

HERBERT SCHILLER'İN İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMALARINA KATKISI

Levent YAYLAGÜL¹

ÖZET

Bu makalede, nitel tarihsel bir yaklaşımla, 1960'lı yıllardan itibaren ABD'de iletişimin ekonomi politiği alanında çalışmalar yapan, Herbert Schiller'in iletişim kuram ve araştırmaları alanına ne gibi katkılar yaptığı incelenmiştir. Buna göre, Herbert Schiller, Amerika'da iletişim araştırmaları alanında egemen olan davranışçı etki geleneğine karşı, eleştirel ekonomi politik yaklaşımla dünya sistemi/bağımlılık kuramları çerçevesinde kitle iletişim alanını kimlerin kontrol ettiği ve bu alanı hangi amaçlarla kullandığı sorusunun cevabını aramıştır. İletişim olgusunu, tarihsel ve toplumsal bağlamına yerleştiren Schiller, bütüncül ve diyalektik bir yaklaşımla, mülkiyet ve iktidar ilişkileri çerçevesinde, medya ve kültür alanındaki Amerikan askeri-sanayi kompleksinin egemenliğini, "kültür emperyalizmi" kavramıyla açıklamıştır.

Anahtar Kelimeler: Herbert Schiller, İletişim Araştırmaları, Eleştirel Ekonomi Politik, Kültür Emperyalizmi

THE CONTRIBUTION OF HERBERT SCHILLER TO THE FIELD OF COMMUNICATION RESEARCHES AND THEORIES

ABSTRACT

With a qualitative and historical approach this article examines how Herbert Schiller, who has been studying the political economy of communication in USA since 1960's, has contributed to the field of communication theories and researches. With reference to this, Herbert Schiller asks and searches for the answer that who controls the field of mass communication and for what purposes it is used in the framework of the "World System" and "Dependency Theories" with a critical political economy approach which is against the tradition of dominant behavioral "researches of effect" in the field of communication in USA. Schiller, who has placed the communication phenomenon in the historical and social context, explains the American sovereignty in the field of media and culture with the concept of "cultural imperialism" with a holistic and dialectical approach, within the framework of property and power relation.

Key Words: Herbert Schiller, Communication Studies, Critical Political Economy, Cultural Imperialism

¹ Doç.Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, Antalya, Türkiye, e-mail: lyaylagul@akdeniz.edu.tr

GİRİŞ

Kitle iletişim kuram ve araştırmaları alanında iki temel yaklaşım vardır. Bunlardan ilki liberal toplum kuramının temel varsayımlarına dayanarak medya analizleri yapan anaakım da denilen kuram ve yaklaşımlardır. Anaakım yaklaşımlar daha çok, yönetim araştırması olarak da adlandırılır ve bu tip araştırmaların özelliği, şirketlerin ve devletlerin politika ve strateji belirlemeleri ve propaganda yapabilmeleri için gerekli bilgilere ulaşmak doğrultusunda medyanın izleyiciler üzerindeki etkisi konusunda araştırmalar yapmalarıdır. Yönetimsel araştırmalar, pozitivist metodolojiye dayanan ve “kullanımlar doyumlar”, “gündem belirleme”, “ekme/yetiştirme” gibi daha çok medyanın etkileri konusunda analiz yapan ve kitle iletişim araçlarının insanları etkileme gücü konusuna odaklanan yaklaşımlardır. Bu yaklaşımların ortak özelliği, ampirik bir metodolojiyi kullanarak davranış bilimleri geleneği içerisinde medyanın bireysel tüketiciler üzerindeki etkilerini incelemeleridir (Fejes, 1984, s. 219). Bu geleneğin en önemli sorunu, iletişim olgusunun içinde gerçekleştiği kapitalist topluma egemen olan iktisadi süreçleri, bu toplum tipine özgü sınıf mücadelesini, iktidar ve mülkiyet ilişkilerini analize dahil etmemesidir (Hall, 1982).

Diğer yaklaşım ise Marksizm’den hareketle iletişim olgusunu analiz eden eleştirel yaklaşımlardır. Eleştirel yaklaşımlar özellikle 1970’li yıllarda gelişmeye başlamıştır. Bu yıllarda davranışçı gelenekten eleştirel yaklaşımlara doğru bir yönelme gerçekleşir. Eleştirel yaklaşımlar medyayı sadece mesaj ve tüketici boyutuna hapsedmeden kitle iletişim olgusunu ekonomik, siyasi ve kültürel bağlamına yerleştirerek, kapitalist sistemin üretilmesinde, yeniden üretilmesinde ve değiştirilmesinde kitle iletişiminin rolünü ve işlevlerini tarihsel ve bütüncül bir yaklaşımla analiz ederler. Bu geleneğe dahil olan düşünürler, kitle iletişim alanını kapitalist toplumlarda iktidarın ve mülkiyetin eşitsiz dağılımından hareketle analiz etmeye çalışırlar. Eleştirel yaklaşımlar geleneği içerisinde iletişimin ekonomi politik yaklaşımı en önemli araştırma alanlarından birisidir (Mosco, 1996).

Bu incelemede, Amerika Birleşik Devletleri’nde eleştirel ekonomi politik geleneğin kurucularından birisi olan Herbert Schiller’in iletişim araştırmaları alanına ne gibi metodolojik ve kuramsal katkılar yaptığı sorunsalından hareketle, tarihsel/nitel bir yaklaşımla kronolojik olarak çalışmalarını incelenmekte ve iletişim kuram ve araştırmaları tarihi açısından Schiller’in bu alandaki özgün yeri saptanmaya çalışılmaktadır.

ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK GELENEK VE HERBERT SCHILLER

İletişim kuram ve araştırmaları alanında eleştirel yaklaşımlar kendi içerisinde kültürel incelemeler geleneği ve eleştirel ekonomi politik olarak alt kollara ayrılmaktadır. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, kapitalizmi analiz eder. Kapitalist toplumlarda mülkiyet ve iktidar ilişkilerinden hareketle genel anlamda maddi ve düşünsel kaynakların, daha özel bağlamda iletişimsel kaynakların dağılımı sorunu ile ilgilenir. Tarihselci ve bütüncül bir yaklaşımla, sermaye-medya, sermaye-siyaset ve siyaset-medya ilişkileri çerçevesinde kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı, içerikleri ve bunların toplumsal yeniden üretim açısından ekonomik ve siyasal sonuçları ile izleyiciler üzerindeki iktisadi ve ideolojik etkileri sorununa odaklanır. Eleştirel ekonomi politik gelenek kapitalist toplumlardaki mülkiyet ve iktidar ilişkilerinden hareketle kitle iletişiminin doğasını açıklamaya ve dönüştürmeye çalışır. Sermayenin denetimindeki toplumsal güçlerin, bir endüstri olarak medyayı nasıl sınırlandırdığına dikkat çekerek medyayı mülkiyet yapısı açısından inceler. Eleştirel ekonomi politik düşünce geleneğinden gelenler için en önemli ve birbiriyle bağlantılı iki kavram ‘mülkiyet ve iktidar’dır. Bu yaklaşım medya analizinde ekonomik, siyasal ve kültürel süreçleri mülkiyet, iktidar ve buna dayanan tahakküm ilişkileri çerçevesinde ele alır. Buna göre, eleştirel ekonomi politik için de,

eleştirel yaklaşımın kendisinde olduğu gibi, en önemli sorun mülkiyet, iktidar ve tahakküm sorunudur (Schaefer, 200, s.181)

Ekonomi politik yaklaşımı odağa alan iletişim analizleri, tipik olarak medya ve iletişim sistemleri ve toplumun daha geniş yapısı arasındaki ilişkiye bakar. Böylece medyanın ekonomi politikliği, medya sistemlerinin mevcut sınıfsal ya da sosyal ilişkileri nasıl güçlendirdiği, onlara nasıl meydan okuduğu ya da onları nasıl etkilediğini inceler. Bu yaklaşım iletişim araştırmaları alanındaki eleştirel ekolün en güçlü kanadını temsil eder. Bu yaklaşımın sorduğu iki temel soru; “Medya sahipliği, medyanın davranışı ve içeriğini etkileyen politikaları ve yapıları nasıl destekler? İletişimin üretim, dağıtım ve tüketimindeki yapısal faktörler ve süreçler nelerdir?” sorularıdır (Shade, 2009, s.1).

