kimlikler, Şikayetler ve Yeni Sosyal Hareketler*”, **Yeni Sosyal Hareketler**, Kenan Çayır(der.), İstanbul: Kaknüs, 1999, s. 11

²⁴⁸ Leon vd., s.3

²⁴⁹ Guedes, 2002.

²⁵⁰ Zafer Yenal ve Biray Kolluoğlu Kırılı, “*Distopyalar ve Ütopyalar Arasında Karşı Küreselleşme Hareketleri*”, **Birikim**, NO: 197, Eylül 2005, s. 12.

seferberlik yolları önermekte, kültürel semboller ve iletişim yoluyla taleplerini dile getirmektedir.

Yeni toplumsal hareketlerin birinci sınırını hareketlerin kendi tabanı oluşturmaktadır. Yukarıda Offe'nin belirttiği gibi bu hareketler yeni orta sınıfın hareketleridir. Jean Cohen de yeni toplumsal hareketleri “post burjuva”, “post patriarkal” olarak nitelendirmektedir: “Yeni sosyal hareketler tümü devlete (ve piyasa ekonomisine) karşı “toplum”un kendini koruması temasını geliştirdikleri; ve tümü bir şekilde “post burjuva”, “post patriarkal” ve demokratik bir sivil toplum için mücadele ettikleri için, kendi özgün teorik kategorilerinin kullanılabileceği bir teorik çerçeve geliştirilmesi daha anlamlı olacaktır.”²⁵¹ Cohen, yeni toplumsal hareketleri “kendini sınırlayan radikalizm” olarak adlandırır.

Yeni toplumsal hareketler için bir diğer sorun, sivil toplumla olan bağlarıdır. Sivil toplum kuruluşları her ne kadar yeni toplumsal hareketlerle aynı kavramı tarif etmese de çoğu zaman bu hareketlerin oluşturucu unsurları arasında yer almaktadır. Yeni toplumsal hareketlere yönelik eleştirilerden biri de bu hareketlerin mali kaynak ve destek olarak sivil toplum kuruluşları ile organik bağı olmasıdır (sivil toplum kuruluşlarını toplumdaki güç odaklarının bir uzantısı olduğunu düşünürsek). Yeni toplumsal hareketlerin en popülerlerinden biri olan Dünya Sosyal Forumu’nun sistemle göbek bağıni eleştiren yazısında anti-Mai grubu şunları söylemektedir: “Dünya Sosyal Forumu Fransa’daki, kendisini uluslararası finans kurumlarına lobi yaparak reform yapmalarını sağlamaya adanmış olan bir NGO platformu olan ATTAC ve Brezilya İşçi Partisi tarafından başlatıldı.”²⁵²

“DSF sloganı “Başka bir dünya mümkün” başka bir toplumsal sisteme öykünmeyi akla getiriyor ise de, DSF’nin kendi ilkeleri ve yapısı, halkların eylemleri için ve emperyalizme karşı kazanacakları iktidarları için bir platform olmamasını bizzat güvence altına almaktadır. Forum “yatay” (hiyerarşik olmayan) bir “süreç” (organ değil) olma iddiasındadır. Ancak bu söylemin arkasında az sayıda örgüt kararları kontrol ediyor ve bunların birçoğunun da ciddi maddi kaynakları ve mevcut dünya düzenini kontrol

²⁵¹ Jean Cohen, “*Strateji ya da Kimlik: Yeni Teorik Paradigmalar ve Sosyal Hareketler*”, **Yeni Sosyal Hareketler**, Kenan Çayır (der.), İstanbul: Kaknüs, 1999, s. 110.

²⁵² “Dünya Sosyal Forumunun Ekonomisi ve Politikası”, **Anti-Mai Grubu**, <http://www.antimai.org/bn/dsfelestiri.htm>, Mumbai, Eylül 2003, s. 2.

eden ülkeler ile bağları var. DSF bir organ gibi kararlara varmayı dışladığı için, talepler ve eylemlerin kolektif iradesi olabilme kapasitesini taşımaz. Toplantıları NGO dünyasını öne çıkarıyor ve NGO dünya görüşlerinin propagandasını yapmaktadır. Bu nedenle ‘alternatifler’ üzerine yapılan tüm konuşmalarda, spot ışığı, sistemin değiştirilmesine değil, *mevcut sistem içerisindeki* alternatifler üzerine yöneltiliyor.”²⁵³

O’Brien’a göre de küresel toplumsal hareketler ile uluslararası örgütler arasında güçlü bağlar mevcuttur. IMF, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü gibi kuruluşlar, küresel politikada başaktör haline gelirken sivil toplum kuruluşları, toplumsal hareketlerle işbirliği içine girmekte, özellikle ekonomik açıdan geri kalmış ülkelerde devletin işlerine soyunarak ulusal kalkınmanın ajanı haline gelmektedir. Küresel kuruluşlar, yeni toplumsal hareketlerle işbirliği yaparak faaliyet gösterdikleri ülkelere ilişkin yerel bilgiyi sahip olmakta, yerel kuruluşların ve işgücünün desteğiyle projelerini daha kolay gerçekleştirebilmektedir.²⁵⁴

Yeni toplumsal hareketlerin hedefledikleri amaçlara ulaşmaları karşısındaki önemli bir diğer sorun ise bu hareketlerin parçalanmış bir yapıya sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. John Keane’in deyiimiyle küreselleşmeyle birlikte sayısız “mikro kamusal alanlar”a bölünmüştür: “Yeni toplumsal hareketler, yerel amaçlara sahip sayısız mikro-kamusal alanlara bölünerek kamusal alanın parçalanmasına yol açıyor.”²⁵⁵ Diğer yandan, bu hareketler ağırlıklı olarak Batılı ve özellikle de Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde kök salıp gelişmiş hareketlerdir.

Kimlik üzerine kurulu olmaları aynı zamanda bu hareketlerin alt kültüre dönüşme tehlikesini doğurmaktadır. Maddi zenginlik, enformasyon bolluğu, mevcut kültürel alternatifler üzerindeki karışıklık ve kendini tanımlamak için kurumsal temelli ve kültürel olarak normatif alternatifleri sağlama noktasında sistemin yetersiz kalması bireyi kimlik arayışına itmektedir.²⁵⁶ Johnston vd.’ne göre sanayi-sonrası toplumunda meydana gelen yapısal değişimler ve bireylerin kimlik sorunlarıyla karşılaşmaları yeni toplumsal hareketlerde merkezi konulardan biridir. Yeni toplumsal hareketlerde

²⁵³ <http://www.antimai.org/bn/dsfelestiri.htm>, s. 3.

²⁵⁴ Robert O’Brien, **Contesting Global Governance: Multilateral Economic Institutions and Global Social Movements**, New York: Cambridge University Press, 2000, s. 19.

²⁵⁵ Almeida, 2002.,

²⁵⁶ Johnston vd. s. 139.

seferberlik, üyelerin kendilerini güçlü hissedecekleri, farklılaşmış bir sosyal gruba ait olma hissiyle birleşen kültürel ve sembolik temalar etrafında yoğunlaşma eğilimindedir; bunlar hakim sistemi sorgulayan alt kültürel yönelimlerdir.²⁵⁷

Ancak yine parçalanmış yapısından ötürü yeni toplumsal hareketler ortak bir kimlik oluşturmakta güçlük yaşamaktadır. Yenal ve Kırılı'ya göre küreselleşmenin adaletsizlikleri hakkındaki ortak hissiyatlar, farklı yerlerden gelen insanları harekete geçirmek için yeterli koşulları oluşturmamaktadır: “Kolektif eylemlerin ortaya çıkabilmesi için, siyasi bir hedef doğrultusunda insanları bir araya getirebilecek ortak bir kimlik ve yan yanalık hissiyatının oluşması aynı zamanda da bu uğurda verilecek mücadelenin sonuç getireceğine dair bir mücadelenin yerleşmesi gerekiyor sanki.”²⁵⁸ Bununla birlikte, ortak hasma karşı mücadele etme yöntemleri de zordur. Eski hareketlerde mücadele devlete karşı verilirken, şimdiki hareketlerde ise hasım, neoliberal küreselleşme sürecinin kendisidir.

Ayrıca, yeni toplumsal hareketlerde sorunların, tarihsel bağlarından ve ilişkiselliklerinden koparıldığını gözlemek mümkündür. Yenal ve Kırılı bu konuda şunları dile getirmektedir:

“Karşı küreselleşme hareketi içinde yoksulluk, şiddet ve yolsuzluk sorunlarını dillendirirken somut tarihsel koşullarından ve ilişkiselliklerinden koparıldığını bu tarihsizlik ve ilişkisizlik içinde çıplaklaştırılmış, içleri boşalmış, taşıyıcılıklarını yitirmiş kavramlara dönüştüğünü düşünüyoruz.... Hiyerarşilerin kurulmasından uzak duran, geniş kapsamlı toplumsal değişim projelerinden bilhassa imtina eden, siyasi, iktisadi ve kültürel konumlanışları itibariyle birbirleriyle zaman zaman çok uzak düşebilecek unsurları ortak bir zeminde tutma kaygısı bu deneyimlerin ortaklaşması çabasında ister istemez birtakım tavizlerle sonuçlandırılabilir” “Bir başka deyişle, bütün bu şiddetler, somut tarihsel ve toplumsal koşullarda kendini gösteren halleriyle bir tarihselliği, ilişkiselliği olan durumlara işaret ederken, genelleştirdiği, başka bir küresel dile tercüme edilmeye çalışıldığı, önlerindeki sıfatlar düşürüldüğü zaman toptan seferberlik yaratma, başkaldırıya zemin hazırlama potansiyelini kaybediyor. Şiddete maruz kalan insanları özne konumunda çıkarıp bir anlamda nesneleştiriyor.”²⁵⁹

²⁵⁷ Johnston vd., s. 139.

²⁵⁸ Yenal ve Kırılı, s. 15.

²⁵⁹ Yenal ve Kırılı, s. 15.

4.2 Yeni toplumsal hareketlerde örgütlenme, eylem ve iletişim

Yeni toplumsal hareketler, örgütlenme, eylem ve iletişim biçimlerinden önceki toplumsal hareketlerden birçok açıdan farklılıklar taşımaktadır. Esnek üretimin egemen olduğu toplumsal yapı ve ilişkiler yeni toplumsal hareketleri de etkilemekte, bu hareketler adem-i merkezi, hiyerarşisiz, kolektif ve bireyin birarada ön plana çıktığı, farklı hatta karşıt ideolojileri içeren, koalisyona dayalı, katılımcı demokrasi isteyen, şiddete karşı, diyaloga ve iletişime dayalı örgütlenmeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.2.1 Yatay, adem-i merkezi, esnek yapılar

Belirli bir zamanda amaçlarına ulaşmak isteyen her toplumsal hareket, örgütlenme sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. Eylemleri koordine eden, kaynakları bir araya getiren, savunulan dava için propaganda çalışması yürüten bir örgütün varlığı, hareketin varlığını ve başarılarını sürdürebilmesi için bir gerekliliktir.²⁶⁰ Yeni toplumsal hareketler, yalnızca yeni değerler ve söylemler değil, aynı zamanda yeni örgütlenme ve eylem yolları da önermektedirler. Manipülasyona, denetime, bağımlılığa, hiyerarşilere, düzenlemeye ve bürokrasiye karşı çıkarak özerklik ve kimlik, adem-i merkeziyetçilik, katılımcılık, yatay ilişkiler ve “farklı olan”a saygı gibi değerler için çağrıda bulunmaktadır.²⁶¹

Yeni toplumsal hareketlerin örgütlenmesinde, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinden ödünç alınan bir terim olarak “ağ” kavramı, “örgüt” kavramından daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Larana’ya göre ağ, birbiriyle sürekli temas halinde bulunan ve düşünce, veri, enformasyon, araç, gereç, öneri, eleştiri değiş-tokuşu yapan sıcak, samimi, cesaretlendirici ve dayanışmaya dayalı ilişkiler içinde bulunan bir grup insandan oluşmaktadır: “Bir ağın oynadığı en önemli rol, üyelerine onların dünyada yalnız olmadıklarını ve dünyada onlar gibi başka insanların da olduğunu hatırlatmasıdır.”²⁶² Yeni toplumsal hareketler ulusal olmaktan, genel çözümler üretmekten, sabit üyeliklere sahip olmaktan ziyade küçük gruplar olarak belirli konular

²⁶⁰ Neveu, s. 25.

²⁶¹ Leon vd., s.4.

²⁶² Leon vd., s.5.

etrafında örgütlenen, düşük ya da yüksek yoğunlukta etkinliklerle deneyim kazanan ve akıcı hiyerarşilere, gevşek otorite yapılarına bağlı yerel gruplardan oluşmaktadır.²⁶³

Morgül, yeni toplumsal hareketleri şöyle tarif etmektedir:

“Sorun ve ihtiyaç temelli bu hareketler, “eylemde birlik, yerelde özerklik” kabulüyle birçok ağlar (network), forumlar, koalisyonlar ve cephelerde yer alıyorlar. Ulusötesi sorunlara karşı ulusötesi teşkilatlarını yaratıyorlar. Örgütlerini fetişleştirmekten ziyade, hareketlerini kutsuyor, bireylerin yönlendirmesinden ziyade, kalabalıkları yetkilendiriyorlar.”²⁶⁴

Leo vd.’ne göre yeni toplumsal hareketlerin ortak noktaları şöyle sıralanabilir: Esneklik, yatay örgütlenme (ademi merkezi, hiyerarşisiz), birbirine bağlı yapılar (her yöne enformasyon akışı), koordineli (kolektif eylemi mümkün kılıyor), çoğaltma (yalıtılmış güçleri güçlendiriyor) ve ortak değerler etrafında seferberlik.²⁶⁵

Melucci’ye göre de yeni toplumsal hareketlerin ağ biçiminde örgütlenmesi merkezdeki bireyleri daha geniş bir katılımcılar ağına bağlayan “gayri resmi” ilişkiler ağını ve hareket tarafından üretilen kültürel ürünleri de kapsamaktadır.²⁶⁶ Ona göre ağ biçiminde örgütlenmenin çeşitli sonuçları vardır: 1- Çoklu üyeliğe müsaade ederler, 2- Grup için istenen aktivizm, part-time ve kısa dönemlidir, 3- Bireysel olarak zaman ayırma ve duygusal dayanışma birçok grupta katılım için istenen bir koşuldur.²⁶⁷

Castells’e göre ise yeni toplumsal hareketlerin ağ biçiminde örgütlenmesi yeni teknolojik paradigmanın kurulmasına olanak veren ve “ağ mantığı” ve “esneklik”e dayalı yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinden kaynaklanmaktadır..²⁶⁸

Yeni toplumsal hareketlerin örgütlenme biçimleri, muhalif oldukları sistemin karşısında alternatif yapılar oluşturmayı hedeflemektedir. Bu hareketlerde gönüllük temel alınmakta, imece usulü yardımlaşma egemen olmakta, lider yerine sözcü ön plana çıkarılmakta, kendilerine dahil olan hareketler bileşenler olarak adlandırılmakta ve çatışan hareketler bile aynı koalisyon altında yer bulabilmekte, aktivist sözcüğü tercih

²⁶³ Nash, s. 103-104.

²⁶⁴ Tan Morgül, “Türkiye’de Dramatik Bir Ortasınıf Hikayesi: Solculuk”, **Birikim**, No.: 197, Eylül 2005, s. 22.

²⁶⁵ Leon vd., s.7.

²⁶⁶ Melucci, s. 91.

²⁶⁷ Melucci, s.92.

²⁶⁸ Leon vd., s.1.

edilmekte, oy yerine uzlaşma ve ikna süreçleri uygulamakta ve daha katılımcı bir demokrasi arayışı söz konusudur.

4.2.2 Karnavalesk eylemler

Yeni toplumsal hareketler eylem tarzlarını monoton, sıkıcı, klasikleşmiş gösteri tarzlarından kurtarmaya çalışmaktadırlar. Yeni toplumsal hareketler protestolarında görsel sanatlara, komikliğe, hicve, karnavalı andıran unsurlara ağırlık vermektedirler. Aktivistler, sanatsal teknikleri taklit etmekte, bedenlerini kampanyanın nesnesi olarak kullanmakta, bedenleri onların direniş alanı haline gelmektedir.²⁶⁹

Amerika'daki yurttaş hareketlerinden yola çıkarak aktivistlere önerilerde bulunan Shaw, aktivistlerin stratejilerini tanımlarken aktivistlerin proaktif biçimde hareket etmesi, eğlenceli, etkili taktikler izlemesi gerektiğinden söz etmektedir. Ona göre tüm toplumsal değişim aktivizminin temelinde, proaktif strateji ve taktik planlama bulunur. Günümüz aktivistleri, eski rakipleriyle ittifak kurmalı, oy sandığı inisiyatifleri hazırlamalı, avukatları ve medyayı sorunlara karşı hareket geçirmeli ve alternatif programlar hazırlamalıdır: “Bana kalırsa günümüz insanları, tabanını örgütlemek dünyada değişimlere yol açan kampanyalar başlatabildiği o geçmişte kalmış gibi görünen döneme karşı bir nostalji besliyor.”²⁷²

Yeni toplumsal hareketlerde eylem de parçalanmışlık arz etmektedir. Sokak gösterilerinde eğlenceli, renkli, farklılıkları içeren yeni toplumsal hareketler için eylem, karnaval havasında geçmektedir. “Karnaval sırasında dünya alaşağı edilir, deli kral olur ve kral da deli. İnsanlar farklı bir dünyanın nasıl olduğunu görürler: rahiplerin ya da kralların; polislerin ve şirketlerin olmadığı bir dünya. Karnaval varolan gerçeklikten ve kurulu düzenden geçici olarak özgürleşmeyi ilan eder. Tüm hiyerarşileri, ayrıcalıkları, normları ve yasakları askıya alır.”²⁷³

²⁶⁹ Scott ve Street, s. 44.

²⁷² Randy Shaw, **Aktivistin El Kitabı**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2001, s. 19-20.

