



akademia

TEKNOLOJİ SÖYLEMİ VE YENİ MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ

Özet

Yeni medya tekel düzeyindeki yoğunlaşmaların, kâr oluşumunun, sermaye birikiminin yaşandığı bir alandır. Yeni medya alanında enformasyon, ürün ve hizmetler geleneksel medyada olduğu gibi kapitalist piyasa koşulları altında üretilip dağıtılmaktadır. Çalışma kapsamında iletişimin kapitalist tarzının sayısal iletişim alanını belirleyen unsurlarını ortaya koymak açısından eleştirel ekonomi politik yaklaşımın izleğinden gidilmiş ve yeni medya alanına ilişkin literatür taraması yapılmıştır. Çalışmada yer alan literatür taraması yeni medya yaklaşımlarının argüman ve söylemsel konumuna ilişkin belirli bir kategorileştirmeyi ve tespiti olanaklı kılmıştır. Çalışmada teknolojiyi ekonomi politik açıdan inceleyen çalışmaların -liberal veya neoliberal eğilimli teknoloji söyleminden farklı olarak- üretim güçleri ve üretim ilişkilerine vurgu yaptığı görülmüştür. Bu çalışmada üretim güçleri ve üretim ilişkilerinin yeni medya yapılanmasını nasıl biçimlendirdiği ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, teknoloji söylemi, eleştirel ekonomi politik, ticarileşme, yoğunlaşma, iletişimin kapitalist tarzı.

Technology Discourse and the Political Economy of New Media

Abstract

The new media is an area which includes some components; such as corporate concentrations, profits and capital accumulation. Information, products and services are produced and distributed under the capitalist market conditions by new media nearly like traditional media. The new media literature is reviewed with a political economy approach to reveal the digital communication field which is determined by the capitalist mode of communication. The arguments and discourses of new media approaches are categorized and considered by discussing the new media literature in this study. As a consequence, it is seen that, the view of political economy, which has a different assumption from the liberal and neoliberal technology discourses, emphasises the powers of production and the relations of production. The propose of this article is to reveal how the new media construction is shaped by the powers of production and the relations of production.

Keywords: New media, political economy, technology discourse, commercialization, concentration, the capitalist mode of communication.

GİRİŞ

Sayısal teknoloji enformasyonu depolama, gözlemeleme, ölçme ve dönüştürüp iletme işlerini gerçekleştirmeye olanak sunmaktadır. Enformasyon yeni medyaya sermaye yatırımı yapanlar için ise kâr edinilecek bir meta niteliğindedir. Mosco'nun (2004, 156) belirttiği gibi sayısal teknoloji destekli iletişim piyasası, enformasyonun içeriğinin ve iletişim pratiğinin ticarileşmesini genişletmektedir. “Yeni medya, içeriğin satılabilir mallar haline dönüşmesine yeni olanaklar açarak (yeni meta formları ekleyerek) önceki hakim kapitalist eğilimleri devam ettirmektedir” (Mosco, 2009, 120). Görülüyor ki, enformasyon aktarımına olanak tanıyan yeni medya, aynı zamanda ticarileşme ve yoğunlaşma faaliyetlerinin yaşandığı bir alana karşılık gelmektedir. Bu nedenle yeni medya aracılığıyla enformasyonunun sınırsız ve serbest bir akışa tabi olacağı iddiası sorgulanmaya açıktır.

Mosco *Digital Sublime* (2004) adlı çalışmasında yeni medyaya ekonomi politik yaklaşımın temel meselelerini eleştirel bir perspektifle ele almaktadır. Mosco'ya göre (2004, 5-6) toplumsal ilişkileri, güç ilişkilerini, iletişim alanında üretim, dağıtım ve dolaşım pratiklerinin inşasını açıklayabilmek için ekonomi politik yaklaşım tercih edilmelidir. Liberal teknoloji söyleminde olduğu gibi yeni iletişim teknolojilerini toplumsal dönüşümü temelden sağlayan bir araç olarak görmediğini belirten Mosco, ekonomi politik yaklaşımın sayısal iletişim sürecinin incelenmesinde gerekli olduğunu dile getirmektedir. Yeni medyanın ekonomi politik yaklaşımında Mosco'ya göre (2004, 143) iletişimin sayısallaşması, ticarileşmesi, endüstriyel yoğunlaşmalar, şirket birleşmeleri ve kuralsızlaştırma (deregülasyon) politikaları anlaşılmalıdır.

Liberal veya neoliberal olarak nitelendirilebilecek teknoloji söylemi¹ teknolojinin araç dolayımında salt etkilerine odaklanmış, yeni medyayı özgürlükler ve eşitlikler alanı olarak tarif etmiştir. Bu literatüre ait bir kısım çalışmalar olumlu bağlamda yeni medyayı katılımcı, müzakereci, temsili veya doğrudan demokrasinin bir uygulama aracı olarak değerlendirmiştir (bkz. Locke, 1999; Moore, 1999; Saco, 2002; Coleman ve Spiller, 2003; Morriset, 2003; Gibson vd., 2004; Hoffman ve Kornweitz, 2011). Ancak liberal söylem yeni medyada içerik üretimini çevreleyen ve kısıtlayan yapısal unsurları dikkate almamıştır.