İletişimin ekonomi politikliği konusunda dünya çapında etkin olan Kuzey Amerikalı iki düşünürden birisi Herbert Irving Schiller’dir (5 Kasım 1919-29 Ocak 2000).¹ Amerika Birleşik Devletleri’nin New York eyaletinde doğup büyüyen Schiller, bütün eğitimi de bu şehirde tamamlamıştır. City College’de ekonomi lisansını tamamlayan Schiller, Yüksek lisansını 1941 yılında Columbia Üniversitesi’nde ve doktora derecesini New York Üniversitesi’nde almıştır. 1950’li yıllarda Brooklyn, New York’da Pratt Enstitüsü’nde, sanatçılara ekonomi eğitimi vermiştir. 1960’ların başında Pratt Enstitüsü’ndeki tam zamanlı ve New York City Üniversitesi’ndeki yarı zamanlı görevlerinden ayrılarak Urbana’daki Illinois Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne geçmiş ve Ekonomi ve İş Araştırmaları Bölümünde çalışmaya başlamıştır. Orada, kitle iletişiminin ekonomi politikliği konusunda ders veren Dallas Smythe ile tanışır. Dallas Smythe’nin kendi ülkesi olan Kanada’ya dönmesi üzerine bu dersi Schiller’in vermesi istenir ve böylece Schiller iletişim araştırmaları alanına dahil olur ve bu alana ilgi duymaya başlar. 1960’lı yıllarda Illinois Üniversitesi Amerikan İletişim Araştırmaları alanındaki önemli merkezlerden birisidir. Burada Wilbur Schramm, İletişim Araştırmaları Enstitüsü’nün önde gelen araştırmacılarından birisidir. Bu yıllarda iletişim alanındaki öncülerden Charles Osgood ve George Gerbner de oradadırlar. ABD’deki iletişim araştırmacıları fonksiyonalist ve pozitivisttir. Bu tip araştırmacıların amacı, şirketlerden ve kamu kurumlarından kaynak sağlayarak onların yönetsel fonksiyonlarını yerine getirebilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamaktır. Ancak adı geçen bu iletişim araştırmacıları arasında Schiller son derece radikal kalır (Maxwell, 2001, s.3).

Schiller, pozitivist, nesnel araştırma anlayışına, niceliksel matematiksel modellere ya da davranış bilimlerinin araçlarını kullanan hipotez testi yapan yaklaşımlara itibar etmez. Çünkü Schiller’e göre, toplumsal olaylar pozitivist felsefenin iddia ettiği gibi, “doğal” değildir ya da evrensel kurallara dayanmaz. Toplumsal düzenler sosyal mücadelelerle kurulur ve değiştirilir. Onun için Schiller, kapitalizmin uluslararası sistemde karşıtlıklar yarattığını ve bu çelişkilerin ulus-devletlerin dayandığı ulusal enformasyon temelini aşındırdığını, uluslararası sistemdeki bu eşitsizliğin ekonomik ve sosyal alandaki eşitsizliğin bir parçası olduğunu düşünmüştür. Bu yaklaşımıyla Schiller, ABD’deki medya alanını tamamen değiştirmiş ve iletişim bilimine saygınlık kazandırmıştır (Mowlana, 2001).

1969 yılında San Diego’daki California Üniversitesine geçen Herbert I. Schiller burada iletişim profesörü olarak çalışmış ve kariyerinin geri kalanını bu üniversitenin çatısı altında tamamlamıştır. California Üniversitesi’ndeki iletişim bölümünü 1970 yılında kuran Schiller’in iletişim literatürü açısından önemli bir yer ve yekun tutan çalışmalarının odağında iki temel sorun bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, Amerika Birleşik Devletleri’nde kamusal alanın ve kamu kurumlarının özel sektör (sermaye) tarafından ele geçirilmesi ve ikincisi, küresel

¹ Diğeri ise Schiller’in yakın arkadaşı Dallas W. Smythe’dir Dallas Smythe (1977), Batı Marksizm’inin kör noktası başlığıyla başlattığı bir tartışma ile insanların dikkatini ideolojik aygıtlar olarak kitle iletişim araçlarından uzaklaştırarak kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçlarının ne gibi ekonomik işlevler yerine getirdiği sorusuna verdiği “izleyici emtiası” yanıtıyla iletişimin ekonomi politikliği alanındaki özgün düşünürlerden birisidir.

Amerikan şirketlerinin kültürel yaşam üzerindeki özellikle gelişmekte olan ülkelerin kültürel yaşamı üzerindeki olumsuz etkisi. Bu temel vurgu Schiller'in 1990'ların sonuna kadar sürecek olan çalışmalarının da temel tezi olmaya devam edecektir. Bütün çalışmalarında dünya iletişim düzeni üzerindeki Amerikan egemenliği ve bunun yarattığı olumsuz sonuçları gözler önüne sermiştir (Ogan,2000, s.2).

1970'LER: DÜNYA SİSTEMİ, BAĞIMLILIK KURAMLARI AMERİKAN HEGEMONYASI

1960'lı yılların sonunda, hem Amerikan hem de bütün dünya gençliği Amerikan egemenliğini protesto ederken Herbert Schiller de yazdıklarıyla ABD'nin ve dünyanın gündemine oturur. Ekonomi alanında eğitim alan Herbert Schiller, 1960'larda medya konusuna ilgi duymaya başlar ve bu alandaki temel eserlerinden olan ilk kitabı, *Mass Communication and American Empire*'i (Kitle İletişimi ve Amerikan Egemenliği) (1969) yılında yayımlar. 1973 yılında kaleme aldığı *Mind Managers* (Zihin Yönlendirenler) adlı kitabı ile medyaya bakışını ve yapmış olduğu incelemelerin sonuçlarını okuyucuları ile paylaşır. Schiller'in yaptığını Amerika'da daha önce kimse yapmamıştır. Onun yazdıkları kolonicilik sonrası dönemde Bağlantısızlar Grubu'nun beklentileriyle örtüştüğü için Schiller uluslararası bir şöhret kazanır. Adı geçen iki temel eserde ortak olan yaklaşıma göre, medya ekonomik ve siyasi güç odaklarına bağlıdır. Bu bağımlılıktan dolayı medya hiçbir zaman liberal düşünürlerin iddia ettiği gibi, iktidarı eleştirme ve demokratik bir forum olma görevini yerine getiremez. Amerika Birleşik Devletleri gibi kapitalist devletlerde medya, mevcut mülkiyet ve iktidar ilişkilerinden dolayı ekonomik, siyasi ve askeri seçkinlerin çıkarlarına hizmet eder. Özellikle kitle iletişimi alanında, çokuluslu ve ulus-aşırı şirketler aracılığıyla, ABD'nin egemenliği ve etkisi vardır. İlk kitap, Batılı ülkelerin, özellikle ABD'nin küresel çapta iletişim alanına egemen olması sonucunda Amerika ile azgelişmiş ülkeler arasındaki ilişki, Amerika'nın egemen ve diğerlerinin bağımlı olduğu eşitsiz ve hiyerarşik bir sömürü ilişkisidir. Enformasyonun, iletişim teknoloji ve içeriklerinin Batı'dan dünyanın diğer bölgelerine doğru tek yönlü akışını "kültür emperyalizmi" olarak gören Schiller'e göre bu durum gelişmekte olan ülkelerin ekonomik ve kültürel bağımsızlıklarını tehdit eden en önemli yapısal özelliktir. Bunun sonucunda ABD'den gelen telekomünikasyon teknolojileri ve bunların içerikleri gelişmekte olan ülkelerin elektronik olarak istila edilmesi anlamına gelir ki bu ilişki tarzı, hem gelişmekte olan ülkelerin yerel otantik kültürünü tehdit etmekte hem de gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş sanayi ülkelerine olan bağımlılık ilişkisi güçlenmektedir (Schiller, 1969, s.5).