²⁷³ Stephen Duncombe, “*Stepping Off the Sidewalk.: Reclaim the Streets NYC*”, **From Act Up to the WTO, Urban Protest and Community Building in the Era of Globalization**, Benjamin Shepard ve Ronald Hayduk (ed.), London: Verso, 2002, s. 221-222.

Karnavalesk yapılar, Benjamin'in deyimiyle "politikanın estetikleştirilmesi"ne yaramaktadır. Karnaval da ticarileşebilir ya da ticarileşmiş mekanlarda gerçekleşebilir.²⁷⁴

Boyd'a göre karnaval biçiminde protesto, doğası gereği, açık ve ortak bir mesaj taşımamaktadır: "Eğer katılımcı ya da doğrudan gözlemci değilseniz gerçek duygu uyanmayabilir ve özgün politik mesaj yitip gidebilir. Yeni tarz protestoların en güçlü yönü olan çoğulcu ve ifadesel yönü aynı zamanda en büyük zaafıdır."²⁷⁵

Ancak bu parçalanmışlık beraberinde kolektif eylemin sınırlı kalmasına yol açmaktadır. Her bir birey birden fazla kimlik teşkil ettiği için bu bireyin uzantıları gibi toplumsal yaşayışta yaratmak istediği değişim için harcanacak çaba da parçalara bölünmektedir. Sınıf, haksızlığa uğrayan insanları kolektif eyleme yöneltmek için daha kapsamlı ve bütünleştirici bir kategoridir. Oysa kimlik çok parçalıdır.

4.2.3 Sembolik iletişim

Yeni toplumsal hareketler kaynakları ölçüsünde her tür iletişim biçimini ve aracını hedeflerine ulaşmak için eylemlerinde seferber etmektedir. Sokakta halkla ve diğer aktivistlerle kurulan yüz yüze iletişim, sokakta dağıtılan el broşürleri, afişler, posterler, müzik ve video cdleri, rozetler vb. malzemeler, kampanyaların ve eylemlerin daha geniş kitlelere duyurulmasını sağlayan ulusal ve yerel gazete, radyo, televizyonlar; internet üzerinde e-posta listeleri, siteler, tartışma grupları ve forumlar yeni toplumsal hareketlerin başvurduğu iletişim yöntem ve araçlardır.

Diani, yeni toplumsal hareketlerin iletişimine ilişkin oluşturduğu tipolojide dört tür iletişimin varlığından söz etmektedir.²⁷⁶

- 1- Özel-doğrudan iletişim: Yüz yüze, buluşma, toplantı, etkinlikler.

²⁷⁴ Scott ve Street, s. 43.

²⁷⁵ Andrew Boyd, "Irony, Meme Warfare and the Extreme Costume Ball", **From Act Up to the WTO, Urban Protest and Community Building in the Era of Globalization**, Benjamin Shepard ve Ronald Hayduk (ed.), London: Versu, 2002, s. 249.

²⁷⁶ Mario Diani, "Social movement networks", **Culture and Politics in the Information Age**, Frank Webster (ed.), London: Routledge, 2001, s. 120.

2- Özel-araçlı iletişim: Posta, telefon, e-posta listesi gibi teknik bir alet kullanılır.

3- Kamusal-doğrudan iletişim: Kamusal alanlar, gösteriler, broşürlerin dağıtılması, yürüyüşler vb.

4- Kamusal-araçlı iletişim: Tüm kitle iletişim araçlarının kullanımı, basın bültenleri, reklamlar, kampanyalar vb.

Yeni toplumsal hareketlerde söylem, slogan ve sembol üretimi ön planda yer almaktadır. Fairclough ve Graham’a göre bilgi temelli ekonomi düşüncesi ve onun tamamlayıcısı olan “enformasyon toplumu” söylem-temelli ekonomiyi ve toplumu gerektirmektedir: “Bilginin üretim, değiş tokuş ve tüketim döngüsü bir yandan bilgilerin (söylemleri) toplumsal pratikler olarak eyleme ve etkileşim yöntemleri olarak “işleyimleştirilmesi” ve diğer yandan bilgilerin (söylemlerin) bir öznenin kendisini ve dünyayı bilme yöntemleri, varolma yöntemleri, kimlikler olarak “aşılmasını” içerir.”²⁷⁷

Yeni toplumsal hareketler de kendi sembollerini üreterek farklı iletişim kanallarında bu sembollerin görünürlülüğü için de mücadele vermektedirler. 1980’lerle birlikte muhalif hareketlerin politik formlardan kültürel alana kaydığını öne süren Melucci’ye göre yeni toplumsal hareketler, kültürel alanda ve sembolik üretim yoluyla varlıklarını sürdürmektedir.²⁷⁸ Melucci, ayrıca McLuhan’ı hatırlatan biçimde yeni toplumsal hareketlerde yer alan aktörleri yeni medyalar olarak tanımlamaktadır. Aktörler yalnızca maddi hedefler için değil, aynı zamanda sembolik ve kültürel menfaatleri için de savaşılmaktadırlar. Dünyayı farklı bir şekilde adlandırma birdenbire hakim kodları alt üst eder.²⁷⁹

²⁷⁷ Norman Fairclough ve Phil Graham, “*Eleştirel Söylem Çözümlemecisi Olarak Marx: Eleştirel Yöntemin Yaratılışı ve Küresel Sermayenin Eleştirisi ile Bağlantısı*”, **Söylem ve İdeoloji**, Barış Çoban ve Zeynep Özarslan(çev.), İstanbul: Su Yayınları, 2002, s. 186.

²⁷⁸ Melucci, s. 81.

²⁷⁹ Melucci, s. 93.

4.3 Yeni toplumsal hareketlerin haberleşme ve örgütlenme aracı İnternet

İnternet, yeni toplumsal hareketler için de geleneksel iletişim araçlarından farklı olarak “alternatif” bir medya olmayı vaat etmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının sermaye gruplarının elinde yoğunlaşması sonucunda kamusal alanda seslerini duyurma imkanı bulamayan yeni toplumsal hareketler için internet; ucuzluğu, zaman ve mekan sınırı tanımaması, geleneksel hiyerarşik yapıların dayattığı “dikey iletişim” yerine “yatay iletişim”e dayanmasıyla söz konusu hareketlerin haberleşme, örgütlenme ve eylem kapasitelerini arttırmakta ve küreselleşmesine yardımcı olmaktadır. Kimlik temelli hareketler olarak görülen yeni toplumsal hareketler; iletişimlerini büyük oranda kurdukları sanal gruplar aracılığıyla yürütmekte, yine internet aracılığıyla aktivist toplamakta, belirli sorunlar etrafında toplanan “sanal cemaatler” yaratmakta, aktivistlerini bilgilendirmek ve harekete geçirmek için websiteleri, haberleşme listeleri, bülten panoları, sohbet odaları gibi araçlardan yararlanmaktadırlar.

Yeni toplumsal hareketler, küreselleşme karşıtı bir protesto ve örgütlenme aracı olarak internetle ilk kez 1998’de MAI (Çok Taraflı Yatırım Anlaşması) karşıtı kampanyayla tanıştılar. Gizli yürütülen MAI görüşmelerinin internete sızdırılmasıyla birlikte 70 ülkeden 600 kuruluşun desteklediği uluslararası bir kampanya düzenlenerek metnin onaylanması engellendi.²⁸⁰ Meksika’da topraksız köylülerin özerkliği için mücadele veren yerel Zapatista hareketi de internet sayesinde küresel düzeyde sesini duyurarak uluslararası destek sağlamıştır. Kapitalizm karşıtı hareketin miladı sayılan ve Dünya Ticaret Örgütü toplantısına karşı düzenlenen Seattle (1999) olaylarında da internet, aktivistler tarafından etkin biçimde kullanıldı: DTÖ’yü durdur! (StopWTO Round) e-posta listesi sayesinde İnternet kullanıcıları DTÖ’ye ilişkin ayrıntılı bilgi edindi.

²⁸⁰ Peter Van Aelst ve Stefan Walgrave, “*New Media, New Movements?*”, Wim Van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon ve Dieter Rucht.(ed.), **Cyberprotest, New media, Citizens and Social Movements**, London: Routledge, 2004, s. 100.

4.3.1 İnternet: “Alternatif medya”

Yeni toplumsal hareketler için internet, “alternatif” medya olarak nitelendirilmektedir. İnternetin alternatifliği, kitle iletişim araçlarına göre bir alternatiflikten kaynaklanmaktadır. Yeni toplumsal hareketler; özel sermayenin tekeline girmiş, kurumsallaşmış, kâr amacı güden yapılara dönüşen ve hedef kitlesine ağırlıklı olarak eğlence, kaçış, reklam içerikleri sunarak onu tüketiciye dönüştüren, toplumdaki egemen görüşlerin temsilcisi haline gelmiş kitle iletişim araçlarında kendi davalarını duyuramamakta, internet ise görece ucuzluğu, etkileşime olanak tanınması, zaman ve mekan engellerini aşması gibi nedenlerden ötürü alternatif bir haberleşme aracı, bir medya oluşturmaktadır.

İnternet, yeni toplumsal hareketler için tek olmasa da öncelikli iletişim araçlarından biridir. Castells, yeni toplumsal hareketlerin iletişim araçlarını seferber etmelerine dikkat çekmektedir: “Enformasyonel toplumun bir özelliği olarak, yeni protesto hareketleri mesajlarını ve taleplerini sembolik politikalar biçiminde şekillendiriyor. Manifestoları ve silahları haber değeri yaratan araçlarıysa medyayı kullanma yetenekleri de onların en temel mücadele araçlarını oluşturuyor”²⁸¹. Castells, yeni toplumsal hareketleri enformasyon toplumu bağlamında ele alarak yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin bu hareketler için vazgeçilmez olduğuna değinmektedir.

Bennett’a göre de e-posta, haberleşme listeleri gibi mikro-medya ve kişisel web siteleri (bloglar), hareketlerin siteleri, e-zinesler gibi internet kanallarıyla kitle iletişim araçlarından farklı bir kamusal alan yaratılabilmektedir.²⁸²

Yeni toplumsal hareketler için İnternet, tekelleşmiş, Devlet denetimli medya düzeninin dışına çıkmayı sağlarken aktivistlerin internet üzerinde kurdukları iletişim, örgütlenme tarzları “siberaktivizm”, “sanal aktivizm” vb. olarak adlandırılmaktadır.

²⁸¹ Castells, **The Power of Identity**, s. 107.

²⁸² Lance Bennet, “*Communicating Global Activism*”, Wim Van de Donk, vd..(ed.), **Cyberprotest, New media, citizens and social movements**, London: Routledge, 2004, s. 131.

4.3.2 İnternetin yeni toplumsal hareketler için olanakları

“Enformasyon toplumu” kuramcısı Castells de “ağ toplumu”nun özellikle yeni toplumsal hareketleri özendirerek demokrasiyi getireceğine inanmaktadır. 20. yüzyılda değerlerin ve toplumsal kurumların kolektif eylemini amaçlayan toplumsal hareketlerin kendilerini İnternet üzerinden ifade ettiklerini dile getiren Castells, “Sibermekan insanlığın hoşnutsuzluklarının kakofoni haline patladığı küresel bir elektronik agora”ya dönüşmüştür”, demektedir.²⁸³ Castells’e göre İnternetin teknolojik potansiyeli, bireysel ve kolektif protesto biçimlerini olanaklı kılmaktadır.

“İnternet üzerinde kullanıcıların enformasyon paylaşımına dayalı ve ağdan ağa iletişim, medyayla aracılanmış dünyada yeni etkileşim ve çağımızın meselelerini kamusal tartışma yöntemleri yaratıyor. Aktivizmin yeni çağı başlıyor, insanlar küreselleşmenin hızıyla doğru oranda kendilerini korumaya ve etkilerini en azından tartışarak mücadele etmeyi uluslararası boyutlarda örgütlüyorlar.”²⁸⁴

İnternet yeni toplumsal hareketler için üç nedenden ötürü öncelikli medya konumundadır: 1- Enformasyon Çağı’nda ortaya çıkan toplumsal hareketler temelde kültürel değerlerin etrafında birleşmekte, bu değerlerin bir iletişim sistemiyle aktarımı öncelikli hale gelmektedir. 2- Toplumsal hareketler, kendilerinden önceki hareketlerin dikey ve dolayısıyla hiyerarşik örgütlenmelerine karşı çıkmakta, internet hiyerarşiyi aşan ve yatay iletişim imkanı sunmaktadır. 3- Dünya üzerinde iktidar ulus-devlet sınırlarını aştığı için toplumsal hareketlerin de küresel bir iletişim aracına ihtiyaç duymaktadır²⁸⁵.

İnternetin yeni toplumsal hareketler için diğer iletişim araçlarına göre avantajlı yanları bulunmaktadır. Scott ve Street’e göre internet hiyerarşik örgütlenme biçimleri kurmadan, geniş coğrafyaya yayılmış hareketlerin koordinasyonunu büyük ölçüde kolaylaştırmakta, çok az maliyetli, etkisi büyük bir iletişim sağlamakta, kitle iletişim araçlarından farklı olarak aktivistlere ürettikleri enformasyon üzerinde denetim imkanı

²⁸³ Castells, *The Internet Galaxy*, s. 138.

²⁸⁴ Ana Nogueira, “*The Birth and Promise of the Indymedia Revolution*”, **From Act Up to the WTO, Urban protest and community building in the era of globalization**, Benjamin Shepard ve Ronald Hayduk (ed.), London: Versu, 2002, s. 292.

²⁸⁵ Castells; s. 139-142.

sağlamaktadır.²⁸⁶ Diani de internetin toplumsal hareketler için sunduğu imkanları şöyle sıralamaktadır: Hızlı iletişim, iletişim maliyetinin ucuzlaması, arşiv özelliği, aktivistler arası etkileşim, aktivistlerin sanal mekanda bir araya gelerek fiziksel mekandaki parçalanmanın önüne geçilmesi.²⁸⁷ Diani, İnternetin olanaklarını şöyle özetlemektedir:

“Elektronik postanın yayılması, aynı örgütün yerel ve ulusal şubeleri arasında; yerel, ulusal ve uluslararası koalisyonların üyeleri arasında; bireysel üyeler ile bağlı oldukları örgütler arasında iletişimi kolaylaştırıyor. İletişim teknolojisi, etkileşime dayalı ve çok yönlü iletişimi destekleyerek belirli konularla ilgili bireyler arasında tartışma grupları oluşturmalarını sağlar.”²⁸⁸

Duncombe’a göre ise internet yalnızca enformasyonun hızlı dağıtımını değil, aynı zamanda hedefler ya da müttefikler hakkında ucuz ve hızlı bilgi edinmeyi sağlamakta, masaüstü yayıncılık uygulamaları sayesinde kampanyaların hazırlanmasını ve paylaşımını kolaylaştırmakta, sayısal teknolojilerindeki gelişmeler ve bunların ucuzlaması sayesinde sanal cemaatlerin uzak mesafelerle iletişimi kurulmakta, birbiriyle bağlı olmayan kampanyalar bile birbirine bağlanmaktadır.²⁸⁹

İnternetin sunduğu teknolojik olanaklar yeni toplumsal hareketler açısından farklı biçimlerde kullanılmakta ve yeni örgütlenme, eylem ve söylem tarzları geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Langman ve Morris, yeni toplumsal hareketlerin interneti kullanım amaçları ve biçimlerine göre bir tipoloji oluşturmuşlardır. Langman ve Morris’e göre altı tür siberaktivizm bulunmaktadır:

1- Hareketlerin birbirine bağlanması: İnternet üzerinden yeni toplumsal hareketler mekansal engelleri aşarak örgütlenmekte, kampanyalar düzenlemekte, internet siteleriyle hareket ilişkin bilgi vermekte, diğer hareketlerden haberdar olabilmekte ve ilişki

²⁸⁶ Scott ve Street, s. 46.

²⁸⁷ Diani, s. 118-119.

²⁸⁸ Diani, s. 118.

²⁸⁹ Duncombe, s. 26.

kurabilmektedirler. İnternet varolan mücadelelerin ve yeni eylemlerin uzantısı olan etkin bir araçtır.

2- Sermaye ve enformasyon akışının sağlanması: Yeni toplumsal hareketler internet üzerinden fon toplamakta, medya tekellerine karşı dosya ve enformasyon paylaşım siteleri kurulmaktadır.

3- Alternatif medya: Yeni toplumsal hareketler, kitle iletişim araçlarından farklı olarak kendi enformasyonlarının üretimini ve denetimini ellerinde bulundurmakta, içeriklerin tekipleştiği tekelci medya karşısında yerel ve çeşitli haberlere yer veren haber siteleri ortaya çıkmaktadır.

4- Doğrudan siberaktivizm: İnternet politik eylem için doğrudan kullanılmaktadır.

5- İnternetle mücadele ve yapılandırma hareketleri: Teknolojiye erişim ve açık kaynak yazılımı için mücadele eden hareketler.

6- Sanal cemaat inşası: Haberleşme grupları, sohbet odaları, online forumlar aracılığıyla aynı konulara ilgi duyan ve bu konularda mücadele veren aktivistler sanal cemaat oluşturmaktadır.

Vegh ise siberaktivizmin üç türünden söz etmektedir:²⁹⁰ 1- Farkındalık, taraftarlık yaratma: Uğrunda savaşılan davaya ilişkin enformasyona erişimle kamusal farkındalık sağlanmaktadır. İnternet, alternatif haberler için enformasyon kaynağıdır. Kitle iletişim araçlarının genellikle görmezden geldiği, yanlış aktardığı ya da hiç aktarmadığı haberler bireyler ya da bağımsız kurumlar tarafından verilir. Bu tarz enformasyon dağıtan site ve haberleşme kanallarının iki rolü vardır; yasaklanması muhtemel haberler için bir kanal oluştururlar ve sansür ve insan hakları konularına

²⁹⁰ Sandor Vegh, “*Classifying Forms of Online Activism*”, Martha McCaughey ve Micheal D. Ayers, **Cyberactivism**, London: Routledge, 2003, s. 72-76.

karşı açık bir tartışma ortamı sağlarlar. 2- Örgütlenme ve seferberlik: İnternet üç türlü örgütlenme ve seferberlik sağlamaktadır: e-posta ya da web sitesi yoluyla aktivistler, belirli bir yer ve zamanda eyleme çağrılır (off-line action); siyasi temsilcilere mektup yazılır, imza toplanır; internet üzerinden (on-line action) eylem düzenlenir.