ABD'de güçlü bir sivil toplum alanı varmış gibi görünmesine rağmen, kamuoyunda dolaşan görüş ve düşünceler üzerinde şirketlerin ve onları kontrol eden kapitalistlerin egemenliği vardır. Çünkü Amerika gibi kapitalist toplumlarda, radyo ve televizyonlar kamu yararı anlayışına ya da estetik ölçülere göre işlememektedir. Medya alanı tekellerin egemen olduğu ve etkinlik gösterdiği bir alandır. Küresel tekellerin denetimindeki Amerikan kültür endüstrileri, özellikle Üçüncü Dünya ülkelerinin medya pazarı üzerinde de egemendirler. Amerikan tekelleri şirket yapısı iletişim sistemlerinin kamu yararına kullanılmasına izin vermemektedir. Maddi ve düşünsel kaynakları kontrol eden holdingler, finans kaynaklarını, teknolojiyi, Ar-Ge faaliyetlerini, üretim bilgisini, teknolojiyi ve içerikleri üretme, dağıtma ve tüketim süreçlerini kontrol etmekte ve şirketler iktidarlarını bu alandaki güç ve kontrollerinden almaktadırlar (Schiller, 1969a, s.5).

Schiller'e (1969) göre, uluslararası uydu sistemleri gibi Amerikan iletişim teknolojileri Amerikan endüstriyel kompleksinin dünyadaki gücünü ve etkinliğini kolaylaştırmaktadır. İletişimsel faaliyetler plansız bir pazar ekonomisi içerisinde gerçekleşmektedir ve ekonomik olarak zayıf ülkeler, güçlü Amerikan teknolojisi aracılığıyla enformasyonel ve teknolojik olarak Amerikan ekonomisine bağlanmaktadır. Sömürgecilikten kurtularak bağımsızlığına kavuşan Üçüncü

Dünya ülkelerinin pek çoğu haber, enformasyon, eğlence, kültürel ürünlerin akışı ve teknoloji konusunda Amerikan ekonomisine bağımlıdır.

Bu ilk kitapla birlikte, sorunları sadece güncel yönüyle değil, tarihsel ve toplumsal çerçevesine yerleştirerek ele alan Herbert Schiller'in yaklaşımı dönemin geleneksel iletişim araştırmaları anlayışında önemli bir kırılma meydana getirmiş ve iletişim araştırmalarının gündemini kalıcı olarak değiştirmiştir. Schiller, 1950 ve 60'larda çok önem verilmeyen siyasi ve ekonomik güç (iktidar ve mülkiyet ilişkileri) anlayışını iletişim araştırmalarına kazandırarak iletişimin eleştirel ekonomi politikası yaklaşımının temellerini atmıştır (Li, 2003).

1970'lerin sonunda dünya iletişim sisteminin yapısı, uluslararası tartışmaların gündemindedir. Amerika'nın serbest piyasa ekonomisi, "enformasyonun serbest akışı" doktrini ile güçlü Amerikan ekonomisinin kendisinden daha güçsüz ülkelerinin ekonomilerinin ve kültürlerinin içine girer ve onlar üzerinde tahakküm kurar ve bu kırılgan toplumlara Amerikan yaşam tarzını ve değerler sistemini empoze eder. Schiller'in kültür emperyalizmi kavramıyla açıkladığı bu durum, maddi ve kültürel malların sanayileşmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü akışı sonucu oluşmaktadır. Mevcut yapıyı ve iktidar ilişkilerini değiştirmek isteyen ülkeler açısından, enformasyon sistemlerinin bu şekilde oluşmasını sağlayan toplumsal yapıyı tersine döndürebilmek için birtakım tedbirler almak gerekir (Gieselman, 1970).

Uluslararası iletişim alanındaki tek yönlü serbest akıştan şikâyetçi olan ülkeler, enformasyon dengesizliği ve kültürel emperyalizmin bütün yaşam alanlarına zuhur etmesi sonucunda dış müdahalelere karşı egemenliklerini ve bağımsızlıklarını korumak için enformasyonun dengeli ve adil akışını sağlayacak *Uluslararası Yeni İletişim Düzeni* arayışlarını UNESCO çatısı altında gündeme getirmişlerdir. Bu arayışlar, gelişmekte olan ülkelerin sanayileşmiş ülkelere bağımlılık yaratan koşullardan kurtaracak politikalar geliştirmeleri ve onları hayata geçirme arayışlarının bir parçasıdır. Bu sayede Üçüncü Dünya ülkeleri ekonomik büyümeyi harekete geçirmek üzere iletişim alanında hükümetlerin kontrolünü sağlayabileceklerdir. Böylece, Üçüncü Dünya ülkeleri, kapitalist toplumsal sisteme alternatif iletişim sistemleri geliştirmeyi amaçlamaktadırlar (Schiller, 1974, s.1).

Schiller'in (1976) bu bağlamda incelediği kavramlardan birisi de enformasyonun serbest akışı yaklaşımıdır. Bu anlayış dünya çapında egemenlerin çıkarlarına hizmet etmektedir. Çünkü enformasyonun serbest akışı anlayışı bağımlılığı sürekli hale getirmektedir. Dünyada daha dengeli ve adil bir enformasyon akışının olabilmesi için "enformasyonun serbest akışı" ilkesinden vazgeçilmelidir. Amerika'nın resmi ideolojisi olan "serbest akış" doktrininin de temelini oluşturan bireyci ideolojiye göre, bireyler kendi çıkarlarının peşinde koşarlar ve kazançlarını en çoklaştırmayı amaçlarlar. Toplumun amacı da bireyin bu hedefine ulaşarak saygınlığını korumasına yardımcı olmaktır. Enformasyonun ve kültürel malların serbest akışı ile herkes en iyi ve kaliteli kültürel mallara ve enformasyona ulaşarak bilgi ve eğlence ihtiyacını giderme hakkına sahip olacaktır.

Bu liberal iddialara karşın, Schiller'e (1978) göre, Amerikan yapımı mesajlar, imajlar, yaşam biçimleri, enformasyon ve iletişim teknolojileri bütün dünyada dolaşımındadır ve bunlar başka toplumlar ve kültürler tarafından da taklit edilmektedir. Bundan dolayı pek çok gelişmekte olan ülkenin hükümetleri iletişim ve kültür araçlarını kendi denetimlerine almaya çalışmaktadırlar. Ancak Schiller'e göre, üçüncü dünya ülkeleri "ulusal ve sosyalist kültür politikaları" benimsemeyen ve bunları uygulamadan mevcut yapı içerisinde bağımsız ve ulusal bir iletişim düzeni kurmak mümkün değildir. Uluslararası iletişim sorunlarının çözüme kavuşturulabilmesi için, uluslararası düzenin devletler arasında barışı koruma ve ekonomik açıdan eşitlik geliştirme yönünde düzenlenmesi gerekir. Yeni uluslararası ekonomik düzen, uluslar arasında sömürü yerine yakın işbirliğini gerektirir. Bu işbirliği içerisinde kültürel egemenlik ve kültürel

bütünlüğe saygı duyulması ve büyük devletlerin diğerlerinin işlerine karışmamasının garanti altına alınması gerekir.

1978 yılında UNESCO'da yapılan zirvede Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni (NWICO) gündemi oluşturmak için Üçüncü Dünya ülkelerinin görüş ve çabaları, ABD ve müttefikleri tarafından çoğunlukla reddedilmiştir. Ayrıca ABD, bazı üçüncü dünya ülkelerinin desteğini kazanmak için, iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi konusunda sınırlı yardımda bulunma yönündeki teklifiyle, Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni savunucularının kendi aralarında oluşturduğu birlik de dağılmış oldu. Bu, *Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni*'ni savunanlar için önemli bir alan olan Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO)'nün Batılı medya şirketlerinin doğrudan ve yoğun saldırıları ile süreç tamamlanmıştır. Bu kampanya sonucunda ABD, 1984 yılında, UNESCO'dan çekilmiştir. Bu, ABD'nin küresel enformasyon politikasını uluslararası topluma kabul ettirmek için uluslararası toplumu sindirmeye çalışan Reagan yönetiminin gündeminin de bir parçasıdır (Schiller, 1993, s.48).

1980'LER: KÜRESELLEŞEN KAPİTALİZM, NEO-LİBERALİZM VE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Schiller, 1980'li yıllarda kapitalizmin küreselleşmesi ve bu bağlamda yeni iletişim ve enformasyon teknolojileri ile enformasyon üretiminin artışı sorunlarıyla ilgilenmiştir. Ona göre küreselleşmenin ve yeni iletişim teknolojilerinin arkasındaki itici güç, ulus-aşırı şirketlerdir. Ulus-aşırı şirketler, içinde işledikleri ulus-devletlerin sınırlarını aşacak şekilde kendi ekonomik çıkarlarına göre biçimlendirdikleri bir küresel pazar mekanizması yaratmışlardır. Bu küresel şirket sistemi, mesajların kitlesel bir şekilde akışını sağlayan ve dünyanın her köşesini kendi pazarı halinde örgütlenmiş ve ticarileşmiş iletişim altyapısını gerektirir (Schiller, 1980).

Schiller'e (1981) göre, küreselleşmeye çalışan neo-liberal ekonomi modelinde üretimin verimliliğini ve 1970'lerden itibaren düşmeye başlayan kâr oranlarını artırmak için girişilen bankacılık, sigortacılık, turizm, ulaştırma, hizmetler gibi sektörlerdeki işlerin çoğunluğu bilginin depolanmasını, işlenmesini ve saklanmasını gerektirdiğinden, bu işler, elektronik sistemlere ve özellikle bilgisayar teknolojilerine bağımlıdır. Bundan dolayı bilgisayarlar ve mikro işlemciler, iş yaşamının bir parçası haline gelmiştir. Enformasyon makineleri, hizmetleri ve ürünleri ile "know-how" enformasyon hizmetleri Amerikan ekonomisinde hem iç pazara bir dinamizm kazandırmış hem de ABD dış ticaretinin en önemli unsuru haline gelmiştir. Dünya pazarları Amerikan ürünü olan telekomünikasyon hizmetleri, malları ve ekipmanları ile doludur. Telekomünikasyon ve enformasyon sektörleri ile verilerin işlenmesi, saklanması, iletilmesi gibi hizmet alanlarında da Amerikan şirketleri dünya pazarlarında güçlü ve egemen konumdadır. ABD'de enformasyon teknolojilerinin gelişmesi küresel Amerikan şirketlerinin ekonomik gücünün restore edilmesi anlamına gelir. 1980'lerde ABD, Ar-Ge konusundaki kaynakları genişleterek yüksek teknoloji konusundaki çalışmalarını hızlandırmıştır. Bu sayede modası geçmiş endüstrilerden yeni teknoloji arayışlarına ve yatırımlarına geçilmiştir. Donanım, yazılım ve veriler küreselleşme sürecinde dünya ekonomisini birbirine bağlamak için gereklidir. Ayrıca bu kaynaklar tekrar tekrar çoğaltılıp satılabilir kaynaklardır ve sürekli bir gelir kaynağıdır. 1980'li yıllar boyunca Amerika'nın gücü elektronik endüstrilerine ve onun çıktıklarına dayanmaktadır. Bunlar da astronomik harcamalar gerektiren uzay araştırmalarının sonucunda geliştirilmiştir. Küreselleşme sürecinde şirket etkinliklerinin sürdürülebilmesi için bilgisayar destekli bir iletişim altyapısına ihtiyaç vardır. Şubeler, bürolar ve bayiler arasındaki eşgüdüm ve üretim, dağıtım ve tüketim sürecinin tamamlanabilmesi için böyle bir teknik altyapıya ihtiyaç duyulmuştur. Buna göre, bütün gelişmeler, kapitalist pazar mekanizması içerisinde gerçekleşmekte ve onun mantığına göre şekillenmektedir.

1980'li yıllar boyunca ve daha sonrasında dünyanın pek çok ülkesinde küresel kapitalizmin mantığına uygun olarak neo-liberal politikalar çerçevesinde özelleştirme ve kuralsızlaştırma (deregülasyon) uygulamalarıyla kamu denetiminde olan kitle iletişimi, özellikle elektronik iletişim alanı ticarete açılmış ve bu gelişmelerle hayatın her alanını ele geçiren kapitalist pazar güçleri iletişim alanını da denetimine almış ve Amerikan tarzı ticari yayıncılık giderek bütün dünyaya yayılmış ve kamu yayıncılığı gerilerken ticari yayıncılık egemen hale gelmiştir. Küresel şirketlerin kuralsızlaştırma/özelleştirme politikalarına bu kadar önem vermelerinin nedeni, şirketlerin küresel olarak dağılmış bulunan birimleri arasında yapılacak olan işlemlerin eşgüdümünü ve birimlerin birbirine bağlanmasını sağlamak için telekomünikasyon ve yayıncılık sistemlerine ve teknolojik altyapıya ihtiyaç duymasındır. Yayıncılık, özelleştirildiği zaman, küresel şirketlere ve onların reklam ajanslarına, ulusal televizyon ekranlarına, herhangi bir sınırlama olmadan ulaşma imkânı doğacaktır. Bu sayede, genel programlar ve reklamlar satış mesajlarını kolayca tüketicilere ulaştırabilirler. Sonuç olarak 1980'lerin başından itibaren aynı tek biçimli talimatları kullanan ve küresel şirketler tarafından başlatılan ve yönlendirilen ve tüketime dayanan, küresel çapta bir kapitalizm oluşturulmuştur. Bu ortamda şirketler tarafından gönderilen reklam ve tüketime ilişkin mesajların korunması ve desteklenmesi sağlanmaktadır. Bu mesajlarla tüketici tercihi ve egemenliğine vurgu yapılmaktadır. Programların türü ve içeriği ne olursa olsun, tüketim kültürünü meşrulaştırmak için tüketicinin seçme özgürlüğü olduğu belirtilmektedir. Bu politikalara direnmeye çalışan kişi, kurum ve devletlere karşı da şirketler tarafından küresel bir mücadele yürütülmektedir. Küresel şirketler, kendilerinin sınırsız ulus aşırı gücüne karşı mücadele eden devlet yapılarını zayıflatmak için çok yönlü ideolojik, siyasi, ekonomik mücadeleler ve hatta darbelere varan askeri müdahaleler gerçekleştirmişlerdir. Telekomünikasyon ve yayıncılık sistemlerinin devlet denetiminde olduğu ülkeleri tekelcilikle suçlayan şirketler, kamu girişimciliğinin karşısına neo-liberalizmin ideolojik varsayımlarını oluşturan serbest piyasa, özelleştirme, kuralsızlaştırma sloganları ile çıkmışlardır. Bütün bu mücadeleler sonucunda ulus-devletler, kendi ulusal alanlarına sızan ve buralarda egemen olan küresel iletişim şirketlerini izleme ve onlara müdahale etme güçlerini büyük oranda yitirmişler ve ulusal varlıkları tehdit altına girmiştir (Mosco, 2001a, 191).