Web siteleri yeni toplumsal hareketler için hareketin kimliği, imza kampanyalarının ve harekete ilişkin formel bilgilerin yer aldığı bir mekan iken sanal gruplar haberleşmenin ve tartışmaların yürütüldüğü cemaat kimliğinin oluştuğu mekanlardır. Haberleşme grupları daha geniş bir kitle içi tartışma davaya zaten sempati duyan insanlar haber dağıtma ve olaylar hakkında bilgilendirme hareket içindeki aktivistlerin birbirleriyle iletişim kurmasını sağlama gibi işlevler üstlenir.²⁹¹

4.3.3 İnternetin yeni toplumsal hareketler için sınırları

Tüm bu özellikler, interneti ayrıcalıklı kılsa da internetin dünyaya yayılmasının tarihsel olarak tek ideolojinin egemenliğini dayattığı ve bireylerin büyük ideolojilere, siyasete ve demokrasiye güvenini kaybedip kayıtsızlaştığı bir dönem olan Soğuk Savaş sonrası döneme rastlaması, internetin kullanımının birçok ülkede üst-orta gelir gruplarıyla sınırlı kalması (sayısal uçurum), bu kullanımın da iş ve boş zaman ekseninde biçimlenmesi, internetin içeriğinin giderek ticarileşmesi (hem küresel sermaye grupları tüketime ilişkin verilerin toplanması açısından etkin bir gözetleme aracı olması hem de internetin tüketim ekonomisinin başat sektörlerinden reklam için yeni bir mecra oluşturması), internet kullanıcıları arasındaki kültürel ve dilsel farklılıklar gibi etkenler yeni toplumsal hareketlerin seslerini internet üzerinden geniş kitlelere duyurabilmeleri açısından başlıca engelleri oluşturmaktadır.

İnternetin toplumsal kullanımına ilişkin bu genel çerçevenin yanı sıra yeni toplumsal hareketlerin grup dinamiği açısından konuya yaklaştığımızda ise enformasyonun ve yeni teknolojilerin denetiminin belirli kişilerin elinde toplandığını görmekteyiz. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri yeni toplumsal hareketler için

²⁹¹ Vegh, s. 76.

haberleşme ağı oluşturmakla birlikte diğer iletişim yöntem ve araçlarıyla ele alındığında anlam kazanmaktadır.

Öncelikle, internet yeni toplumsal hareketlerin eylem ve örgütlenmelerinde kullandıkları tek iletişim aracı değildir. Yeni toplumsal hareketler, protestolardan önce ve eylemler sırasında eski ve yeni birçok iletişim aracını seferber etmekte, eylemin niteğine ve türüne göre farklı iletişim araçları kullanmaktadırlar: Cep telefonu, telsiz, radyo alıcıları, yerel televizyon, kitle iletişim araçları internetin yanı sıra kullanılan araçlardır.

Küresel aktivizmin temsilcisi sayılan Zmag'ın kurucularından Michael Albert, internetin aktivizmin yaygınlaşmasında tek araç olmadığına değinmektedir:

“İnternet, çalışmalarımıza birçok bakımdan yararlı olan güçlü bir silahtır. Ama internetle, ağırlıklı olarak, bizim söylemek zorunda olduğumuz şeyleri insanlarla haberleşiriz. Bizim sitemizi ziyaret eden ve listelerimize dahil olurlar çünkü zaten hareketimizin bir parçasıdır.”²⁹²

Albert, “Yeni insanlara nasıl ulaşabiliriz?” sorusuna kamusal yerlerde gösteri yaparak, broşür dağıtarak, ajit-propla, gerilla tiyatrosuyu, yolda vakit ayırarak, konuşarak gibi taktikler önermektedir. “En başta akılda tutmamız gereken husus, küçük bir muhalifler ordusunun kazanabileceği küçük bir savaş yürütmediğimizdir. Kazanmamız için ki önemli olan budur kitlesel oranlara ulaşmalıyız.”²⁹³ Albert, çeşitli ve giriş düzeyinde katılıma olanak tanıyan çok daha fazla sayıda olay ve etkinlik örgütlemekten, yeni ilgilenmeye başlayan insanların katılımını devam ettiren daha yerel araçlar yaratmaktan söz etmektedir.

Teknolojik kullanım, internete erişimin sınırlı olması, internetin yeni orta sınıfın ayrıcalıklı aracı haline gelmesi yeni toplumsal hareketlerin yayılmasının önünde bir engel teşkil etmektedir. Yaşa ve cinsiyete göre ayrımlar da internet kullanımını belirlemektedir. Özellikle ağların küreselleşmesinin önündeki en büyük engellerden biri de İngilizce sorunudur. İnternette enformasyonun parçalanmış yapısı, enformasyonun

²⁹² Michael Albert, **Değişimin Yolu, Toplumsal Dönüşüm için Aktivist Stratejiler**, Orhan Akalın (çev.), İstanbul: Aram, 2002, s. 22.

²⁹³ Albert, s.24.

metalaşması ve İnternetin giderek popüler kültürün hakimiyeti altına girmesi yeni toplumsal hareketlerin yayılmasının önünde bir engel oluşturmaktadır.

Latin Amerika’da yapılan bir araştırmada internetin yeni toplumsal hareketlerin yayılmasının önünde oluşturduğu sınırlar şöyledir: Bağlantı sorunu, internete erişim sorunu, teknik beceri, yazılı-sözlü kültür farkı, dil sorunu, sosyo-ekonomik ve cinsiyete dayalı sayısal uçurum, donanım ve erişime ilişkin teknik sorunlar, bilgisayar okuryazarlığı, eğitim ve personel sorunu ve teknolojinin kültürel olarak özümsemesi.²⁹⁴

Diğer yandan, sanal cemaatlerin yönetimi için gerekli olan “moderatörlük” kurumu, kitle iletişim araçlarındaki editörün görevi olan “yeni eşik bekçileri” rolünü üstlenmekte ve hareket içinde enformasyonun üretimini ve akışını denetlemektedir.

Ayrıca, internette bir toplumsal hareketin sesini duyurabilmesi ve kitlesini genişletebilmesi için yine de kitle iletişim araçlarına gereksinimi vardır. Politikaya yeni ilgi duyan birinin yeni bir toplumsal hareketi keşfetmesi için ise merak ve arama motorlarında doğru kelimelerle arama yapmaya ihtiyacı vardır!

Wright, İnternetin yeni toplumsal hareketler için doğurduğu sonuçları şöyle özetlemektedir: İnternet bir yandan hareketler için daha zengin, çok sayıda iletişim imkanı tanırken diğer yandan bu hareketlerin toplumsal değişim sürecinin bütünü içinde kolektif değerini daha az başarıyla tanıtmaktadır. “İnternet bir yandan kolektif anlam oluşturma sürecine hizmet eden zengin malzemelere erişim sağlamaktadır. Diğer yandan e-postaya dayalı tartışmanın doğası, sloganlaştırmının analize üstün gelme tehlikesini sürekli olarak barındırmaktadır.”²⁹⁵

Breslow’a göre günümüzde sivil toplumun yeniden mekansallaştırılması söz konusudur ve internet de bunu derinleştirmektedir. İnternet, post-sivil toplumun sonucu olan yalıtılmışlık duygusunu arttırmaktadır. İnternet; sivil toplumu oluşturan toplumsal süreçlerin parçalanmasına katkıda bulunmaktadır; gerekli olan anlık, çabuk yüz yüze

²⁹⁴ Leon vd., <http://alainet.org/publicamsred/en/chapter2.html> (30 Haziran 2004).

²⁹⁵ Steve Wright, “ICTs in Anti-capitalist Movements”, Wim Van de Donk vd. (ed.) **Cyberprotest, New media, citizens and social movements**, London: Routledge, 2004, s. 90.

toplumsal etkileşimler kentte meydana gelmemekte, mesafeler çok fazla ve çok açıktır. Ayrıca, internet kullanıcıda sosyalleştiği duygusu yaratsa da bu duygunun dayanışmaya ne kadar dönüştüğü tartışılır. “Bu yüzyıl boyunca politik ve toplumsal değişim, hem toplumsal hem de mekansal dayanışmanın sonucunda meydana gelmiştir; insanlar protesto etmek için bir araya gelmişlerdir.”²⁹⁶ İnternetin mekansal eksikliği, onun derinliğini ve insanlar arasındaki mesafeleri koruma özelliği dayanışmaya karşı işleyecektir.

²⁹⁶ Harris Breslow, “*Civil Society, Political Economy and the Internet*”, **Virtual Culture**. Steven Jones (ed.), London: Sage, 1997, s.254.

5. KÜRESEL BAK AKTİVİSTLERİNİN İNTERNETİ KULLANIMI

Araştırmada varsayımların sınanması için Türkiye’den Küresel Barış ve Adalet Koalisyonu (Küresel BAK) hareketinin örneklem olarak seçildiği bir saha araştırması yürütülmüştür. Türkiye’de savaş karşıtı hareketler içerisinde en geniş aktivist kitlesine sahip olması, yeni toplumsal hareketlerin özelliklerini içermesi hareketin seçilmesinde önemli etkenlerdir. Saha araştırmasında birçok yöntem bir arada kullanılmıştır. Araştırmacı, harekete ilişkin bilgi-belge toplamanın yanı sıra, hareketin yürüttüğü etkinlik ve kampanyalara katılarak yerinde gözlemlerde bulunmuş, hareketin İnternet sitesi ve Yahoo! üzerindeki haberleşme grubunu incelemiştir. Bunun yanı sıra hareketin çekirdeğinde yer alan sözcülerle yapılan öngörüşmelerle Küresel BAK üzerine daha ayrıntılı bilgi edinilmiştir. Son olarak, haberleşme grubuna üye aktivistlerin İnternet kullanımını ölçen anket İnternet üzerinden uygulanmıştır.

5.1 Küresel BAK hareketine ilişkin genel bilgi

Küresel BAK’ın işleyişi ve örgütlenmesi hakkındaki genel bilgiler, Yürütme Kurulu üyesi ve haberleşme grubu moderatörü Yıldız Önen, Yürütme Kurulu üyesi Hakan Tahmaz, BAK sekreteri Arife Köse, aktivist Ayşegül Önen ve Filiz Ülgüt’le yapılan kişisel görüşmeler ile BAK’ın İnternet sitesinden alınan bilgilerden derlenmiştir.

5.1.1 Hareketin ortaya çıkışı ve gelişimi

Küresel Barış ve Adalet Koalisyonu (Küresel BAK) 10 Haziran 2003’te kurulmuştur. Ancak, Küresel BAK’ın öncesinde 2000’de düzenlenen Prag kampanyası, 2001’de Cenova kampanyası, Savaşa Hayır Platformu, 2002’de Irak’ta Savaşa Hayır Koordinasyonu yer almaktadır. Küresel BAK; başta Tarık Ali, Howard Zinn, Marcos olmak üzere muhaliflerin Küresel Barış ve Adalet Koalisyonu’nun (Global Peace and Justice Coalition) kurarak internet üzerinden dünyada imzaya açtığı metni alarak Türkiye’de imzaya açmışlar, Haziran 2003’te yazar Adalet Ağaoğlu’nun katıldığı bir basın toplantısıyla faaliyete geçmişlerdir. İmza metni ilk etapta 212 kişi tarafından

imzalanmış; sokaklarda açılan standlar ve internet üzerinden de yeni aktivisler kazanılarak hareket kitleselleşmiştir.

Yürütme Kurulu üyesi Hakan Tahmaz, Savaş Hayır Platformu'ndan Küresel BAK'a geçişi şöyle açıklamaktadır: "Irak'ta Savaş Hayır Platformu, örgütler ittifakı gibi algılanıyor ve sol içi çekişmelere sahne oluyordu. Bunu aşmak için daha geniş bir toplumsal zemin yaratma arayışına girdik." Savaş Hayır Platformu'nda çeşitli şiddet olaylarının da yaşandığına dikkat çeken Tahmaz, şiddeti aşmak ve yalnızca kurumların değil, bireylerin de temsil edilebileceği tek konulu bir kampanya yürütmenin gerekliliğinden Küresel BAK'ı hazırlayan sürecin doğduğuna işaret etmektedir.

Küresel BAK'ın öncelikli üç hedefi bulunmaktadır:

1-Türkiye çapında bir kampanyalar birliği inşa etmek.

2-Küresel anti kapitalist savaş karşıtı hareketle ilişkilerin çok daha organik hale getirilmesi.

3-"Örgütsüzleri" harekete geçirmek.

Küresel BAK, kendisini bir kampanyalar birliği olarak tarif etmektedir. Hareket, kampanyalar etrafında örgütlenmekte, düzenlediği tüm etkinliklerde, izlediği yöntemlerde ve kullandığı araçlarda kampanyaların kitleselleşmesi için çaba harcamaktadır.

Küresel BAK kampanyaları tek bir ana slogan ve amaç altında birleşmektedir: Irak'ta savaşı durdurmak. Küresel BAK eski sekreteri Arife Köse, faaliyet alanlarının Irak'taki savaşı durdurmak, ABD'nin dünyaya egemen olma politikalarına karşı çıkmak ve demokratik bir dünya yaratmanın alternatiflerini geliştirmek olduğunu belirtmektedir. Köse, hareketin hedefini Irak'ta savaşı durdurmakla sınırlamanın hareketi kitleselleştirdiğini ve meşru kıldığını belirtiyor: "Belki de hiçbir zaman yan yana gelmeyecek farklı görüşteki insanları, bu kampanyayla bir araya getiriyoruz."

Tahmaz da Küresel BAK'ın farklılığının değişik politik görüşlerinden bireylerin yan yana gelmesi olduğunu vurguluyor: "Siyasi görüşlerin, kurumların ya da

herhangi bir siyasi örgütlenme içerisinde yer almayan “örgütsüz” kesimlerin eşit koşullar altında bir araya gelmesini amaçlıyoruz. Örgütler arasında bir ittifak değil, bireyleri bir araya getiren ve farklılığı içeren bir hareketiz.”

Küresel BAK, uluslararası savaş karşıtı kampanyalarla da işbirliği içerisinde. Küresel BAK aktivistleri, 2003’te Paris’te, 2004’te Londra’da ve 2006’da Atina’da düzenlenen Avrupa Sosyal Forumu’na, 2003’te Kahire’de gerçekleştirilen Dünya Savaş Karşıtları Konferansı’na, 2004’te Beyrut’ta yapılan Dünya Savaş Karşıtları Buluşmasına katıldılar.

5.1.2 Örgütlenme biçimleri ve kampanyalar

Küresel BAK, yeni toplumsal hareketlerin esnek, merkezless, ağa dayalı yapısına uygun bir örgütlenme sergilemektedir. Çeşitli kurumlardan temsilcilerin yanı sıra hiçbir siyasi örgütlenmede yer almayan bireyleri de içeren Küresel BAK, aktivislerden oluşan bir genel meclisin yanı sıra 11 kişilik bir Yürütme Kurulu’na sahip. Küresel BAK’ın yürütme kurulunda şu isimler yer alıyor: Şenol Karakaş(DSİP), Mehmet Demir(HABER-SEN), Tayfun Mater(TMMOB), Yıldız Önen (DSİP), Selahattin Güven(MAZLUM-DER), Bülent Aydın(ÖDP), Nuri Ödemiş(Bağımsız), Faruk Sevim, Kudret Köksal(TÜKODER), Erol Kızılelma(SODEV), Mustafa Turgut (KESK). Genel Meclis 2-3 ayda bir toplantılar düzenlerken Yürütme Kurulu, TMMOB’un Beyoğlu bürosunda düzenli olarak her hafta toplantı düzenliyor. Yürütme Kurulu, karar yetkisine sahip olmamakla birlikte Genel Meclis’in verdiği kararların hızlı biçimde uygulanmasını sağlıyor.

Küresel BAK İstanbul içinde ve Anadolu’nun diğer kentlerinde yerel düzeyde örgütlenmeler olarak varlığını sürdürüyor. 33 ilde üyesi var. Adana, Ankara, İzmir, Bursa ve Trabzon’da da Yürütme Kurulu var. Kendi kampanyalarını örgütlemekte serbestler. Yıldız Önen özellikle vurguluyor: “Biz kendimizi Merkezi Yürütme olarak tanımlamıyoruz.” Fakat ana kampanyalarda Küresel BAK onlara bilgilendirme toplantıları düzenliyor. Yereller kendi içinde toplantılar düzenlemektedir. Adana, Adapazarı, Akhisar, Aliğa, Ankara, Aksaray, Aydın, Bartın, Bursa, Kütahya, Çorum, Denizli, Edirne, Gaziantep, Hopa, İzmir, Kırklareli, Muğla, Ordu, Samsun, Sivas,

Tekirdağ, Trabzon’da yerel BAK’lar bulunmaktadır. İstanbul içerisinde ise Beyoğlu, Çerkezköy, Gebze, Esenler, Gaziosmanpaşa, Kadıköy, Kuzguncuk, Bakırköy BAK’lar bulunmaktadır. Kadıköy ve Beyoğlu BAK’lar düzenli olarak her hafta toplanmaktadır. Kuzguncuk, Gaziosmanpaşa, Bakırköy, Zeytinburnu’nda, Avcılar, var. Ancak bunlar kampanya bazında bir araya geliyorlar. Yerel BAK’lar kendi kampanyalarını üretme, etkinlikler düzenleme konusunda serbestler.

BAK toplantılarında çoğunluk değil, uzlaşma esas alınıyor. Oylama yerine, ikna yöntemi kullanılıyor. Yıldız Önen uzlaşma sağlanmadan karar almadıklarını belirtiyor. “Bazen beş hafta aynı konuyu tartıştığımız oluyor. Beşinci haftada herkes ikna oluyor. Bazen herkesin ikna olduğu, bir kişinin karşı çıktığı şeye sonra hepimiz karşı çıkıyoruz. Yürütmede konsensüs sağlanmayan bir konuyu dışarıda tartışmamaya dikkat ediyoruz. Yürütmeden geçmeden çikalım yapalım demiyoruz. Yürütme bir konuda karar aldı ama Kadıköy’den ya da Bursa’dan itiraz geldi diyelim, bunu da yüzde yüz dikkate alıyoruz. Bazen değiştiriyoruz, bazen iptal ediyoruz.”