Küreselleşme sürecinde ulus-aşırı şirketlerin gücü artmıştır. Hükümetler ulusal egemenlikleri üzerindeki kontrollerinden (telekomünikasyon, enerji gibi) vazgeçerek bu kaynakları özelleştirmişlerdir. Bu süreçte şirketler ve hükümetler tarafından pazar mekanizmasının insanların bütün ihtiyaçlarını tatmin edeceği görüşünün propagandası yapılmıştır. Pazardaki iktisadi aktörler güçlerini artırmak için birleşmişlerdir. AOL-Time Warner ve Vivendi/ Seagram örneğinde olduğu gibi, şirket birleşmelerinin görüldüğü en önemli alanların başında iletişim ve enformasyon alanı gelmektedir. AOL-Time Warner, Bertelsman, Nokia, Japon NTT gibi şirketler vergilendirme, verilerin korunması, düşünsel mülkiyet hakları (copyright), gümrükler, enformasyon güvenliği ve orijinalliği konusunda işbirliği yapmakta ve hükümetlere bu alanda düzenleme yapmalarını ve bilgi alanını endüstrinin öncülük ettiği pazar mekanizmasına terk etmesini telkin etmektedirler (Hamelink, 2001).

Özelleştirilen/ticarileştirilen ve kuralsızlaştırılan yayıncılık ve telekomünikasyon sistemlerini kullanan Amerikan küresel şirketleri dünya çapında tüketim kültürü yaratmışlardır. Çünkü yerel ülkelerdeki televizyon kanalları da Amerikan yapımı ya da onların taklidi olan, tüketime ilişkin reklam ve eğlence içerikleri sunmaktadırlar. Film, televizyon, dergi, moda sektörü, reklam ve tüketim gibi alanlarda Amerikan kültürel ürünleri egemendir. Yerel olarak üretilen kültürel ürünlerin çoğu da Amerikan kökenli ürünlerin yerli taklitleridir. Amerikan yapımı bu orijinal ya da taklit ürünler, "özgürlük, bireysel tercih, daha iyi bir yaşam ve daha iyi bir gelecek" gibi düşünceleri, bütün dünyaya yaymaktadırlar. Pazar yapısının Amerikan şirketlerinin denetiminde olması, ülkeden ülkeye farklılık gösterse de kurumsal ve örgütsel yapıların Amerika'dakilerin taklidi olması Amerikan kültürel ürünlerinin ve iletişimsel içeriklerinin bütün

dünya pazarlarında yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bunun sonucunda dünyanın her yerindeki insanlar, Amerikan yapımı malların, hizmetlerin, düşüncelerin ve görüntülerin tüketicisidirler. Bu neo-liberal ekonomi modeli çerçevesinde dünya ekonomisindeki ve medya endüstrisindeki dönüşümün bir sonucudur. Bu dönüşüm küresel sermayenin kamusal tartışmaları bastırarak onun yerine bireyci tüketim kültürünü ikame etmesi ile sonuçlanmıştır. İzleyiciler kamusal tartışmalara katılmak yerine talk show, futbol, spor yorumları, yarışma, magazin programları gibi programları izlemek için uzun saatlerini ekran karşısında öldürmektedirler (Schiller, 1983,s.18).

İletişim alanı da dahil olmak üzere, kaynakların üretimi ve dağıtımını üzerindeki kontrolleri giderek artan şirketler gibi özel kuruluşlar, güçlerini artırarak konumlarını sağlamlaştırmak için, iletişimsel kaynakları, satmak amacıyla, pazarla ilişkili davranışlara yönelik özel eğilimleri içeren mesajları topluma iletmektedirler. Toplumsal yaşamda kültürün önemine vurgu yapan Schiller'e göre, demokrasi için eleştirel kültürün varlığı önemlidir. Bir toplumun ekonomik yaşamı ile kültürel içeriği birbirinden ayrılamaz. Schiller, kültür konusunda eleştirel bir bakış açısına sahiptir ancak kültürü ekonomik tabanın basit bir yansıması olarak görmez. Ona göre sembolik alan maddi yapının bir parçasıdır. Bu yaklaşımla Schiller "Kültürel İncelemeler" geleneğini, kültürel alanın ekonomik, siyasi ve toplumsal yaşamla olan bağını koparmakla eleştirir (Schiller, 1989).

Özellikle 1989-91 sürecinde önce Berlin Duvarı'nın yıkılması ve ardından SSCB'nin dağılması ile ABD dünyada tek süper güç olarak kalmış, böylece Amerikan küresel şirketleri küresel ekonomi ve uluslararası ilişkiler üzerindeki egemenliklerini daha da pekiştirerek Amerika'nın varolan kültürel emperyalizmini ulus aşırı şirketlerin ekonomik ve kültürel egemenliğine dönüştürmüşlerdir (Schiller, 1992). Şirketlerin denetiminde teknolojinin ve politikaların yöndeşmesi sonucu toplumların kültürel özerklikleri ve dilleri geçmişe oranla daha çok risk altındadır. Pazar mekanizması ve serbest ticaret kültürel özerkliği yutmaktadır (Hamelink, 2001).

1990'LAR: ENFORMASYON TOPLUMU TARTIŞMALARI

1980'lerden başlamak üzere, 1990'lı yıllarda da Herbert Schiller, ilgisini "enformasyon toplumu" konusundaki tartışmalara yöneltmiştir. Aslında bu dönemde, dünya iletişim kamuoyu yoğun bir şekilde enformasyon teknolojileri alanına yoğunlaştığı için, Herbert Schiller'in bu dönemdeki çalışmalarının çoğunluğu da "enformasyon toplumu" üzerinedir. Aslında 1970'li yıllardan itibaren Schiller'in gündeminde enformasyon sorunu vardır. Daniel Bell'in (1973), 1970'lerde yazdığı *The Coming of a Post Industrial Society* (Endüstri Sonrası Toplumun Ortaya Çıkışı) kitabında iddia ettiği "enformasyon toplumu", "sanayi sonrası toplum" gibi kavramlaştırmalarla gündeme getirdiği, yeni bir toplum tipine vurgu yapan kavramsallaştırmalara karşı Schiller (1973), *Mind Managers* (Zihin Yönlendirenler) kitabında enformasyonun, içinde üretildiği kapitalist toplumun mantığına uyararak nasıl hızlı bir şekilde emtiaya dönüştüğünü belirtmiştir.

Schiller'e (1995) göre, enformasyon toplumu çok miktarda verinin (data) üretildiği, işlendiği, dağıtıldığı bir toplumu dile getirir. Bu veriler, kişisel, ulusal, toplumsal, ticari, ekonomik ve askeri alanlarda üretilir ve çoğunluğu küresel şirketler, ulusal hükümetler ve bürokrasi ile askeri kuruluşların özel ihtiyaçlarını karşılar. Enformasyon emtia biçiminde pazarda üretilir ve satılır. Burada kapitalizmin en önemli kriteri olan pazar ve kâr mekanizması devreye girmektedir. Pazar mekanizması enformasyonun üretim ve dağıtımını belirleyen en önemli faktördür. Enformasyon üretimindeki temel amaç da toplumun bilgi ihtiyacını karşılamak değil, pazarda satarak kâr elde etmektir. Kapitalist toplumlarda emtiaların üretim boyutunun temel belirleyicisi

üretim faaliyetinde bulunan şirketler açısından kâr beklentisidir. Şirketler kapitalizmi yeniden üretecek bilgileri üretip dağıtmaktadırlar.

Üretilip dağıtılan bu enformasyon kendilerini satın alabilecek olanların hizmetine sunulur. Enformasyona erişim konusunda sınıfsal eşitsizlikler devam etmektedir. Kimin hangi bilgiye nasıl ulaşacağı sınıfsal koşullarla belirlenmektedir. Parası olanlar bedelini ödeyerek belli bilgilere ulaşabiliyorken yoksullar bu süreçten dışlanmaktadır. Sınıfsal eşitsizlikler, erişilecek enformasyonun dağılımını belirleyen en önemli faktördür. Enformasyon zenginleri ve enformasyon yoksulları arasında enformasyon açığı daha da artmaktadır. Ekonomik ve eğitimsel olarak ayrıcalıklı konumda bulunan sınıfların ve ülkelerin üyeleri daha çok ve nitelikli bilgi kaynakları ve ortamlarına ulaşma imkanına sahipken, eğitim ve gelir düzeyi daha düşük olan sınıfların üyeleri eğlence, futbol, yarışma, dizi, magazin gibi bilgi değeri yüksek olmayan kitle kültürü içeriklerine erişebilmektedirler. Bunun neticesinde sosyal sınıflar arasındaki bilgi açığı daha da artmaktadır. Enformasyon teknolojileri ve bunların içerikleri satın alma gücü olan kişi ve kuruluşların tüketimi için üretilir. Ürün ve hizmetlere ulaşma konusunda eşitsizlikler vardır. Yasal olarak pazar mekanizması herkese açık olmasına rağmen, gelir ve alım gücü eşitsiz olduğundan bazı insanlar bu hizmetlere ulaşabilirken pek çok insan, ekonomik ve kültürel açıdan hiyerarşik katmanlaşmadan dolayı, ulaşamaz. Bu nedenle, zenginler ve askeri, şirket ya da hükümet kurumları daha çok teknolojik ürüne ve enformasyona ulaşma imkânına sahipken yoksullar daha az erişebilir (Schiller, 1993a).

Bu dönemde yapmış olduğu çalışmalarında Schiller, yeni iletişim teknolojileri ve enformasyon üretimi alanındaki gelişmelerin iletişim ve eğitim gibi alanları demokratikleştirmede aksine, mülkiyet ve iktidar ilişkilerinin eğitim alanı da dahil olmak üzere iletişim alanındaki sermayenin hegemonyasını pekiştirdiğini belirtmiştir. *The Information Inequality* başlıklı çalışmasında Schiller (1996), enformasyon otobanları, data yoksunluğu, ve uluslararası sistemde dijital bölünme ve eşitsizlikten kaynaklanan ayrışmaları gündeme getirmiştir. Uluslararası alanda da eşitsizlikler vardır. Bir yanda enformasyon zengini, öte yanda enformasyon yoksulu toplumlar vardır. Schiller'e göre, internet üzerinde de, tıpkı elektronik yayıncılık alanında olduğu gibi, tekellerin kontrolü giderek artmıştır. Televizyon ve sinemada olduğu gibi, internet alanında da benzer gelişmeler olacaktır. Dünyanın hiçbir yerinde enformasyon toplumu olarak adlandırılacak bir toplum yoktur. Bu terim gerçeğin üzerini örtmek için bir kamufraj olarak kullanılmaktadır. Kavramların içinin boşaltıldığı ve değerlerinin yok edildiği bir çağda yaşanmaktadır. İnsanlar umutsuz bir şekilde kurtuluşu anlam, kimlik, etnisite ve toplumsal cinsiyette aramaktadırlar.

Enformasyon toplumu tezini öne sürenlerin temel dayanağı olan enformasyon patlaması yaşandığı şeklindeki genel kabule rağmen, Schiller'e (1993b) göre enformasyon toplumu kapitalist sosyal sistemden bir kopma getirmemiş, aksine, uydu sistemleri bilgisayar, internet, cep telefonu gibi teknolojiler ve bunların içerikleri olan enformasyon, kapitalist sistem içerisinde geliştirilmekte ve üretim sürecine dahil olmaktadır. Bu gelişmeler, kapitalist sistemin işleyiş biçimini değiştirmemiştir. Kapitalist toplumlarda sosyal sınıflar, sermaye, emtia üretimi ve kâr maksimizasyonu hâlâ itici güçler olmaya devam etmektedir. Bu alanda IBM, Apple, AT&T, ITT ve Microsoft gibi şirketler egemendir. Bu şirketler uydu, telekomünikasyon ve bilgisayar altyapısı gibi teknolojileri kontrol ederler ve burada üretilen ürünleri bütün dünya pazarlarında satarlar. Büyük şirketler yeni teknolojileri kullanırlar, dünyanın her yanındaki yatırımlarını ve işlerini organize ederler.

Üretilen enformasyon da kapitalist sistemi destekler ve sürdürür. Sadece satacağı düşünülen enformasyonlar meta formunda üretilir. Enformasyon, ekonomik istikrar, endüstriyel başarı ve kapitalist ekonominin gerçekleri çerçevesinde üretilir. Pazar baskısı sonucunda ne tip enformasyonun kimin için, nasıl, hangi koşullarda üretileceği belirlenir. Enformasyon üzerinde

de kapitalist mülkiyet hakkı ve hukuku vardır. Telif hakları, copyright da bilgiye erişim konusunda önemli bir sınırlayıcı faktördür. Üretilen enformasyonun çoğu, kitleleri tüketim yönünde ikna etmek amaçlı kullanılır. Bilgisayar teknolojileri ve e-ticaret, kredi kartları aracılığıyla yapılan alışverişler de tüketiciyi denetleme adına satıcılara ve aracı firmalara bir üstünlük ve yeni reklamcılık stratejileri ve satış teknikleri konusunda veri sunar (Schiller, 2001, s.116).

Özetle, kültürün ve enformasyonun üretimi şirketler tarafından kâr amaçlı olarak gerçekleştirilir. Şirketler bilgiyi, pazar mantığını egemen kılmak için kullanmaktadır. Bu durum demokratik toplumsal düzene bir saldırıdır ve kamu sektörünün demokratik ideallerine darbe vermektedir. İletişim, medya ve enformasyon alanında birleşme ve ele geçirmelerle dev enformasyon ve medya holdingleri daha da güçlendirmektedir. Şirketler bütün bilgiye dayalı etkinlikleri kendi denetiminde tutmaktadırlar. Şirketlerin bu alandaki yoğunlaşması ve medya ve enformasyon üzerindeki kontrolü yapısal olarak bireylerin gerçek enformasyona ulaşmalarının önündeki en büyük engeldir. Bu gelişmeler eleştirel bilincin bütünlüğünü parçalamaktadır. ABD'deki medya ve enformasyon sistemleri rakipsiz bir şekilde küresel izleyici pazarını kontrol etmektedir. Pazarlama ve satış işleriyle uğraşan şirketler ürettikleri içeriklerle tüketicilerde tüketim arzusu yaratmakta ve eğlenceye dayalı değerler yaşam gücünün temel bileşenleri haline gelmektedir. ABD'de 50 yıldır uygulanan kuralsızlaştırma, özelleştirme ve ticarileşme anlayışı toplumsal dokuyu bozmakta ve demokrasinin temelini yok etmektedir. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri toplumsal eşitsizliği daha da artırmaktadır (Schiller, 1996, s.5).