Küresel BAK’ta üyelik yok; hareket gönüllülük esasına dayanıyor. Kuruluş metnine imza atan herkes aktivist olabiliyor. Küresel BAK, yaptıkları işi tanımlarken eski terimler yerine yenilerini kullanmayı tercih ediyorlar: “Eylemci” yerine “aktivist”i, hatta kendilerini “BAKtivist” olarak adlandırıyorlar, “temsilci”, “başkan” sıfatları yerine “sözcü”, “moderatör”, “gönüllü”yü kullanıyorlar. Aktivist Ayşegül Önen, eski tür hareketlerde merkez komiteleri gibi kavramlar yaratılarak insanların katı kurallar ve hiyerarşik yapılar içinde hareketten soğuduğunu belirterek, Küresel BAK’ın bireysel inisiyatife olanak tanıdığını söylüyor.

Küresel BAK, bugüne kadar 10 kampanya düzenledi: Coca-Cola’nın düzenlediği Rock’n Coke’a alternatif Barışarock 2003, Irak’ta işgale son, Filistin’e özgürlük 27 Eylül 2003, 20 Mart 2004 Eylemi, Gelme Bush kampanyası (Haziran 2004), Barışarock 2004 (27-28 Ağustos 2004), Bush’a hayır (27 Eylül 2004), 19 Mart 2005 Eylemi, Bush yargılansın (4 Nisan 2005), 24 Eylül 2005 eylemi, “İncirlik kapatılsın” (18 Mart 2006).

Küresel BAK aktivistlerinin sayısını tespit etmek zor; çünkü sayı eylemin türüne göre kampanyadan kampanyaya farklılık gösteriyor.

Küresel BAK, eylemlerinde “neşeli”, herkesin dikkatini çekecek ve “katılımcı” olmaya özen gösteriyor. Bu nedenle çok çeşitli bir yelpazede eylem düzenliyor: Sokak gösterileri, standlar, üniversite toplantıları, trampetlerle bildiri dağıtımı, “afişleme”, bisiklet turu, basın açıklamaları, aktivist toplantıları, rock festivali, barış panayırı, imza kampanyaları, barış ormanı, resim sergileri, mektup gönderme eylemi, insan zinciri vb. eylemlerin dikkat çekici, neşeli olmasını aktivistlerin karakterine bağlayan Oya Demirel, kendileri gibi hareket ettiklerini vurguluyor.

Mali açıdan, hareket düzenli bir finansal kaynağa sahip değil. Düzenlenen kampanyalar ve etkinlikler çerçevesinde hareketin içinde yer alan kuruluşların imkanları seferber ediliyor. Bunun dışında gönüllülerden bağış toplanıyor, rozet satışlarından sınırlı bir bütçe sağlanıyor. Yıldız Önen, “imece” usulü bir dayanışma içinde olduklarını belirtiyor.

5.1.3 Hareketin iletişim yöntemleri ve araçları

Küresel BAK hem kendi aktivisleriyle hem de kamuoyuyla iletişimde her tür iletişim aracını seferber ediyor. Küresel BAK, birçok iletişim tekniğini ve aracını bir arada kullanıyor: Yüz yüze iletişim (sokakta imza kampanyaları, üniversitelerde aktivist kazanmak için toplantılar, mahallelerde etkinlikler düzenliyor), kitle iletişim araçları (kampanyalarını duyurmak ve kamuoyunun dikkatini Irak’ta savaşa çekmek için ünlü kişilerin öncülüğünde basın açıklamaları düzenliyor, ayrıca basında Küresel BAK etkinliklerinin duyurulması için gazetecilerle iletişim halindeler), yeni bilgi ve iletişim araçları (İnternet üzerinden yahoogroups haberleşmek için kullandıkları en düşük maliyetli ve etkin araç, ancak imza kampanyalarında imzacıların cep telefonlarını da alarak kampanya ve etkinlikleri SMS yoluyla duyuruyorlar). Kampanyaların sloganları, aktivist toplantılarında, internet üzerindeki haberleşme grubundaki tartışmalarda ve fikir alışverişlerinde belirleniyor.

Yüz yüze iletişim Küresel BAK için öncelik taşıyor. Arife Köse, yeni aktivistler kazanmak için yüz yüze ilişkinin gerekli olduğunu söylüyor. Sokaklarda

kurulan standlar, imza kampanyaları, aktivist toplantıları, üniversitelerde, sendikalarda, işyerlerinde ve yerel BAK’larda düzenlenen toplantılar, bisiklet turları, piknikler, müzik festivalleri, konserler, barış panayırı gibi etkinliklerle yeni aktivistlerle yüz yüze ilişki kuruluyor, “örgütsüzler” savaşa karşı “örgütlenmeye çağrılıyor.

Küresel BAK aynı zamanda kitle iletişim araçlarını da kampanyalarını daha geniş kitlelere duyurmak amacıyla seferber ediyor. Basın toplantıları, ünlü kişilerin basın mensupları karşısında okuduğu metinler, basın bültenleri, basında yer alan aktivist yazıları, gazetecilerle kişisel ilişkiler hareketin kullandığı yöntemler arasında. Basın açıklamaları ve bültenleri genellikle Şenol Karakaş, Bülent Aydın ve Arife Köse tarafından kaleme alınıyor. Yıldız Önen, basın açıklamalarında Mehmet Ali Alabora, Zeynep Tanbay, Mor ve Ötesi, Mehmet Gülerüz gibi sanatçıları tercih etmelerini şöyle açıklıyor: “Bütün bu hikayedeki amacımız, kamuoyuyla irtibat kurabilmek. Kamuoyunu daha çok etkileyebileceğini düşündüğümüz, daha tarafsız duran insanları seçtik.”

Tahmaz, medyanın dikkatini çekmek için Greenpeacevari eylemler düzenlemediklerini, daha katılımcı bir eylem tarzı benimsediklerini belirtiyor. Geniş kesimleri hareket geçirmek için gösterileri kitleleşleştirmeyi hedefliyorlar.

Küresel BAK tüm etkinliklerinde reklam ve halkla ilişkiler tekniklerini de seferber ediyor. Grafiker Bülent Erkmen ana kampanyaların poster, afiş, broşürlerinde yer alan görsellerin tasarımını gönüllü olarak üstleniyor. Tasarım programlarına hakim genç aktivistler de kampanyalarda kullanılan malzemelerin üretimine katkıda bulunuyorlar. Küresel BAK ayrıca sokağa yönelik ücretsiz bir bülten yayınlıyor.

5.2 Küresel BAK’ın interneti kullanımı

5.2.1 İnternet sitesi

İnternet, Küresel BAK hareketinin kurulmasında ve işleyişinde önemli bir yere sahip. İnternet üzerinden gelen uluslararası bir metin aracılığıyla kurulan hareket, kurulduğu ay içerisinde <http://www.kureselbarisveadalet.org/bak/> adresinden yayına başladı. Sitenin teknik altyapısı, tasarımı ve içeriği gönüllü aktivistler tarafından

hazırlanıyor. 3 Temmuz 2006 itibariyle Küresel BAK'ın internet sitesinde 354.119 ziyaretçi, 600 tane haber ve 633 üye bulunuyor.

Bülent Aydın, Küresel BAK'ın internet sitesini hareketin “kartviziti” olarak tanımlayarak sitenin amacının hareketle ilgili bilgi vermek ve arşiv oluşturmak olduğunu söylüyor. Oya Demirel de internet sitesinin başlıca iki temel işlevi bulunduğunu söz ediyor: “Sitenin savaş karşıtı harekete destek olmak gibi bir amacı var. Öncelikle, insanların bizim hareketimizi görmesi gibi bir kaygımız var. Bunun dışında, ulaşabilecekleri çeşitli kitap tanıtımları, makaleler vb. sunuyoruz. Savaşla ilgili insanın aklına birşey geldiğinde savaşın yüzünü ve buna karşı birşeylerin de yapıldığını görmelerini istiyoruz.”

Sitenin içeriğinde Küresel BAK'a ilişkin genel bilgiler, yerel BAK'ların sözcüleri ve irtibat numaraları, tüm kampanyalara ilişkin yapılmış olan etkinlik, basın açıklaması vb. duyuru metinleri, kampanya fotoğrafları, aktivist olmak isteyenler için üyelik seçenekleri, imza metinleri yer alıyor. Oya Demirel, internet sitesinde en son düzenlenen ya da düzenlenmekte olan kampanyanın duyurusunun en üstte yer aldığını, eyleme gelemeyenler için ise eylem ve etkinliklere ilişkin raporları düzenli olarak yayınladıklarını belirtiyor: “İnternet sitesi sayesinde insanlar, eylemlerin yapıldığını ve nasıl bir eylem olduğun görme fırsatına sahip oluyorlar. Aktivistlerin izlenimlerini koyuyoruz. Sıcak, neşeli eylemler yapıyoruz. Bunlardan haberdar oluyorlar.”

İnternet sitesine konulan görsel malzemeler (etiket, afiş, animasyon vb.) ve fotoğraflar gönüllü aktivistler tarafından üretiliyor. Siteye konulan fotoğrafların seçiminde eylemleri ve etkinlikleri birebir yansıtmamanın önemli olduğuna dikkat çeken Oya Demirel, canlı renkler ve farklı görüntüler kullanarak siteyi daha dikkat çekici hale getirmeye çalıştıklarını belirtiyor.

İnternet sitesi reklam ya da başka bir finansal gelire sahip değil. İnternet sitesinde ücretsiz üyelik seçeneği yer alıyor. Siteye üye olan aktivistler aynı zamanda haberleşme grubuna da üye olmuş oluyorlar.

Küresel BAK, internet sitesini duyurmak için basılı materyeller ile interneti kullanıyorlar. Aydın, Küresel BAK'ın adresi olarak tüm yazılı materyallerin altına

www.kureselbarisveadalet.com adresini eklediklerini belirtiyor. Oya Demirel de diğer sitelerin Küresel BAK'a link verdiğini, bazı sanal forumlara ve haberleşme gruplarına Küresel BAK'ı tanıtıcı ve etkinlikleri duyurucu e-postalar attıklarını ekliyor.

İnternet sitesinde forum olmamasını forumla ilgilenecek moderatörün bulunmamasına bağlayan Oya Demirel, forumu ciddi bir ihtiyaç olarak görmediklerini belirtiyor: “Küresel BAK, kampanyalar platformu. Ancak bir gönüllü çıkıp forum yapalım derse yapabiliriz. Amacımız savaşa karşı durmak ve başka bir konunun yer almasını da pek tercih etmiyoruz aslında. Biz Küresel BAK'ın sadece savaş karşıtlığı üzerinden kendisini ifade etmesini istiyoruz.”

Yıldız Önen'e göre internet sitesine ilişkin en önemli sorun güncelleme: “Çok az kadroyla çalışmaktan kaynaklanıyor. Büronun dışında birisinin bu siteyi yapma şansı yok. Çünkü buradaki bilgileri bilmesi gerekiyor. İstanbul'dan birkaç gönüllü arkadaş oldu. Siz bize bilgileri gönderin, güncelleyelim dediler. Olmadı. Çünkü bilgiler burada merkezileşiyor ve günlük olarak değişiyor esasında. E-mail grubu bu açıdan çok daha kullanışlı. Yanlış yazıyorsun, aaa yanlış yazdım diyorsun ve bir daha gönderiyorsun. Biri cevap yazıyor. Bir etkileşim var. Web sitesinde bu yok.”

Aydın'a göre ise sitenin avantajı, özellikle İstanbul dışında olan ve BAK'ın ne olduğunu öğrenmek isteyenlere bilgi sağlaması.

Arife Köse, istatistiklere göre, ziyaretçilerin siteye Google'dan Küresel BAK yazıp girenlerin birinci sırada olduğunu, ikinci sırada ise Mor ve Ötesi grubunun sitesinden geldiklerini girenler olduğunu söylüyor.

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa hareketin İnternet sitesi, harekete ilişkin temel bilgileri içeren sayfalardan oluşuyor ve İnternet'in diğer iletişim araçlarından farklı olarak sağladığı çeşitli avantajlardan yararlanmıyor (güncellik, etkileşim, multimedia kullanımı, dil) Hareket, örgütlenmek, birey ve kurumlarla iletişim kurmak, etkinliklerini duyurmak için e-mail gruplarını tercih ediyor.

5.2.2 Haberleşme grubu

Küresel BAK'ın haberleşme grubu, Haziran 2003'te Yahoo! üzerinde barisveadalet@yahoogroups.com olarak kuruldu. 12 Haziran 2006 tarihi itibarıyla kurulan grupta 2886 üye bulunuyor. Grubun moderatörlüğünü Bülent Aydın, Yıldız Önen, Şenol Karakaş, Arife Köse üstleniyorlar.

İstanbul içinde yalnızca Kadıköy BAK'ın haberleşme grubu bulunurken İstanbul dışındaki yerel BAK'ların internet üzerinde bir haberleşme grubu bulunmuyor. Oya Demirel, yerellerle haberleşirken internetin her zaman etkin olmadığını belirtiyor: “Örneğin, Adana BAK'a internet üzerinden bazen e-posta gönderiyorum. Sonra telefon açıp soruyorum e-posta size ulaştı mı diye, genellikle görmemiş oluyorlar. Yerelerde yaş ortalaması da yüksek. Yereller bizim kadar teknolojiyi yoğun biçimde kullanmıyorlar.”

Küresel BAK'ı duyup da internette üye olmak isteyen yeni aktivistleri gruba kabul ettikleri gibi sokakta açılan standlarda, düzenlenen imza kampanyalarında imzacıların e-posta adreslerini onları gruba üye yapıyorlar.

Yalnızca üyelere açık olan haberleşme grubunda enformasyon, moderatörün denetiminden geçtikten sonra gruba gönderiliyor. Hangi enformasyonun gönderilip hangisinin gönderilmeyeceğine karar veren moderatörlerin kriteri ise konunun Küresel BAK'ı ilgilendirip ilgilendirmemesi. Yıldız Önen elemelerde tek kriter olduğunu söylüyor: “Eleme sadece BAK'la ilgili olup olmaması noktasında devreye giriyor. Onun dışında bir eleme yok. Yani bazen çok sert eleştiriler geliyor, onları da yayınlıyoruz. Her şeyin duyurusunu yapan bir e-mail grubu olmamasına çok dikkat ediyoruz.”

Haberleşme grubunda yer alan e-postaları konularına göre sınıflandırıldığında toplantı duyuruları, toplantı raporları, toplantıya ya da eyleme çağrı, etkinlik izlenimleri, uluslararası etkinliklere ilişkin bilgi, savaşla ve savaş karşıtlığıyla ilgili diğer haberler, basında çıkmış konuyla ilgili haberler vb. Haberleşme grubu aynı zamanda savaş karşıtlığına ilişkin “alternatif” bir gündem oluşturuyor. Savaş karşıtlığına ilişkin

uluslararası metinler Türkçe'ye çevrilerek aktivistlerle paylaşılıyor. Yıldız Önen günlük olarak basın takibi yaparak Irak'ta savaşla ilgili haberleri gruba iletiyor, Küresel BAK'la ilgili basında çıkan haberleri Bülent Aydın, Arife Köse ve Yıldız Önen derleyerek gruba aktarıyorlar.

Küresel BAK'ın haberleşme grubunda, tartışmaya sınırlı olarak yer veriliyor. Moderatörler bunun nedenini ideolojik tartışmaların hareketi parçalayabilmesi, polemiğe dayalı enformasyonun haber akışını yavaşlatması olduğunu belirtiyorlar. Tartışma, daha ziyade eylemlerin örgütlenmesinde ve türünün belirlenmesinde ortaya çıkıyor. Arife Köse de katılımcılar hangi ideolojiden olursa olsun, asıl amacın Irak'taki savaşı durdurmak olduğunu söylüyor: "Karşınıza büyük bir güç var. Bu gücü durdurmanız için sizin de güç olmanız gerekiyor. Bu da küçük gruplarla mümkün değil. Birleşmeniz gerekiyor. Birleşmek içinse en asgari ortak noktayı bulmak zorundasınız. Bugün Küresel BAK içindeki unsurlar oturup ideolojik tartışmalar yapmaya başlasalar hepimiz ayrılabiliriz." Oya Demirel de iki yıl öncesine kadar Küresel BAK'ın haberleşme grubunda daha fazla sayıda e-postanın yer aldığını, ancak bu konuda eleştirildiklerini söyleyerek yalnızca savaş karşıtlığına ilişkin konularla sınırladıklarını vurguluyor.

Bülent Aydın haberleşme grubunun etkin işleminin önündeki sıkıntıları şöyle özetliyor. Öncelikle gruba katılım İstanbul merkezli bir yapı sergiliyor ve taşraya doğru gittikçe katılım düşüyor. Aydın ikinci olarak, insanların ilgi alanlarına göre birden fazla haberleşme grubuna üye olduğuna dikkat çekerek aynı mesajın gün içerisinde gruba beş kez yollanabildiği durumlardan söz ederek bilgi kirliliğine yol açtığını söylüyor. Bunun yanı sıra grup içinde söz alanların sayısı da sınırlı. Bülent Aydın haberleşme grubundaki aktivistleri şöyle sınıflandırıyor: 1-Aktif olarak izleyen ve yazışanlar var. 2- İzleyen ve çok gerekli gördüğünde yazarlar var (yarı-aktif). 3- Hiç yazmayan, ama her mesajı izleyen okurlar var. 4- Sadece dikkatini çekenlere bakan pasif izleyici. Bunların yanı sıra Aydın, teknolojik engellerin ve kısıtlamalarında grup içi iletişimi zorlaştırdığını belirtiyor. E-postalara getirilen "bouncing" uygulamasının da gruptaki üyeleri pasif kıldığını belirtiyor. "2500 üye varsa bunların 500'ü bouncing alıyor." Aydın, Yahoo! içerisindeki gruplarda yine Yahoo! e-posta adresine sahip olan üyelerin daha kolay

kabul gördüğünü, Hotmail gibi rakip firmalardan e-posta adresi alanların ise haberleşmede zorlandıklarını açıklıyor. Virüslü e-postaların da kimi zaman sorun çıkardığını söyleyen Aydın, programın İngilizce olmasından ötürü Türkçe'nin kullanımında da sorun yaşabildiklerini ekliyor.