Kablolu televizyon, internet vb. yeni iletişim teknolojilerinin elektronik bir demokrasi yaratacağı yönündeki ütopyacı retoriklerin havada uçtuğu bir dönemde Schiller, eski ve yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin Amerikan imparatorluğunun emrinde olduğu ve onun gücünü artırdığını belirtmiştir. İletişim uyduları ve internetin özgürleştirici yönüne vurgu yapanlara karşı da ABD siyasal yönetimi ile onun dostları olan AT&T, RCA, ITT ve Microsoft gibi şirketlerin Intelsat, Comsat gibi uydular üzerindeki güçleriyle uydu teknolojisini Amerika'nın emrine soktuğunu belirtmiştir. Schiller, eski ve yeni teknolojiler ile siyasal ve ekonomik elitler arasındaki ilişkiler konusunda eleştirel sorular sorar. Schiller, ABD'de askeri endüstriyel iletişim kompleksini analiz ederek kitle iletişim olgusunu ekonomi politik bağlamına yerleştirir (Mosco, 2001, s.27).

SONUÇ

İletişim araştırmacısı ve ekonomi politikçi Herbert Schiller, gerek yazıları gerekse de söyleşi ve konferansları ile, 1960'lı yılların sonundan itibaren kitle iletişim kuram ve araştırma alanının temel figürlerinden birisi haline gelmiştir. Amerika'nın egemenliğindeki küresel medya şirketlerinin ve politikalarının önde gelen eleştirmenlerinden birisi olarak ekonomi eğitiminden edindiği bilgi ve tecrübe ile medyayı ekonomi politik bir bakış açısıyla analiz etmiştir. İletişim araştırmalarında eleştirel yaklaşımların en önemli temsilcilerinden olan Schiller, toplumsal ve iletişimsel olguların ekonomi politik bakış açısıyla analiz edilmesi konusunda ısrarcı olmuştur. Schiller'i iletişim araştırmaları açısından önemli kılan, sosyal bilimlerde çok az dikkat çeken bir konu olan iktidarın dağılımının iletişim alanı da dahil olmak üzere, toplumsal süreçlere etkisini göstermesidir. Bütüncül ve tarihsel bir yaklaşımla iletişim, kültür ve enformasyon gibi olguların arkasındaki yapısal özelliklere ve ilişkilere odaklanmıştır. Kapitalist dünya sistemiyle kitle iletişim olgusu arasındaki diyalektik ilişkiyi görmüş olan Schiller'in iletişim araştırmaları alanına en büyük katkısı, 1960'ların sonundan itibaren eleştirel ekonomi politik olarak bilinen ekolün temellerini atmış olmasıdır. Çalışmalarında dünya enformasyon ve kültür alanı ve kalitesi üzerinde güçlü şirketlerin ve siyasal seçkinlerin çıkarlarının belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmalarında her zaman Amerika'nın emperyal gücü ile kültür endüstrilerinin

müttefik olduğunu eleştirel bir tarzda vurgulamıştır. Kitle iletişim yapısını analiz eden Schiller, enformasyon ve kültür alanında çokuluslu şirketlerin egemenliğini sürdürürebilmek için mülkiyet yapısı, finansman, Ar-Ge faaliyetleri de dahil olmak üzere üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini nasıl kullandıklarını gözler önüne sermiştir. Buna göre, enformasyon ve iletişim endüstrileri çokuluslu şirketler tarafından izleyicilere ulaşmak için kullanılır. Medya da dahil olmak üzere, bütün kurumlar şirket ekonomisiyle ilişkilidir ve bütün kurumlar, içinde yer aldıkları bu yapı tarafından, kâr amaçlı ve içerik açısından tüketim odaklı olarak biçimlendirilir. Bir yandan kapitalist üretim tarzından kaynaklanan emtialaşma, kâr maksimizasyonu, piyasa mekanizması, teknoloji ve içeriklere erişimdeki sınıfsal eşitsizlikler, kapitalist devlet aygıtının rolü ile sermayenin bu sürece etkisi gibi zorlukların kitle iletişimi, kültür ve enformasyon süreçleri üzerindeki etkisi ile kitle iletişiminin kapitalizmi ekonomik ve ideolojik olarak yeniden üretmedeki kültürel işlevler arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir. Bu yapısal özellikler çerçevesinde sosyo-kültürel ve enformasyonel alan, tekelci sermayenin egemenliğini yeniden üretir ve çevre ülkeler bağımlılık ilişkisi çerçevesinde merkez ülkelerin açık pazarı haline getirilir.

Schiller, yazıları ile medyanın ekonomi politikası olarak bilinen alanın gelişmesine katkı yapan önemli bir düşünür ve eylem insanıdır. Yaşamının sonuna kadar küresel tekellerin kâr arayışı ile kültür emperyalizmi konularında ondan fazla kitap, yüzlerce kitap bölümü ve makale yazmıştır. Konu olarak da ilgisini sadece Amerika Birleşik Devletleri ile sınırlı tutmamış, gelişmekte olan ülkelerin medya yapısını da Bağımlılık Kuramları çerçevesinde “kültür emperyalizmi” kavramsallaştırması ile incelemiştir. Dünya sistemi ve politikalar bağlamında uluslararası iletişimle ilgili karmaşık sorunları eleştirel bir bakış açısıyla inceleyen Schiller’in incelemeleri en büyük etkisini gelişmekte olan ülkelerde göstermiştir. Çünkü bu ülkelerdeki medya, Batı ile işbirliği içerisinde olan egemen seçkinlerin hizmetindedir ve bu tip ülkelerin medya pazarında Amerikan şirketlerinin egemen olması ekonomik, siyasi, kültürel bağımlılık ve sömürü açısından önemli bir sorundur. Schiller’in uluslararası enformasyon akışı, kültürel emperyalizm ve dünyada büyüyen iletişimin ekonomik ve kültürel boyutlarına ilişkin incelemeleri ile Batılı medya endüstrilerini eleştirel bir şekilde konumlandırarak tanımlamış olması iletişim kuram ve araştırmaları açısından önemlidir.