Aydın'a göre cinsiyet de haberleşme grubunu kullanımda önemli bir etkidir: "Kadın üyeler kimi zaman erkeklerin ve erkek dilinin egemen olduğu gruplarda rahatsız olarak kendi ayrı gruplarını kuruyorlar".

Bülent Aydın internette kurulan ilişkilerin yüz yüze kurulan ilişkilerin yerine geçmemesi gerektiğini belirtiyor: "E-postaları başka gruplara ya da kişilere iletme, "görevi yapmışım" hissi yaratıyor. "Yarın Taksim'de basın açıklaması yapacağız" metnini, 5 grup üzerinden 10 bin kişiye yaymakla görev tamamlanmıyor. Önemli olan eyleme katılmak." Arife Köse de yeni aktivistlerle önce standtta tanışıp, sonra onları internetteki haberleşme grubuna dahil ettiklerini söylüyor.

Köse'ye göre İnternet "sürekli aktivistler", İstanbul'da 250-300 kişilik gruptan oluşan ve her gün etkinliğe katılan aktivistler için çok da işlevsel değil: "Onlarla telefon ve cep mesajlarıyla haberleşiyoruz. internet yavaş kalıyor. İnternet, çalışıp da sadece toplantılara gelen, biraz daha geri planda duran aktivistlerle iletişim de işe yarıyor."

Araştırmacının yaptığı yerinde gözlemler de internet sitesinin ve haberleşme grubunun hareketin düzenlediği kampanya ve eylemlere katılım üzerindeki etkisinin sınırlılığını ortaya koyuyor.

Haberleşme grubundaki enformasyon akışında ise ağırlıklı olarak moderatörlerden üyelere doğru bilgilendirme amaçlı bir akış söz konusu. Grupta genellikle aynı üyeler söz alıyor, Küresel BAK' a ilişkin üretilen enformasyon aynı aktivistlerin kaleminden çıkıyor.

Bülent Aydın, İnternetin yeni toplumsal hareketler için en önemli bir lojistiği oluşturduğunu ama asla sokakta yüz yüze kurulan ilişkinin yerini tutmayacağını belirtiyor: "İnternetteki gücümüzü ve etkimiz artırmak için

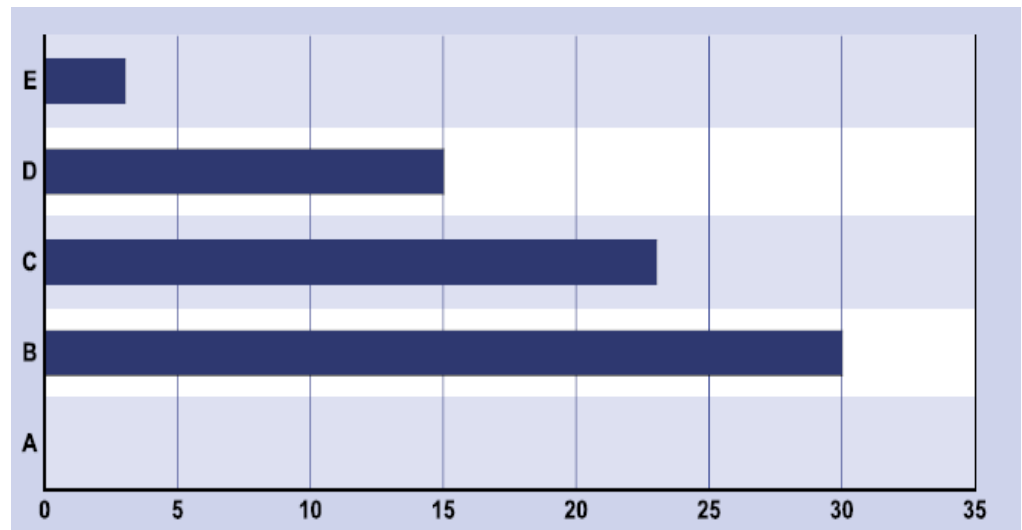
uğraşmıyoruz internetteki haberleşmeyi kullanarak sokaktaki gücümüzü ve etkimizi arttırmaya alışıyoruz.”

5.3 Küresel BAK aktivistlerinin interneti kullanımı: Anket sonuçları

Küresel BAK aktivistlerinin interneti kullanımını belirlemek üzere www.freeonlinesurvey.com adresi üzerinde on-line anket hazırlanarak 8 Haziran 2006’da anket formu link adresi olarak Küresel BAK’ın haberleşme grubuna gönderilmiş ve 12 Haziran 2006 itibarıyla toplam 70 aktivist ankete yanıt vermiştir.(Bkz. Ek1: Anket formu)

Anket sonuçlarına göre aktivistlerin büyük çoğunluğu gençlerden oluşmaktadır: 18-25 yaş arası % 41. 4, 26-35 yaş arası % 32.9, 36-51 yaş arası % 21.4’tür. 17 yaş ve altında aktivist bulunmamaktadır.

Grafik 1: Küresel BAK aktivistlerinin yaşa göre dağılımı.

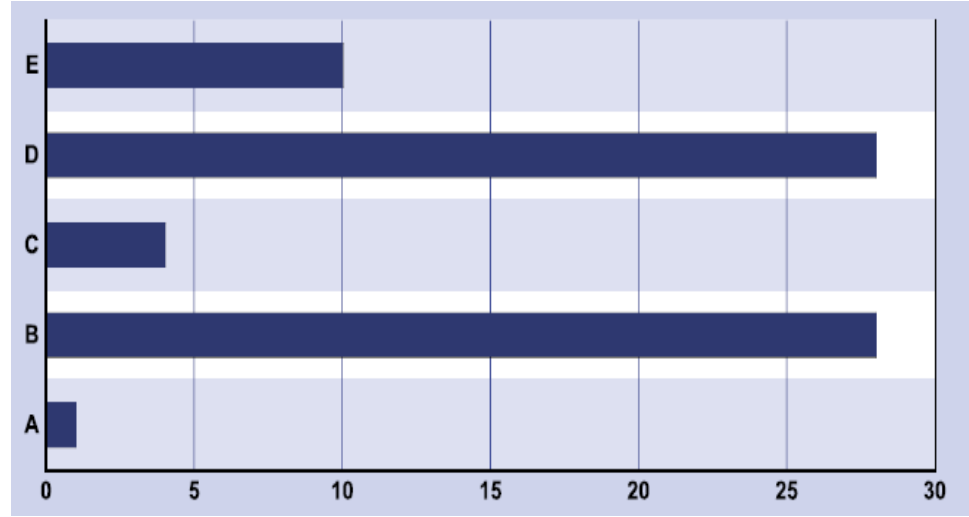


A) 17 yaş ve altı B) 18- 25 yaş C) 26- 35 yaş D) 36-50 yaş E) 50 yaş ve üstü

Aktivistlerin büyük çoğunluğu İstanbul ve büyük kentlerde yaşamaktadır. Aktivistler yaşadıkları kentlere göre sınıflandırıldığında sıralama şöyledir: İstanbul (44 aktivist), Ankara (14), İzmir (4), Mersin (1), Brüksel (1), Bursa (1), Tekirdağ (1), Aksaray (1), Çanakkale (1), Edirne(1), Burdur (1).

Aktivistlerin eğitim durumu yüksektir. Aktivistlerin % 45.7'si halen öğrencidir. Aktivistlerin % 1.4'ü ilkokul, %40'ı lise, % 5.7'si yüksekokul, % 38.6'sı üniversite mezunudur. Aktivistlerin %14.3'ü lisans üstü eğitim yapmıştır.

Grafik 2: Küresel BAK aktivistlerinin eğitim durumu.

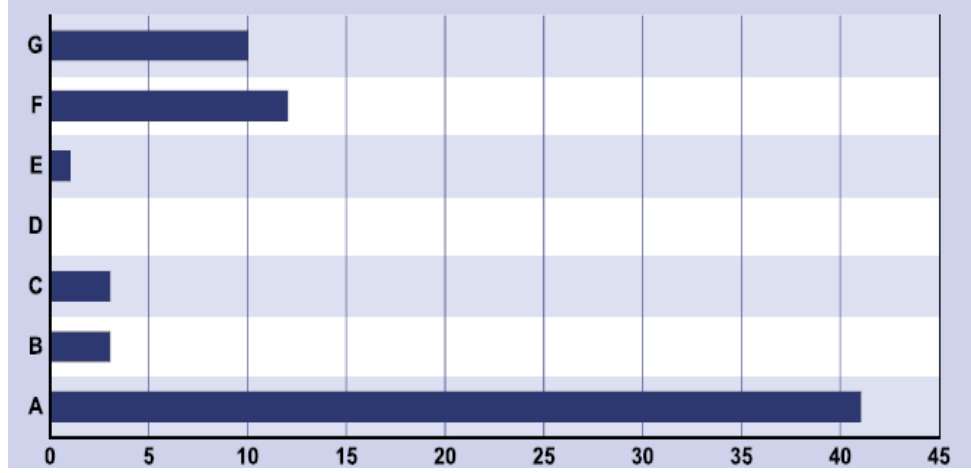


A) İlkokul B) Lise C) Yüksekokul D) Üniversite E) Yüksek Lisans-Doktora

Aktivistlerin % 61.4'ü çalışmaktadır. Aktivistlerin meslekleri şöyledir: Gazeteci (4), çevirmen (4), öğretim üyesi (4), sosyal hizmet uzmanı (1), müşteri temsilcisi (1), kitabevi yöneticisi (1), yayıncı (1), işçi (2), doktor (2), mühendis (1), mimar (1), bankacı (1), tasarımcı ve grafiker (3), muhasebeci (1), avukat (1), model (2), sendika uzmanı (1), danışman (2), işsiz (1), emlak komisyoncusu (1), bilgi işlem personeli (1). Bazı aktivistler mesleklerini belirtmemiş, çalıştıkları sektörleri belirtmişlerdir: Otomotiv (1), oyuncak imalatı (1), elektronik (1), sivil toplum (1), ticaret (1).

Aktivistlerin büyük çoğunluğu İngilizce bilmektedir. Aktivistlerin bildikleri dil dağılımı şöyledir: İngilizce (% 58), Almanca (% 4.3), Fransızca (% 4.3), İspanyolca (% 1.4). Aktivistlerin bildikleri diğer yabancı diller ise şöyledir: Hollandaca (1), Osmanlıca (1), Kürtçe (1), Latince (1). Aktivistlerin % 17.4'ü hiçbir yabancı dili konuşamamaktadır.

Grafik 3: Küresel BAK aktivistlerinin bildiği yabancı diller.

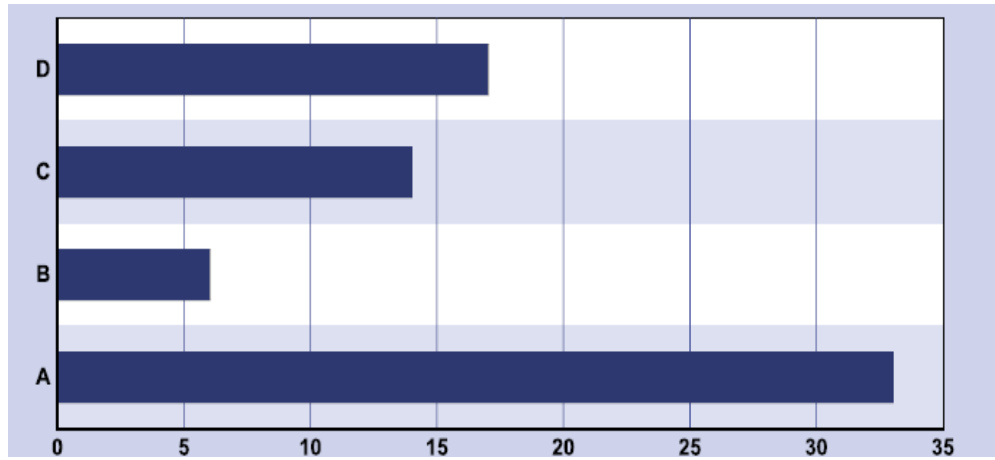


A) İngilizce B) Almanca C) Fransızca D) İtalyanca E) İspanyolca E) Hiçbiri F) Diğer

Aktivistlerin aylık ortalama kazacına ilişkin dağılım ise şöyledir: Aktivistlerin % 28.4'ü 500 milyon YTL. ve altında, % 29.9'u 500 milyon – 1 milyar YTL. arasında, % 31.3'ü 1 -2 milyar YTL., % 10.4'ü ise 2 milyar YTL'den fazla bir gelire sahiptir.

Aktivistlerin büyük çoğunluğu Küresel BAK'ın kurulduğu yıldan beri faaliyetin içindedir: Aktivistlerin % 47.8'i 2003'te, % 7.2'si 2004'te, % 20.3'ü 2005'te, % 24.6'sı ise 2006'da harekete katılmıştır.

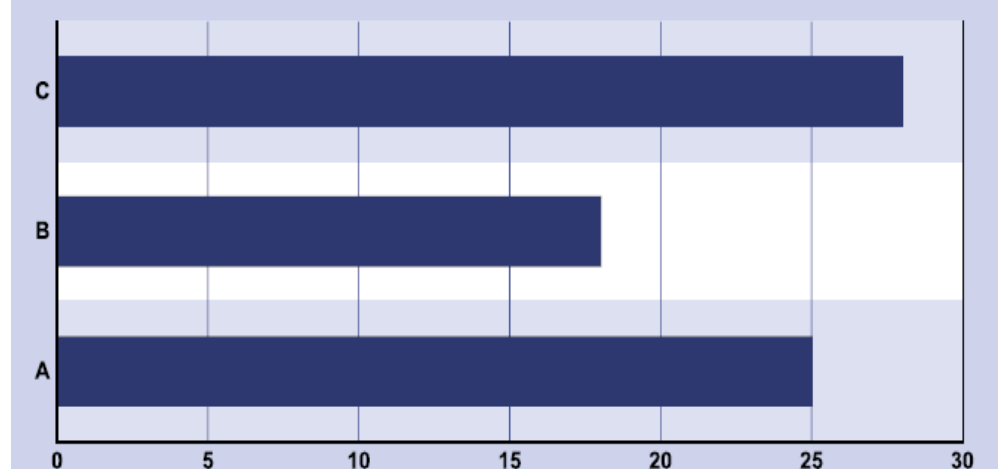
Grafik 4: Aktivistlerin Küresel BAK'la ilişkisi.



A) 2003 B) 2004 C) 2005 D) 2006

Aktivistlerin büyük bölümü Küresel BAK'tan önce de siyasi faaliyetlerde bulunmuşlardır. Aktivistlerin büyük bir bölümü (% 40) 10 yıldan fazla zamandır siyasi faaliyetlerin içerisinde yer almaktadır. Aktivistlerin % 35.7'si 0-5 yıldır, % 24.3'ü ise 5-10 yıldır siyasi faaliyetlere katılmaktadır.

Grafik 5: Aktivistlerin siyasi faaliyetlerle ilişkisi.

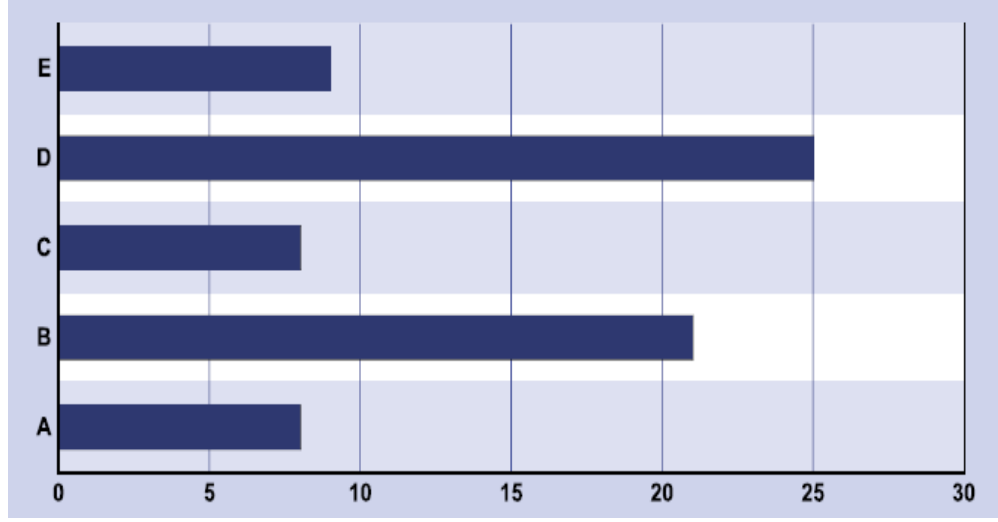


A) 0-5 yıl B) 5-10 yıl C) 10 yıldan fazla

Aktivistlerin “Küresel BAK’ı nereden duydunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar ise şöyledir: Arkadaşlarımdan (%13), ailemden (%2.9), İnternette (% 11), sokaktaki imza kampanyasından (% 8.7), gazete haberlerinden (% 10.1), televizyon haberlerinden (% 1.4), sokak gösterilerinden (%11.6). 19 aktivist ise hareketi kimseden duymadıklarını, zaten kuruluşunda yer aldıklarını ifade etmiştir. 2 aktivist okulda düzenlenen panelde, 2 aktivist Barışarock etkinliği sırasında Küresel BAK’ı tanıdıklarını belirtmiştir.

Aktivistlerin Küresel BAK’ın etkinliklerine katılım oranı düşüktür: % 11.4’ü her gün katılırken, % 30’u haftada birkaç gün, % 11.4’ü ayda birkaç kez, % 34.3’ü ise yılda birkaç gün etkinliklere katıldıklarını dile getirmişlerdir.

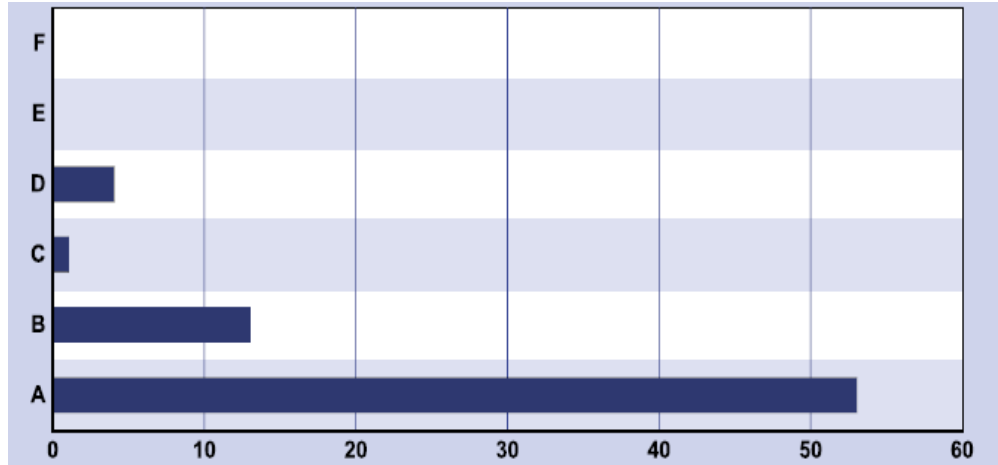
Grafik 6: Aktivistlerin Küresel BAK etkinliklerine ayırdıkları zaman.



A) Her gün B) Haftada birkaç gün C) Ayda birkaç gün D) Yılda bir-iki defa E) Diğer

Aktivistlerin büyük çoğunluğu haberleşme grubundan gelen e-postaları her gün okumaktadır: Küresel BAK e-postalarını % 75'i her gün okumakta, % 17.1'i haftada birkaç kez okumakta, % 1.4'ü ayda birkaç kez okumaktadır. Aktivistlerin % 5.7'si nadiren okumaktadır.

Grafik 7: Aktivistlerin Küresel BAK e-maillerini okuma sıklığı.



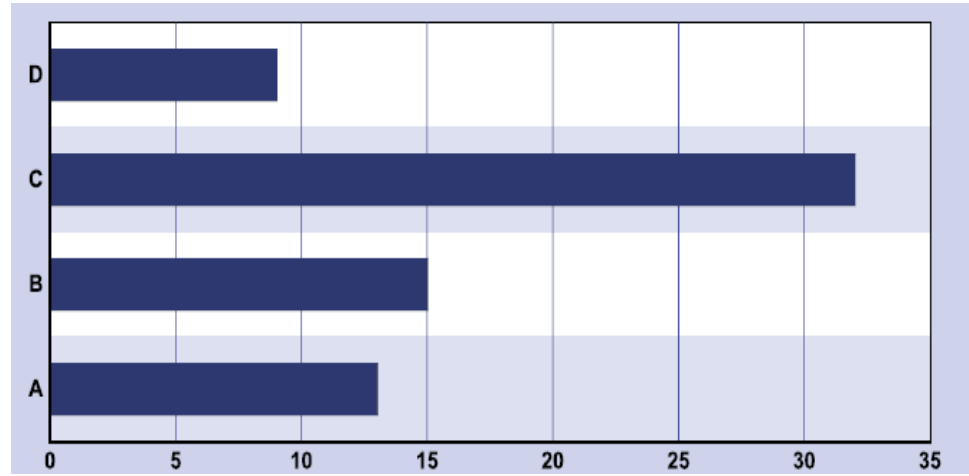
A) Her gün B) Haftada birkaç kez C) Ayda birkaç kez D) Nadiren E) Hiç

Aktivistler Küresel BAK'tan kendilerine genel e-postaları başka gruplarla ve kişilerle paylaşmaktadır: % 40.6'sı başka haberleşme gruplarına, % 1.6'sı iş arkadaşlarına, % 42.2'si yakın arkadaşlarına göndermektedir.

Aktivistlerin Küresel BAK'ın internet sitesini ziyaret etme sıklığı ise şöyledir: % 5.9'u her gün, % 36.8'i haftada birkaç gün, % 29.4'ü ayda birkaç kez, % 25'i nadiren, % 2.9'u ise hiç ziyaret etmediğini bildirmiştir.

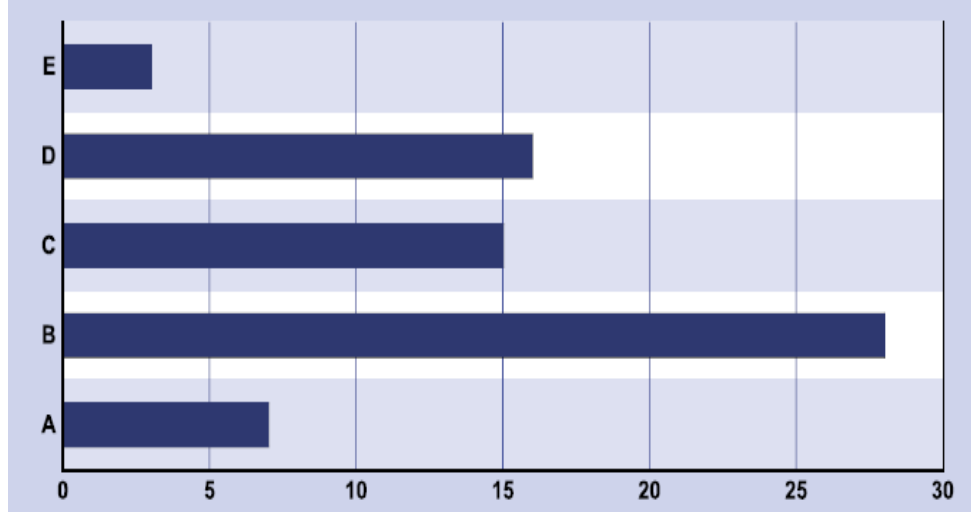
Aktivistler 10 yıldır İnternet kullanıcısıdır: % 19.1'i 0-5 yıldır, % 20.6'sı 3-5 yıldır, % 47.1'i 5-10 yıldır, % 13.7'si 10 yıldan fazla bir zamandır İnternet kullanıcısıdır.

Grafik 8: Küresel BAK aktivistlerinin internet geçmişi.



A) 0-3 yıl B) 3-5 yıl C) 5-10 yıl D) 10 yıldan fazla

Grafik 9: Küresel BAK aktivistlerinin günlük ortalama internet kullanımı.



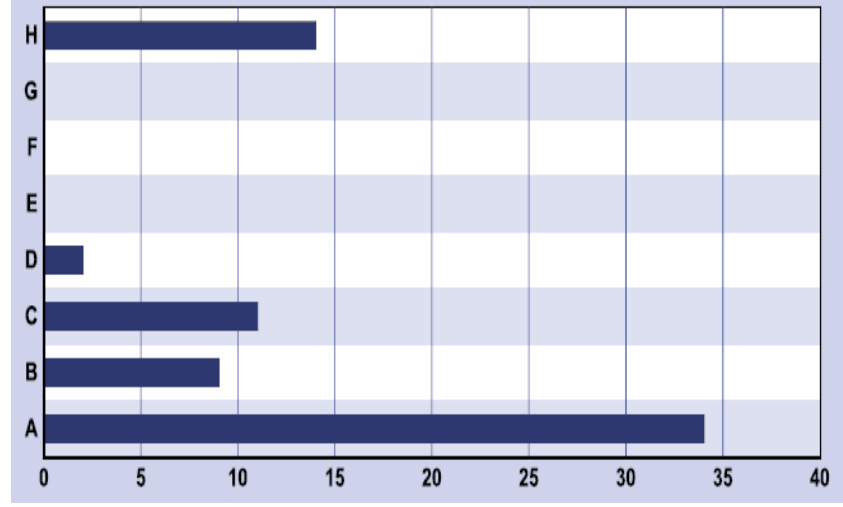
A) 1 saatten az B) 1-3 saat C) 3-5 saat D) 5-10 saat E) 10 saatten az

Aktivistlerin büyük çoğunluğu internet kullanmayı yakın çevresinden ya da kendi kendine öğrenmiştir: % 34.8'i arkadaşlarından, % 15.9'u işyerinde, % 14.5'i okulda, % 7.2'si ailesinden, % 1.4'ü kursta İnternet kullanmayı öğrenmiştir. 16 aktivist İnterneti kendi kendine öğrendiklerini dile getirmiştir.

Aktivistlerin büyük çoğunluğunun evinde İnternet bağlantısı mevcuttur: % 49.3'ü evden, % 40.6'sı işyerinden, % 2.9'u okuldan İnternete bağlanmaktadır.

Aktivistler İnterneti en çok e-posta gönderip almak amacıyla kullanmaktadır. Aktivistlerin İnternet kullanım amacı şöyledir: E-posta gönderip almak (% 47.8), günlük haberleri takip etmek (%13), herhangi bir konuda bilgi aramak (%15.9), sohbet etmek (% 2.9).

Grafik 10: Küresel BAK aktivistlerinin interneti kullanım amaçları.



A) E-posta gönderip almak B) Günlük haberleri takip etmek C) Herhangi bir konuda bilgi aramak D) Sohbet etmek E) Alışveriş yapmak F) Oyun oynamak G) Müzik, film, video indirmek H) Diğer

Anket sonucunda da görüldüğü üzere Küresel BAK aktivistlerinin profili, Offe'nin sözünü ettiği yeni orta sınıf profiline uygun gözükmemektedir. Hareket; genç (18-35 yaş grubu ağırlıktadır), kentli (aktivistlerin büyük çoğunluğu üç büyük kentte, İstanbul, Ankara ve İzmir'de yaşamaktadır), yüksek düzeyde eğitime sahip, hizmet sektöründe çalışan, İngilizce bilen, aylık kazancı ortalama olan, interneti uzun zamandır kullanan aktivistlerden oluşmaktadır.

Aktivistlerin büyük çoğunluğunun Küresel BAK'tan önce de uzunca bir zaman siyasi faaliyetlerin içerisinde bulunması hareketin eski hareketlerin unsurlarını da barındırmasına ve toplumsal hareketin sürekliliğine bir işarettir.

Küresel BAK'ın kitleselleşmesinde internetin rolü olmakla birlikte aktivistler hareketten ağırlıklı olarak yakın çevrelerinden, diğer kitle iletişim araçların ve sokak gösterilerinden duyarak haberdar olmuşlardır. Bu da internetin sınırlı etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Haberleşme grubu aktivistlerin en sık kullandığı araçtır. Kendilerine gelen haberleri sıklıkla takip etmekte ve yakın çevreleriyle paylaşmaktadırlar. İnternet sitesini

ise daha az kullanılmaktadırlar. Ancak haberleşme grubundaki hareketliliğe karşın aktivistlerin Küresel BAK'ın eylemlerine ayırdığı zaman sınırlıdır. İnternet kullanımı ile eyleme katılım paralellik göstermemektedir.

Teknolojinin kamusal alanı canlandırma tezi internetin yeni toplumsal hareketler tarafından kullanımıyla birlikte ele alındığında sınırlılıklar göstermektedir. Küresel BAK örneğinde de görüldüğü gibi internetin birinci sınırı toplumsal kullanımından kaynaklanmaktadır. Fiziksel ortamda alt-orta-üst olmak üzere çeşitli sınıfları biraraya getiren, farklı ideolojileri buluşturan, bireysel ve kollektif katılımlara olanak tanıyan, çeşitliliğe ve farklılığa vurgu yapan bir hareket olan Küresel BAK'ın internet üzerindeki kullanımı ve görünümü anket çalışmasının sonucunda da görüldüğü gibi belirli bir kesimle sınırlanmakta, sayısal uçurum olgusunun bu alanda da geçerli olduğu doğrulanmaktadır. Kentli, eğitilmiş, genç, İngilizce bilen aktivistler internete daha kolay erişirken yerel BAK'ların interneti etkin olarak kullanamadığı ortaya çıkmıştır.

İkinci olarak, hareketin kamusal alan yaratma yeteneği enformasyonun üretimi ve denetimi tarafından sınırlanmaktadır. Küresel BAK, internet sitesi ve haberleşme grubunda savaş karşıtı harekete ilişkin haberlere, etkinliklere, toplantılara, görüşlere, izlenimlere vb. yer vererek internet kullanıcıları için savaş karşıtı bir kamuoyu, bir “alternatif medya” yaratma işlevini yerine getirmektedir. Ancak, internete erişim sınırlı olduğu gibi, internet üzerinde yer alan harekete ilişkin enformasyonun üretimi ve akışında da merkezileşme gözlenmiştir. öncelikle harekete ilişkin enformasyonun üretimi ve akışı hareketin başından bu yana içinde yer alan “kurucu aktivistler” tarafından sağlanmaktadır. Küresel BAK'ın haberleşme grubunda ve internet sitesinde bireysel, kollektif ya da kurumsal enformasyonlara yer verilmekle birlikte kampanyalara, etkinliklere, toplantılara ilişkin notların, metinlerin ve görüntülerin üretiminin ağırlıklı olarak Beyoğlu ve Kadıköy Bürosu aktivistleri tarafından sağlandığı tespit edilmiştir. Ayrıca anakampanyalara ilişkin materyeller İstanbul'da hazırlanmakta ve buradan yerel BAK'lara ve diğer bileşenlere dağıtılmaktadır. Yine, Yürütme Kurulu toplantıları ve Genel Aktivist toplantıları Beyoğlu BAK bürosunda gerçekleştirilmekte

ve kararlar burada alınmaktadır. Bu açıdan Internet, mekansal engelleri sınırlı olarak aşmakta, siyasi katılım coğrafi konumla bağlı kalmaktadır.

Hareketin küreselleşmesinde internet önemli rol oynamaktadır. Yurtdışındaki hareketlerle internet aracılığıyla haberleşilmekte, savaş karşıtı hareketlere ilişkin duyuru, eylem, etkinlik bildirileri Türkçe'ye çevrilerek haberleşme grubu üzerinden aktivistlere gönderilmektedir. Ancak, internet sitesinin İngilizce versiyonunun yetersiz kalması hareketin yurtdışındaki aktivistler tarafından takibini zorlaştırmaktadır.

Diğer yandan kamusal alanın bir diğer özelliği olan rasyonel müzakere sürecinin internette sınırlı kaldığı ortaya çıkmıştır. Kampanyalara ilişkin karar alma ve harekete katılımıda internetten ziyade yüz yüze iletişim ve diyalog yoluyla ikna gibi yöntemler tercih edilmektedir.

6. SONUÇ

Bu çalışma; enformasyonun, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ve internetin toplumsal ve politik yaşam üzerindeki etkilerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çalışmaya yön veren varsayımlardan yola çıkılarak sırasıyla teknoloji-toplum ilişkisi, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı, üretim ve toplumsal ilişkilerdeki rolü, internetin politik ve toplumsal işlevleri ve internetin yeni toplumsal hareketler için olanakları ve sınırları incelenmiştir.

Çalışmada yanıt aranan **“Yeni toplumsal hareketler için alternatif bir iletişim aracı olan internetin yeni ve küresel bir kamusal alan yaratması mümkün müdür?”** sorusuna verilecek yanıt hem “evet” hem “hayır” olacaktır.

Toplumsal muhalefet için alternatif bir iletişim aracı olarak demokratik katılımı güçlendireceği ileri sürülen internetin ve yeni toplumsal hareketlerin önünde ilki, internetin sahip olduğu teknolojik potansiyele karşın ekonomi-politik yapılanması açısından bakıldığında küresel sermayenin tekeline girip ticaret ve eğlence aracına dönüşerek gelişmesinden ve toplumdaki eşitsiz kullanımından (sayısal uçurum), ikincisi ise, yeni toplumsal hareketlerin toplumsal sistem içindeki işlevinden ve interneti kullanımından kaynaklanan çifte engel bulunmaktadır.

Enformasyon ve iletişim teknolojileri, kapitalist üretim sürecinde ve toplumsal ilişkilerde giderek merkezi bir rol oynamaktadır. Kapitalizmin küreselleşmesiyle enformasyon, üretim sürecinde en önemli faktörlerden birine dönüşmekte, rekabete dayalı giderek esnekleşen bir ekonomik düzende enformasyon, mal ve hizmetlerin tüketicilere pazarlanmasında ve onların isteklerine göre tasarlanmasında, rakiplerle fark yaratabilmede en önemli araç haline gelmektedir. Ekonomide merkezi bir rol edinen enformasyon ve ona bağlı teknolojiler de kendi sektörlerini doğurmaktadır. ABD’de 1970’lerde askeri, akademik ve daha sonra ticari amaçla kullanılan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin 1990’ların başından itibaren tüm dünyada devlet–özel sermaye destekli projelerle yayılmasını bu çerçevede değerlendirmek gerekmektedir. Dawson ve Foster’a göre küresel kapitalist sistemin çıkarına uygun biçimde kullanılacak olan

“enformasyon otobanı” büyüyen eşitsizlik, ekonomik durgunluk, pazarın çözülmesi, finansal istikrarsızlık, toplumsal kutuplaşma ve çevresel sorunlarla birlikte tanımlanmalıdır. Pazarlama ve yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin 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 maddi krizini çözmeyecek ve çelişkileri daha fazla derinleştirecektir.²⁹⁷

1990’ların başından itibaren dünyada yaygınlaşan internet, bir yandan küresel kapitalizmin kurumlarının nüfuz ettiği, diğer yandan toplumsal sistem içindeki farklı birey ya da grupların kendilerini ifade ettikleri iki kutuplu bir alandır. Kapitalizmin üretim koşullarının, toplumsal ilişkilerinin ve kurumlarının yeniden yapılandığı bir alan, bir endüstri olarak internet; çokuluslu şirketlerin küresel çapta iş görebilmesinin, yeni pazarlara erişebilmesinin, tüketimin daha kesin veriler sayesinde denetlenmesinin yeni aracı, reklamın yeni mecrası olarak şekillenmektedir. Reklam temelli ticari modele göre inşaa edilen internetin içeriği de kitle iletişim araçlarına benzer şekilde popüler kültürün etkisi altına girmektedir. Küresel kapitalizm interneti sömürgeleştirmekte ve sonuçta dünyayı “global bir köy”e değil, “global bir pazar”a dönüştürmektedir.