Herbert Schiller iletişim olgusu da dahil olmak üzere, toplumsal sorunlara tarihsel olarak bakar. İletişim ve kültür endüstrilerini çağdaş ekonomi politikasının odağına yerleştirir. Gelişmiş kapitalizmi tarihsel bütünlüğü içerisinde az gelişmişlik ve bağımlılık ilişkileri çerçevesinde değerlendirir. Döneminin egemen akademik anlayışına teslim olmaz. Schiller, Amerikan düşünce geleneği içerisinde radikal bir ekonomi politikçi olarak bilinmesine karşın sosyal sorunları dar bir ekonomi jargonuna hapsedmeden tarihsel ve toplumsal boyutlarıyla insan unsurunu işin içine katarak analiz eder. Düşünsel ve siyasi görüşlerini özgürce ifade eder. Toplumsal olayları verili ve doğal kabul etmediği gibi her zaman sosyal adalet ve sosyal sorumluluğa dayalı olarak kamucu bir düzenden yana olduğunu vurgular. Schiller’in iletişim alanındaki akademik yaşama en büyük katkısı, hem enformasyon ve iletişim alanının emtialaşması hem de medyanın kapitalist dünya sistemi içerisinde önemli siyasi konular ve sorunlar arasında yer aldığını göstermiş olmasıdır. Schiller, küresel kapitalizmin özellikle medya, enformasyon ve kültür alanlarında egemen olan ulus-aşırı şirketlerin denetimindeki küresel kapitalizmin belirleyici gücü üzerinde yoğunlaşmıştır. Küresel medyaya karşı mücadelenin önemine ve gerekliliğine vurgu yaparak ticari kültüre karşı toplumcu/kamucu bir kültür için muhaliflerle birlikte mücadele etmiştir.

Herbert Schiller, iletişimin ekonomi politikası alanının en etkin ve tanınan bilim insanlarının başında gelir. Kültür emperyalizmi, medyanın gücü gibi uluslararası iletişimle ilgili kalıcı ve yaygın sorunlara ilişkin eleştirel bir bakış açısıyla eserler kaleme almıştır. Schiller iletişim

alanında egemen paradigmaya meydan okumuştur. İletişim ve medya araştırmacıları açısından ABD’de ve dünya çapında eleştirel ve bağımsız düşünme geleneğini harekete geçirme ve geliştirme konusunda öncülük etmiş, kullandığı metodoloji üzerinde son derece etkili bir iletişim bilimcidir. Schiller’in iletişim alanında yaptığı en önemli katkılardan biri de iletişim ve kültürel hegemonya düşüncesini dünya kapitalist sistemi bağlamına yerleştirmesi ve modern çağın kurumsal ve teknolojik boyutunu incelemesidir. 20. yüzyılın son çeyreğinde modern kültür endüstrilerinin işleyişlerinin yaratmış olduğu sonuçları sistematik bir şekilde incelemesidir. Schiller’e göre, kültür endüstrilerinin gelişmesi ve yayılması dünya kapitalizmindeki gelişmelerin bir parçasıdır. Tarihsel ve toplumsal gelişmeler Schiller’in temel tezlerini doğrulamıştır. 1990’lı yıllar Amerika’nın dünya iletişim ve kültür düzeni üzerindeki egemenliğini göstermiştir. Ayrıca, ulus aşırı ve çokuluslu şirketlerin uluslararası iletişim alanında üretim, dağıtım ve tüketim alanında egemen olduğunu ortaya koymuştur. Onun yazdıklarının çoğunu Üçüncü Dünya ülkeleri bizzat deneyimlemişlerdir. İletişim ve kültürün hegemonik yönüne, enformasyonun emtialaşması ve kamusal alanın özel şirketlerin denetimine geçmesine ilişkin yazdıkları hâlâ geçerlidir. Küresel şirketlerin ulusal ve uluslararası kültür, kamuoyu ve enformasyon alanı üzerindeki egemenliği devam etmektedir. Bu şirketler, denetimlerinde tuttukları mülkiyet hakları sayesinde küresel şirket düzenini korumaktadırlar. Bu nedenle Schiller’in çalışmaları bundan sonraki eleştirel iletişim çalışmalarına ve araştırmacılarına esin kaynağı olmaya ve yol göstermeye devam edecektir.

KAYNAKÇA

- Bell, Daniel (1973). *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- Fejes, Fred (1984). Critical Mass Communications Research and Media Effects: The Problem of the Disappearing Audience. *Media, Culture & Society*. 6 (3): 219-232.
- Gieselman, Robert D. (1970). Book Review: Mass Communication and American Empire by Herbert I. Schiller. *The Journal of Business Communication*. 7 (4): 50-51.
- Hall, Stuart (1982). The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies: Two Paradigms. *Culture, Society and the Media*. Eds.: M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran & J. Woollacott. pp: 56-90. London: Methuen.
- Hamelink Cees (2001). Remembering Herbert Schiller: Our Common Effort. *Television & New Media*. 2(1): 11-16.
- Li, Zhenfang (2003). A Review on the Study of Media Economics. *China-USA Business Review (Journal)*. 2(1): 26-32.
- Maxwell, Richard (2001). Remembering Herbert Schiller. *Television & New Media*. 2(1): 3-6.
- Mosco, Vincent (2001). Herbert Schiller. *Television & New Media*. 2(1): 27-30.
- Mosco, Vincent (2001a). Living on in the Number One Country. The Legacy of Herbert I. Schiller. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 45 (4): 191-198.
- Mosco, Vincent (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage.
- Mowlana, Hamid (2001). Remembering Herbert I. Schiller. *Television & New Media*. February. 2(1): 19-26.
- Ogan, Christine (2000). Herbert Schiller. *International Communications Bulletin*. 35, 1-2.
- Schaefer, Richard J. (2001). Reflections on Herb Schiller. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Winter. 45(1): 184-185.

- Schiller, Herbert I. (2001). Digitised Capitalism: What Has Changed?. (in) *Media, Power, Professionals and Policies*. Ed.: H. Tumber. pp.: 116-126. London: Routledge.
- Schiller, Herbert I. (1996). *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America*. New York: Routledge.
- Schiller, Herbert I. (1995). Information and Advanced Capitalism. (in) *Theories of the Information Society*. Ed.: Frank Webster. pp.: 74-100. London: Routledge.
- Schiller, Herbert I. (1993). Transnational Media: Creating Consumers Worldwide. *Journal of International Affairs*. 1: 48-58.
- Schiller, Herbert I. (1993a). The Information Highway: Public Way or Private Road. *The Nation*. 257(29): 64-66.
- Schiller, Herbert I. (1993b). Highway Robbers. *The Nation*. 257(21): 753.
- Schiller, Herbert I. (1992). *Mass Communication and American Empire*. 2nd Edition. Boston: Beacon Press.
- Schiller, Herbert I. (1989). *Culture Inc., The Corporate Takeover of Public Expression*. New York: Oxford University Press.
- Schiller, Herbert I. (1983). The Communication Revolution: Who Benefits. *Media Development*. 30:18-21.
- Schiller, Herbert I. (1981). *Whose New International Economic and Information Order? Who Knows: Information in the Age of The Future 500*. Chapter One. Pp.: 1-24. Norwood: Ablex.
- Schiller, Herbert (1980). Communication in the 1980's: A Global Perspective. *Equal Opportunity Forum*. 18-19.
- Schiller, Herbert (1978). Transnational Media and National Development. *New Perspectives in International Communication*. Ed.: Jim Richstad. 2nd edition. pp.: 33-43. Hawaii: East West Communication Institute.
- Schiller, Herbert I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Schiller, Herbert I. (1974). Freedom For the Free Flow of Information. *Journal of Communication*. Winter. 24:1.
- Schiller, Herbert I. (1973). *The Mind Managers*. Boston: Beacon Press.
- Schiller, Herbert I. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schiller, Herbert I. (1969a). The Mass Media and the Public Interest. *Television Today: The End of Communication and the Death of Community*. Washington DC: Institute for Policy Studies. 53-69.
- Shade, Leslie Reagan (2009). Political Economy of Communication: Canadian Theorists. <http://www.infoamerica.org/documents.pdf/smythe01.pdf> Erişim: 2 Ocak 2009.
- Smythe, Dallas W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*. 1 (3): 1-27.