İnternet, her konuda, her tür enformasyonun bulunduğu bir ortam olarak sunulmaktadır. Ancak, dünya üzerinde dolaşımdaki enformasyonun kaynaklarının kimler olduğu, enformasyonun içeriğinin ne olduğu ve nerelere dağıldığı, bireylerin hangi enformasyonu ne amaçla kullandığı sorgulandığında ülkeler arasındaki ve ülkelerin kendi içindeki yine ekonomik sistemden kaynaklanan toplumsal eşitsizlikleri yansıtan bir tabloyla karşılaşılacaktır. ‘Gelişmiş’ ülkelerde internet iş ve boş zamanda daha etkin kullanılırken ‘gelişmekte olan’ ve ‘geri kalmış’ ülkelerde yeni teknolojiler ‘mutlu azınlığın’ elinde bir araç olmaktan öteye gitmemektedir.

Teknolojinin üretimi örgütlemesinin dışında, “atomize” ya da Bauman’ın değişiyiyle “parçalanmış” bireyin yalnızlığını gidermenin, yeni cemaatler kurmanın bir aracı olarak demokratikleşmeye ne kadar katkıda bulunacağı şüphelidir. Toplumsal sistemin kendisi giderek bireyi atomize edip apolitikleştirirken karşılığında eğlence

²⁹⁷ Dawson ve Foster, s. 82-83.

sektörünü büyüme teşvik etmektedir. McChesney bu konuda şunları dile getirmektedir: “Bazıları internetin, küresel medya tekelinin idaresini alaşağı edeceğini ve özgür, sansürsüz, demokratik iletişim üzerine kurulu altın çağın temellerini atacağını öne sürmektedir. Yine de internetin faal kullanımının, internetin geniş toplumsal kesimleri için demokratik bir alan oluşturup oluşturmayacağı başka bir meseledir. İnternetin insanlığı kapitalizmin ve ticari medyanın ötesine taşıyacağı düşüncesi, onun son zamanlarda hızla ticarileşiyor olmasıyla karşıtlık arz etmektedir. Üstelik, İnternetin, televizyonun ABD ve diğer ülkelerdeki hakim konumuyla yer değiştirecek bir paya sahip olması epey zaman alacaktır. Geniş kitlelerin ekonomik yetersizliği, bilgisayarların maliyeti, kullanım imkanı ve çokluğu, bilgisayarın karmaşık yapısı ve karşılaşılan teknik sorunlar, internet kullanımını sınırlandıracaktır.”²⁹⁸

Politik alanda internetin etkileşime dayalı teknolojik potansiyelinin ülkelerin demokratikleşmesine, yeni ve küresel kamusal alanların ortaya çıkmasına, devlet-vatandaş ilişkisinin yeniden kurulmasına, politik katılımcılığın teşvik edilmesine ve tabandan örgütlenen toplumsal hareketlerin seslerini duyurabilmesine olanak tanıdığı ileri sürülmektedir. İnternet, özellikle yeni toplumsal hareketler için geleneksel iletişim araçlarından farklı olarak “alternatif” bir iletişim aracı olmayı vaat etmektedir. İnternet göreceli olarak “özgür” bir ortamdır. Kullanıcıyı etkin kılarak ve içeriğin denetlenmesini zorlaştırarak toplumdaki “alternatif” ya da karşıt görüşlere, yaşamlara, bakışlara, duruşlara ifade ve iletişim imkanı tanımaktadır. Ucuzluğu, zaman ve mekan sınırı tanımaması gibi etkenler interneti ayrıcalıklı kılsa da internetin tarihsel olarak tek ideolojinin egemenliğini dayattığı ve bireylerin büyük ölçüde ideolojilere, siyasete ve demokrasiye güvenini kaybedip kayıtsızlaştığı bir dönem olan Soğuk Savaş sonrası döneme rastlaması, ABD merkezli olarak tüm dünyaya yayılması, internetin kullanımının belirli çevrelerle sınırlı kalması, internetin kullanımının boş zaman eğlencesine dönüşmesi ve popüler kültürün sayısal teknolojiler üzerinden yayılması, içeriğinin giderek ticarileşmesi (hem küresel sermaye grupları tüketime ilişkin verilerin toplanması açısından etkin bir gözetleme aracı olması, hem de internetin tüketim ekonomisinin başat sektörlerinden reklam için yeni bir mecra oluşturması) vb. etkenler

²⁹⁸ McChesney, s. 32.

yeni toplumsal hareketlerin seslerini duyurabilmeleri açısından makru düzeyde engelleri oluşturmaktadır.

İnternetin toplumsal kullanımına ilişkin olarak sunulan genel çerçevenin yanı sıra yeni toplumsal hareketlerin grup dinamiğinden bakıldığında ise enformasyonun ve yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin toplumsal eşitsizlikle uyumlu olarak hareketler içinde de belirli bir kitlenin elinde toplandığı, enformasyonun denetlendiği gözlemlenmiştir. Bundan başka, yeni toplumsal hareketlerin seslerini, eylemlerini, sloganlarını duyurmak için popüler kültür imgelerinden sıkça yararlandıkları, kampanyalarını iş pratikleri biçiminde örgütledikleri de eklenebilir. İnternet, yeni toplumsal hareketler için öncelikli bir haberleşme ağı oluşturmakla birlikte diğer iletişim yöntem ve araçlarıyla birlikte ele alındığında anlamlıdır. İnternetin toplumsal proje olarak ortaya çıkışı, toplumsal muhalefetin gerilediği ve tüketim kültürünün dayattığı apolitik bireylerin yaşadığı bir döneme rastladığı gözden kaçırılmamalıdır.

Tarihsel gelişiminin de gösterdiği gibi internet, küresel kapitalizmin daha verimli işleyebilmesinin en önemli araçlarından biridir. İnternetin iş dünyası ve devletin denetimi dışında toplumsal ilişkiler içerisindeki rolü sınırlı kalmaktadır. İnternet temel olarak küresel sermayenin ve küresel pazarın iyi işleyebilmesini sağlayan ulus üstü kuruluşların denetiminde olduğundan ve tarihsel olarak daha çok liberalleşen, dolayısıyla bireylerin daha çok atomize olduğu, yabancılaştığı, kitlelerin siyasetten uzaklaştığı ve muhalefetin sınırlı bir alana hapsedildiği, bir alt kültüre indirgendiği bir dünyada denetimli olarak kitlelerin kullanımına sunulduğu için ‘özgürleştirici’ olması mümkün gözükmemektedir.

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

KÜRESEL BAK AKTİVİSTLERİNİN İNTERNETİ KULLANIMI ARAŞTIRMASI ANKET FORMU

SORULAR

1- Kaç yaşındasınız?

- ☐ 17 yaş ve altı
- ☐ 18-25 yaş
- ☐ 26- 35 yaş
- ☐ 36-50 yaş
- ☐ 50 yaş ve üzeri

2- Şu anda hangi kentte yaşıyorsunuz? (Lütfen belirtin.)

3- Öğrenci misiniz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

4- En son hangi okulu bitirdiniz?

- ☐ İlköğretim
- ☐ Lise
- ☐ Yüksekokul
- ☐ Üniversite

- ☐ Yüksek Lisans/Doktora

5- Çalışıyor musunuz?

- ☐ Evet
☐ Hayır

6- Ne işle meşgulsünüz? (Lütfen belirtin)

7- Aşağıdaki yabancı dillerden hangisini biliyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ☐ İngilizce
☐ Almanca
☐ Fransızca
☐ İtalyanca
☐ İspanyolca
☐ Hiçbiri
☐ Diğer.....

8- Aylık ortalama geliriniz ne kadar?

- ☐ 500 YTL. ve altı
☐ 500 – 1.000 YTL.
☐ 1.000 – 2.000 YTL.
☐ 2.000 YTL. ve üzeri

9- Hangi yıldan beri Küresel BAK aktivistisiniz?

- ☐ 2003
- ☐ 2004
- ☐ 2005
- ☐ 2006

10- Ne kadar zamandan beri siyasi faaliyetlerin içindesiniz?

- ☐ 0-5 yıldır
- ☐ 5- 10 yıldır
- ☐ 10 yıldan fazla

11- Küresel BAK'ı nereden duydunuz?

- ☐ Arkadaşımdan
- ☐ Ailemden
- ☐ İnternette
- ☐ Sokaktaki imza kampanyasından
- ☐ Gazeteden
- ☐ Televizyondan
- ☐ Radyodan
- ☐ Sokak gösterilerinden
- ☐ Diğer.....

12- Küresel BAK'ın etkinliklerine ne kadar zaman ayırıyorsunuz?

- ☐ Her gün
- ☐ Haftada birkaç gün
- ☐ Ayda birkaç gün
- ☐ Vaktim oldukça
- ☐ Diğer

13- Küresel BAK'ın haberleşme grubuna gelen e-mailleri ne kadar sıklıkla okuyorsunuz?

- ☐ Her gün
- ☐ Haftada birkaç kez
- ☐ Ayda birkaç kez
- ☐ Nadiren
- ☐ Hiç

14- Küresel BAK'ın haberleşme grubundan size gelen e-mailleri başkalarına gönderiyor musunuz? Gönderiyorsanız, kimlere?

- ☐ Diğer haberleşme gruplarına
- ☐ İş arkadaşlarıma
- ☐ Yakın arkadaşlarıma
- ☐ Aileme
- ☐ Diğer.....

15 - Küresel BAK'ın İnternet sitesini ne kadar sıklıkla ziyaret ediyorsunuz?

- ☐ Her gün
- ☐ Haftada birkaç kez
- ☐ Ayda birkaç kez
- ☐ Nadiren
- ☐ Hiç

16- Ne kadar zamandır İnternet kullanıyorsunuz?

- ☐ 0-3 yıldır
- ☐ 3- 5 yıldır
- ☐ 5-10 yıldır
- ☐ 10 yıldan fazla

17- İnternet kullanmayı nerede/nasıl öğrendiniz?

- ☐ Okulda
- ☐ Kursta
- ☐ Arkadaşılarımdan
- ☐ Ailemden
- ☐ İş yerinde

18- Günde ortalama kaç saat İnternet kullanıyorsunuz?

- ☐ 1 saatten az
- ☐ 1-3 saat

- ☐ 3-5 saat
- ☐ 5 – 10 saat
- ☐ 10 saatten fazla

19- İnternete genellikle nereden bağlanıyorsunuz?

- ☐ Evden
- ☐ İşyerinden
- ☐ İnternet kafeden
- ☐ Okuldan
- ☐ Diğer.....

20- İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ☐ E-mail gönderip almak
- ☐ Günlük haberleri takip etmek
- ☐ Herhangi bir konuda bilgi aramak
- ☐ Sohbet etmek
- ☐ Alışveriş yapmak
- ☐ Oyun oynamak
- ☐ Müzik, film,video vs. indirmek
- ☐ Diğer.....

Ankete katılarak araştırmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Albert, Michael. **Değişimin Yolu, Toplumsal Dönüşüm için Aktivist Stratejiler.** Orhan Akalın (çev.), İstanbul: Aram Yayınları, 2002.

Arrighi, Giovanni, Terence K. Hopkins ve Immanuel Wallerstein. **Sistem Karşıtı Oareketler.** C. Kanat, B. Somay ve S. Sökmen (çev.), İstanbul:Metis Yayınları, 1995.

Barber, Benjamin. **Güçlü Demokrasi, Yeni bir Çağ için Katılımcı Siyaset.** Mehmet Beşikçi (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.

Başaran, Funda ve Geray, Haluk (ed.). **İletişim Ağlarının Ekonomisi.** Ankara: Siyasal Kitabevi, 2005.

Bauman, Zygmunt. **Siyaset arayışı.** Tuncay Birkan (çev.), İstanbul: Metis Yayınevi, 1999.

Bek, Mine Gencil (ed.). **AB ve Türkiye’de İletişim Politikaları.** Ankara : Ümit Yayınevi, 2003.

Bek, Mine Gencil ve Kevin, Deirdre. **Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik.** Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 2005.

Bell, Daniel. **The Coming of Post-Industrial Society, A Venture in Social Forecasting.** New York: Basic Books, 1973.

Benjamin, Wamter. **Estetize Edilmiş Yaşam.** Ünsal Oskay (çev.), İstanbul: Der Yay., 1995.

Bijker, Wiebe E., Thomas Hughes ve Trevor J. Pinch (ed.). **The social construction of technological systems**. Massachusetts: MIT Press, 1989.

Binark, Mutlu ve Kılıçbay, Barış (der.). **İnternet, Toplum, Kültür**, Ankara: Epos Yayınları, 2005.

Bougnoux, Daniel. **La Communication Contre l'Information**. Paris: Hachette, 1995.

Briggs, Asa ve Burke, Peter. **Medyanın Toplumsal Tarihi**. İbrahim Şener (çev.), İstanbul: İzdüşüm Yayınları, 2004.

Burke, Peter. **Bilginin Toplumsal Tarihi**. Mete Tunçay (çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2001.

Castells, Manuel. **Kent, sınıf, iktidar**. Asuman Erendil (çev.), Ankara: Bilim ve Sanat, 1997.

Castells, Manuel. **La Société en réseaux**. Paris: Fayard, 1998.

Castells, Manuel. **The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture**, Vol. 2, Oxford: Blackwell, 1997.

Castells, Manuel. **The İnternet Galaxy**. New York: Oxford University Press, 2001.

Çayır, Kenan (der.) **Yeni Sosyal Hareketler**. İstanbul: Kaktüs Yayınları, 1999.

Çoban, Barış ve Özarslan, Zeynep (der.). **Söylem ve İdeoloji**, İstanbul: Su Yayınevi, 2003.

De la Haye, Yves (ed.). **Marx and Engels, On the means of communication: A selection of texts**. Intl General, 1980.

Della Porta, Donatella ve Diani, Mario. **Social Movements, An Introduction**. Oxford: Blackwell, 1999.

Downing, John D.H. (ed.). **Radical Media**. London: Sage, 2000.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz. **Öteki Kuram**. Ankara: Erk, 2002.

Erdoğan, İrfan. **Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim**, Ankara: Erk, 2000.

Escarpit, Robert. **L'Information et La Communication, Théorie Générale**. Paris: Hachette, 1991.

Feenberg, Andrew. **Questioning Technology**. London: Routledge, 1999.

Flichy, Patrice. **L'Imaginaire d'Internet**. Paris: La Découverte, 2001.

Flichy, Patrice. **L'Innovation Technique**. Paris: La Découverte, 1995.

Flichy, Patrice. **Une histoire de la communication moderne**. Paris: La Découverte, 1991.

Flichy, Patrice. **Une Histoire de la Communication Moderne**. Paris: La Découverte, 1991.

Foucault, Michel. **Hapishanenin Doğuşu**. 2. Baskı. Mehmet Ali Kılıçbay (çev.), Ankara: İmge Yayınevi, 2000.

Frankel, Boris. **Sanayi-sonrası Ütopyalar**. Kamil Durand (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1991.

Freeman, Chris ve Boète, Luc. **Yenilik İktisadı**. Ergun Türkcan (çev.), Ankara: TÜBİTAK Yayınları, 2003.

Gates, Bill. **Önümüzdeki Yol**. Esra Davutoğlu ve Alper Erdal (çev.), 2.Baskı, Ankara: Arkadaş Yayınları, 1999.

Geray, Haluk. **Yeni İletişim Teknolojileri, Toplumsal Bir Yaklaşım**. Ankara: Kılıçaslan Matbaası, 1999.

Geray, Haluk. **Yeni İletişim Teknolojileri, Toplumsal Bir Yaklaşım**. Ankara: Kılıçaslan Matbaası, 1999.

Goody, Jack. **Yaban Aklın Evcilleştirilmesi**. Koray Değirmenci (çev.), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2001.

Habermas, Jürgen. **“İdeoloji” olarak Teknik ve Bilim**. Mustafa Tüzel (çev.), İstanbul: YKY, 1997.

Habermas, Jürgen. **Kamusal Hayatın Yapısal Dönüşümü**. Tanıl Bora ve Mithat Sancar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1997.

Hagel, John ve Armstrong, Arthur G.. **Net Gain**. Boston ve Massachusetts: Harvard Business School Press, 1997.

Hall, Stuart ve Jacques, Martin. **Yeni Zamanlar**. Abdullah Yılmaz (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.

Harvey, David. **Postmodernliğin Durumu**. 3. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları, 2003.

Headrick, Daniel R. **Enformasyon Çağı**. Zülal Kılıç (çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi, 2002.

Held, David. **Models of Democracy**. Cambridge: Polity Press, 1996.

Innis, Harold. **The Bias of Communication**. Toronto: University of Toronto Press, 1973.

İlal, Ersan. **İletişim, Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum**. İstanbul: Der Yayınları, 1989.

İrvan, Süleyman (der.). **Medya, Kültür ve Siyaset**. Ankara: Ark, 1997.

Jasper, James M. **Ahlaki Protesto Sanatı**. Senem Öner (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2002.

Jones, Steven. **Virtual Culture**. London: Sage, 1997.

Kaplan, Yusuf (der.). **Enformasyon Devrimi Efsanesi**. İstanbul: Rey Yayınları, 1991.

Karakaş, Şenol. **Biz Bu Savaşı Durdurabiliriz**. İstanbul: Metis Yayınları, 2005.

Katsikides, Savvas. **The Societal Impact of Technology**. Ashgate Publishing, 1998.

King, Anthony D (der.). **Kültür, Küreselleşme ve Dünya-sistemi**. Gülcan Seçkin ve Ümit Hüsrev Yolsal (çev.), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1998.

Kumar, Krishan. **Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları**. Mehmet Küçük (çev.), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999.

LeCoadic, Yves – François. **La Science de l'Information**. Paris: PUF, 1997.

Lodziak, Conrad. **Manipulating the needs, Capitalism and Culture**. London: Pluto Press, 1995.

Lojkine, Jean. **La Révolution Informationnelle**. Paris: PUF, 1992.

Lyon, David. **Elektronik Göz, Gözetim Toplumunun Yükselişi**. İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1997.

Lyon, David. **The Information Society Issues and Illusions**, Cambridge: Polity Press, 1998.

Lyotard, Jean-François. **La Condition Postmoderne**. Paris: Editions de Minuit, 2002.

Machlup, Fritz. **The production and distribution of knowledge in the United States**. New Jersey: Princeton, 1962.

Marcuse, Herbert. **One-Dimensional Man**. London: Routledge, 1964.

Marx, Karl. **1844 El Yazmaları**. Murat Belge (çev.), İstanbul: Birikim, 2000.

Marx, Karl. **Alman İdeolojisi**. Hüseyin Boz (çev.), İstanbul: Taban Yayınları, 1976.

Marx, Karl. **Kapital**. Mehmet Selik (çev.), Ankara: Odak Yayınları, 1974.

Mattelart, Armand. **Histoire de la Société de l'Information**. Paris: La Découverte, 2001.

McCaughey, Martha ve Ayers, Micheal D. **Cyberactivism**. London: Routledge, 2003.

McChesney, Robert, Ellen Meiksins Wood ve John Bellamy Foster (ed.). **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı**. Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı ve Özge Yalçın (çev.), Ankara: Epos, 2003.

McKenzie, Donald ve Wajcman, Judy (ed.). **The Social Shaping of Technology**. Buckingham ve Philadelphia: Open University Press, 1999.

McLuhan, Marshall ve Fiore, Quentin. **Yaradığımız Medya**. Ünsal Oskay (çev.), İstanbul: Merkez Yayınları, 2005.

McLuhan, Marshall. **La Galaxie Gutenberg**. Paris: Galimard, 1967.

Melucci, Alberto. **Challenging Codes, Collective Action in the Information Age**, Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

Miège, Bernard. **La Société Conquise Par La Communication**. Grenoble: PUG, 1989.

Miège, Bernard. **Les Industries du Contenu Face à l'Ordre Informationnelle**. Grenoble: PUG, 2000.

Morley, David ve Robins, Kevin(ed.). **Kimlik Mekanları**. Emrehan Zeybekoğlu (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997.

Mosco, Vincent. **The Political Economy of Communication, Rethinking and Renewal**. London: Sage, 1998.

Munck, Ronaldo. **Emeğin Yeni Dünyası**. Mahmut Tekçe (çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi, 2002.

Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**. 3. Baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1998.

Nash, Kate. **Contemporary Political Sociology**, London: Blackwell, 2000.

Negreonte, Nicholas. **Dijital Dünya**. Zülfü Dicleli (çev.), İstanbul: Türk Henkel Dergisi Yayınları, 1996.

Negri, Antonio ve Hardt, Michael. **Çokluk**. Barış Yıldırım (çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004.

Neveu, Eric. **Sociologie Des Mouvements Sociaux**. Paris, La Découverte, 2002.

Norris, Pippa. **Digital Divide**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

O'Brien, Robert. **Contesting Global Governance: Multilateral Economic Institutions and Global Social Movements**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

Ong, Walter. **Sözlü ve Yazılı Kültür**. Sema Postacıoğlu Baran (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 1995.

Oskay, Ünsal. **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**. 3. Baskı. İstanbul: Der Yayınları, 2000.

Özbek, Meral (ed.). **Kamusal Alan**. İstanbul: Hil Yayın, 2004.

Preston, Pascal. **Reshaping Communications**. London: Sage, 2001.

Reeves, Geoffrey. **Communication and the Third World**. London: Routledge, 1993.

Rheingold, Howard. **The Virtual Community**. New York: Harper Perennial, 1993.

Schiller, Dan. **Digital Capitalism**. Massachusetts: MIT Press, 1999.

Schiller, Herbert. **Information Inequality**. New York: Routledge, 1995.

Schmidt, Manfred G. **Demokrasi Kuramlarına Giriş**. M. Emin Köktaş (çev.), Ankara: Vadi Yayınları, 2001.

Shaw, Randy. **Aktivistin El Kitabı**. Barış Yıldırım (çev.) İstanbul: Ayrıntı, 2001.

Shepard, Benjamin ve Hayduk Ronald (ed.). **From Act Up to the WTO, Urban protest and community building in the era of globalization**. London: Verso, 2002.

Terrou, Fernand. **L'information**, Paris: PUF, 1962.

Timisi, Nilüfer. **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost Kitabevi, 2003.

Toffler, Alvin. **Üçüncü Dalga**. İstanbul: Altın Kitaplar, 1981.

Törenli, Nurcan. **Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004.

Tunçay, Mete (der.). **Sosyalist Siyasal Düşünüş Tarihi**. Ankara: Bilgi Yayınevi, 1976.

Türkoğlu, Nurçay. **Toplumsal İletişim**. İstanbul: Babil Yayınları, 2004.

Uygur, Nermi. **ağdaş Ortamda Teknik**. İstanbul: Ara Yayıncılık, 1989.

Van de Donk, Wim, Brian D. Loader, Paul G. Nixon ve Dieter Rucht(ed.). **Cyberprotest, New Media, Citizens and Social Movements**. London: Routledge, 2004.

Virilio, Paul. **Cybermonde, la politique du pire**. Paris: Les Editions Textuels, 1996.

WALD, Sivil Toplum Örgütleri: Neoliberalizmin Araçları mı, Halka Dayalı Alternatifleri mi?. Işık Ergüden (ev.), İstanbul: Demokrasi Kitaplığı, 2001.

Weber, Max. **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**. Zeynep Aruoba (ev.), İstanbul: Hil Yayınları, 1997.

Webster, Frank (ed.). **Culture and Politics in the Information Age**. London: Routledge, 2001.

Webster, Frank (ed.). **Theories of Information Society**. London: Routledge, 1995.

Webster, Frank. **Theories of Information Society**. London: Routledge, 1995.

Wiener, Norbert. **Emek, Sibernetik ve Toplum**. İbrahim Keskin (ev.), İstanbul: Özgün Yayınları, 1975.

Wilhelm, Anthony G. **Democracy in the Digital Age**. New York: Routledge, 2000.

Williams, Raymond . **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**. Ahmet Ulvi Türkbağ (ev.), Ankara: Dost Yayınları, 2003.

Wolton, Dominique. **Penser La Communication**. Paris: Flammarion, 1997.

Wood, Ellen Meiksins. **Kapitalizm Demokrasiye Karşı**. İstanbul: İletişim, 2003.

Süreli yayınlar

Aitken, Hugh. “Science, Technique et Economie, Pour une Problématique de la Traduction”, **Réseaux**. No. 60. <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>. Temmuz-Ağustos 1993.

Bimber, Bruce. “İnternet ve Siyasi Dönüşüm: Hızlandırılmış Çoğulculuk”, **Cogito**. No. 30: 166-175. Kış 2002.

Bouquillion, Philippe. “Autoroutes de l’Information. Les Discours de la Concurrence et de la Régulation Marchande”, **Sciences de la Société**. No. 40: 141-153. Şubat 1997.

Breton, Phillipe. “Une Ideologie Alternative?” **Cinémaction**. No. 63. Mart 1992.

Burgelman, Jean-Claude. “Service Universel, Service Public et Souci de Diversité: Le Débat sur les Autoroutes de l’Information”, **Réseaux**. No. 78, <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/78/03-burge.pdf>, 1996.

Bustamante, Enrique. “Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions”, **Media, Culture & Society**. Vol.26, No. 6: 803-820, 2004.

Flichy, Patrice. “La Place de l’Imaginaire dans l’Action Technique”, **Réseaux**. No. 109: 53-61.

Golding, Peter. “Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and The Sociology of the Future”, **Sociology**. Cilt 34, No. 1: 165-184. 2000, s. 173.

Herscovici, Alain. “Economie des Réseaux et Structuration de l’Espace”, **Sciences de la Société**. No. 40: 25-38. Şubat 1997.

Jouet, Josiane. “Pratiques de Communication et Figures de la Médiation”, **Réseaux**. No. 60:101-120. 1993.

Katz, Elihu ve Ruth. “D’où Venait-il, Où A-t-il Disparu?”, **Quaderni**. No. 37. Kış 98-99.

LeBohec, Jacques. “Démocratie et Réseaux, Les Prénotions d’un débat prophétique”, **Terminal**. No.71/72: 103-122. Güz 1996.

Massit-Follea, Françoise. “La démocratie électronique: Mise en perspective”, *Information et Démocratie Mutation du débat public*, Jean Mouchon(ed.), **Feuillet de l’ENS**, ss.105-131.

Morgül, Tan. “Türkiye’de Dramatik Bir Ortasınıf Hikayesi: Solculuk”, **Birikim**, No: 197, Eylül 2005, s. 18-23.

Mosco, Vincent. “Les Nouvelles Technologies de la Communication”, **Réseaux**. No. 101: 95-118. 2000.

Robin, Jacques. “Les Dangers d’une Société de l’Information Planétaire”, **Le Monde Diplomatique**. Şubat 1995, s. 16-17.

Stratton, Jon. “Siberalan ve Kültürün Küreselleşmesi”, **Cogito**. No. 30: 80-99. Kış 2002.

Sunstein, Cass R. “Günlük Gazetemiz İnternet Demokrasi İçin Gerçekten Bir Nimet Mi?”, **Cogito**. No. 30: 176-189. Kış 2002.

Tremblay, Gaetan. “La Theorie des Industries Culturelles face aux Progrès de la Numérisation et de la Convergence”, **Sciences de la Société**. No.40:11-23.Şubat 1997.

Tremblay, Gaetan. “The Information Society: From Fordism to Gatesism”, **Canadian Journal of Communication**. Vol. 20, No. 4, 1995.

www.wlu.ca/~wwwpress/jrls/cjc/BackIssues/20.4/tremblay.html (18 Nisan 2003).

Underwood, Mick. “Kamusal Alan olarak İnternet”, **Cogito**. No. 30: 120-143. Kış 2002.

Vedel, Thierry. “La Gouvernance des Réseaux Mondiaux de Communication”, **Démocratie et Réseaux de Communication**. Vol. 19, No 2: 9-36, 1999.

Vedel, Thierry. “Les Politiques des Autoroutes de l’Information dans les Pays Industrialisés: une Analyse Comparative”, **Réseaux**. No. 78: <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/78/01-vedel.pdf>, Temmuz-Ağustos 1996.

Yenal Zafer ve Kolluoğlu Kırılı, Biray. “Distopyalar ve Ütopyalar Arasında Karşı Küreselleşme Hareketleri”, **Birikim**. No. 197: 10-17. Eylül 2005.

Sözlükler

Webster’s Online Dictionnary, <http://www.websters-online-dictionary.org/definition/technology>, (25 Mayıs 2006)

Bildiriler

Almeida, Jorge. “Convergencia tecnologica, espacio publico y democracia”. **Globalism and Pluralism Conference**. Montréal: GRICIS, 24 Nisan 2002.

Gingras, Anne-Marie. “Penser La Démocratie et Les Nouvelles Technologies d’Information et de Communication: Démocratie Directe et Action Collective”, **Congrès des sciences humaines et sociales**, Grenoble: Université de Grenoble, 2 Haziran 1998, ss. 4-32.

Guedes, Olga. “New Technologies, Democracy and Social Movement”, **Globalism and Pluralism Conference**. Montréal: GRICIS, 24 Nisan 2002.

Raporlar

Avrupa Komisyonu, **Livre Vert sur la Convergence des Secteurs des Télécommunications, des Médias et des Technologies de l'Information, et les Implications Pour la Réglementation.**, Brüksel, 1997.

Avrupa Konseyi, **L'Europe et la Société de l'Information Planétaire.** Brüksel, 1994.

Clinton, William J. ve Gore Albert. **Technology for America's Economic Growth, A New Direction to Build Economic Strengt.** Washington, 1993.

Demunter, Christopher. **The Digital Divide in Europe.** Eurostat, 2005.

DİE, **Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması.** Ankara, Nisan-Haziran 2004.

DPT, **8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesinde İktisadi Sektörlerde Gelişmeler: 1996-2000.** Ankara, Haziran 2000.

OECD, **Information Technology Outlook Report.** Paris, 2004.

Sciadas, George (ed.). **Monitoring The Digital Divide and Beyond.** Orbicom, Québec, 2003.

T.C. Başbakanlık, **e-Türkiye Girişimi Eylem Planı.** Ankara, 2002.

Türkiye Bilişim Vakfı, **Ulusal Birey Bilgi Sistemi.** İstanbul, 2000.

TÜSİAD, **e-Türkiye Raporu,** İstanbul, 2001.

UNCTAD, **ICT Development Indices.** New York ve Cenevre, 2004.

UNESCO, **Information and Communication Report, 1999-2000.** Paris, 2000.

UNESCO, **International flows of selected cultural goods**. Paris, 2000.

İnternet kaynakları

Anti-Mai Grubu. “Dünya Sosyal Forumunun Ekonomisi ve Politikası”. 2003. www.antimai.org/bn/dsfelestiri.htm , (12 Ocak 2005).

Başaran, Funda ve Özdemir, Önder. “Türkiye’de İnternetin Dünü, Bugünü ve Geleceği”. 2003, www.sendika.org. (23 Aralık 2003).

Bennett, Lance. “Globalization, media market deregulation and the future of public information”. *UNESCO-EU Conference on The Global Public Sphere, The Media and the Information Society*, İspanya, Kasım 2000, http://faculty.washington.edu/bennett/Media_Markets.htm (10 Kasım 2003).

Catinat, Michel. “The Reform of the Telecommunication Regulatory Frameworks: The American and European Approaches”, *Harvard Information Infrastructure Project Conference*, 3-5 Aralık 1997, <http://ksgwww.harvard.edu/iip/iicompol/Papers/Catinat.html>, (10 Temmuz 2003).

Garnham, Nicholas. “Medya ve kamusal alan”. Sevda Alankuş ve Hakan Tuncel (çev.),2002. <http://ilef.ankara.edu.tr/id/sonucs.pnp?yn=9&di=0> , (21 Mart 2002).

History and the Growth of İnternet. <http://www.Internetworldstats.com/emarketing.htm#stats> (15 Mayıs 2006).

İlk 500 Bilişim Firması, 2003. www.interpro.com.tr (22 Aralık 2003).

Kellner, Douglas. “Technopolitics, New Technologies and The New Public Spheres”, <http://www.uta.edu/huma/illuminations/kell32.htm> (23 Aralık 2002) .

Langman, Lauren ve Morris, Douglas. “İnternet Mediation : A Theory of Alternative Globalization Movements”. Loyola University of Chicago, www.is.njit.edu/vci/iwci1/morris-internet-mediation.doc (15 Nisan 2005).

Leon, Osvaldo, Sally Burch ve Eduardo Tamayo. "Social Movements on the Net". *ALAI*, 2001, <http://alainet.org/publicamsred/en/chapter2.html> (30 Haziran 2004).

Noam, Eli. "Two Cheers for the Commodification of Information". 27 Haziran 2001, <http://www.citi.columbia.edu/elinoam/articles/Commodification.htm>, (10 Şubat 2006).

Olsson, Stefan ve Maloney, Christian. "Four Commercial Virtual Communities". 2006. http://www.viktoria.se/results_files/126.doc (22 Mayıs 2006).

Özcivelek, Rukiye Herkmén. "Bilişim Teknolojileri ve Ekonomik Büyüme, Dünya ve Türkiye", *Tübitak-Bilten*, 2003, www.bilten.metu.edu.tr/Web_2002_v1/common/yayinlar/bilisim%20-bildiri%20rukiye.pdf, (23 Aralık 2003).

Pew İnternet and American Life Project. Digital Divisions. 2004. <http://www.pewİnternet.org/>, (30 Haziran 2004).

Poster, Mark. "Cyberdemocracy: İnternet and the public sphere". 1995, <http://www.hnet.ucl.edu/mposter/writings/democ.html>, (23 Mart 2002).

Thornton, Alinta. "Does İnternet create democracy?" <http://www.zip.com.au/~athornto/thesis6.htm#media> (22 Mayıs 2006).

Trends on Browser Market Share, January 2005 - January 2006. <http://www.e-janco.com/browser.htm> (18 Mayıs 2006).

Van Couvering, Elizabeth. "New Media? The Political Economy of İnternet Search Engines", *Conference of the International Association of Media & Communications Researchers (IAMCR)* Porto Alegre, Brezilya, 25-30 Temmuz 2004, http://personal.lse.ac.uk/vancouve/IAMCR-CTP_SearchEnginePoliticalEconomy_EVC_2004-07-14.pdf, (19 Mayıs 2006).

Werry, Chris. "Imagined Electronic Community: Representations of Virtual Community in Contemporary Business Discourse". *Firstmonday*, 2006, http://www.firstmonday.org/issues/issue4_9/werry, (22 Mayıs 2006).

World Internet Usage Statistics. 2006.
<http://www.Internetworldstats.com/emarketing.htm#stats>, (15 Mayıs 2006).

Kişisel görüşmeler

Aydın, Bülent. Küresel BAK Yürütme Kurulu Üyesi ve Haberleşme Grubu Moderatörü. Kişisel Görüşme. Haziran 2005.

Demirel, Oya. Küresel BAK Sekreteri. Kişisel Görüşme. Haziran 2006.

Erdoğan, Erkin. İstanbul Sosyal Forum Sözcüsü. Kişisel Görüşme. Aralık 2004.

Köse, Arife. Küresel BAK Eski Sekreteri. Kişisel Görüşme. Mart 2005.

Önen, Ayşegül. Küresel BAK Aktivisti. Kişisel Görüşme. Mayıs 2005.

Önen, Yıldız. Küresel BAK Yürütme Kurulu Üyesi ve Haberleşme Grubu Moderatörü. Kişisel Görüşme. Haziran 2005.

Tahmaz, Hakan. Küresel BAK Yürütme Kurulu Üyesi. Kişisel Görüşme. Mart 2005.