Yeni medya alanını eleştirel ekonomi politik yaklaşımla inceleyen çalışmalar liberal söylemin teknolojik belirlenimci (determinist) savından farklılaşan bir argüman sunmaktadırlar. Fisher'in (2010, 15-17) belirttiği gibi yeni medyayı ekonomi politik yönsemeye eleştirel biçimde ve toplumsal bağlamda inceleyen çalışmalar daha çok inşacı bir konuma sahiptirler. Bu inşacı konum, hakim toplumsal ilişkilerin teknoloji yapılanmasını biçimlendirdiğini, diğer bir deyişle, teknolojinin toplumsal olarak inşa edildiğini vurgulamaktadır.

Bu çalışmada, *üretim kapitalist tarzının (capitalist mode of production)*² sayısal iletişim alanını belirleyen unsurlarını ortaya koymak açısından eleştirel ekonomi politik yaklaşımın

1 Mosco, *Digital Sublime* (2004) adlı kitabında teknoloji üzerine etki çerçevesinde savlar yürüten çalışmaların genelini liberal olarak tanımlarken, Fisher, *Media and New Capitalism In The Digital Age* (2010) adlı kitabında bu çalışmaları tarihsel bir tasnifle ikiye ayırmıştır. Fisher (2010, 4-5, 10-11) piyasanın işleyişine katkı sağlayacak şekilde kullanılan teknoloji söyleminin kapitalizmin fordist aşamasında liberal, post-fordist aşamasında neoliberal nitelik taşıdığını ifade etmiştir. Fisher'e göre, fordizmde piyasaya gerektiğinde devlet müdahalesi, merkezileşmiş bürokrasi düzenlemeleri ve planlama, teknik araçlarla toplumun rasyonelleştirilmesi; post fordizmde piyasanın kendi kendine düzenlenmesi, merkeziyetsiz ve hiyerarşik olmayan yönetim iddiası, esnek üretim anlayışı hakimdir ve bu ekonomi politik gelişmeler liberal ve neoliberal teknoloji söylemiyle birlikte haklılaştırılmıştır. Teknolojik araçların etkilerine odaklanan teknoloji söyleminde 1940'lı yıllardan 1970'lere kadar olan tarih aralığında liberal eğilim yaygındır. Fisher, 1970-1980'li yıllardan itibaren neoliberal politikaların başatlık göstermesi sonucunda yaşanan dönüşüme neoliberal teknoloji söyleminin eklenildiğini dile getirmektedir.

2 “Üretim kapitalist tarzı”, Nicholas Garnham'ın **Emancipation, The Media, And Modernity** (2000) adlı kitabında kullandığı ve genel iletişim alanının kapitalist niteliğine vurgu yaptığı bir kavram setidir. Bu makalede iletişim alanının üretici güçler ile ilişkisini ve ticari boyutunu analiz eden Garnham'ın kavramsal önermesinden yararlanılmıştır.

izleğinden giden yeni medya literatürüne yer verilmiştir. Üretici güçlerin sadece maddi alt yapı ile ilişkisinin ele alınması ekonomi politik yaklaşımı teknolojik belirlenimciliğe yaklaştıracak bir yanılsamadır. Dolayısıyla çalışmada üretici güçlerin hem maddi alt yapı ilişkisi hem de karar alıcılar ile olan ilişkisi bağlamında ele alınmış, iletişimin kapitalist tarzı ve iletişim ağları üzerindeki kontrol mücadelesi daha geniş bir perspektifle ortaya konulmak istenmiştir. *İletişimin kapitalist tarzını (capitalist mode of communication)*, daha genel bir yapılanmayı ifade eden üretimin kapitalist tarzı ile birlikte ele almaya ihtiyaç vardır.

İletişimin Kapitalist Tarzı

Yeni medya alanında enformasyon, ürün ve hizmetler geleneksel medyada olduğu gibi kapitalist piyasa koşulları altında üretilip dağıtılmaktadır. Üretim güçleri ve üretim ilişkileri yeni medya yapılanmasını ve sayısal iletişim ortamını biçimlendirmektedir. Yeni medya yapılanmasında hangi aktörler nasıl ve niçin etkinlikte bulunurlar ve bu etkinliğin sonuçları nelerdir? İletişim alanında ve bunu çevreleyen genel ekonomi politik yapılanmada kapitalist piyasa mücadelesi nasıl işlemektedir? Bettig (1997), McChesney (1996, 1999), Garnham (2000), Bağdikan (2004), Boyd-Barret (2006) gibi teorisyenler bu soruları yanıtlarken yeni medya piyasasında yaşanan ticarileşme ve tekel düzeyindeki yoğunlaşmalara dikkat çekerek açıklık getirmektedirler. Yeni medyanın ekonomi politikasını daha çok tarihsel bağlama yer vererek inceleyen Schiller (1999), Mosco (2004) ve Fisher (2010) kapitalist yapının dinamikleri ve dönüşümü üzerinde durmuşlardır. Mansell (1999, 2004) ekonomi politik yapılanmadaki eşitsizliklerden ötürü güç ilişkilerinin yeni medya ortamında yeniden üretildiğine dikkat çekerken, Webster (1988, 2006) güç ilişkilerini daha çok üretim güçleri, karar alıcılar ve düzenleyici kuruluşların iletişim ağları üzerindeki kontrol girişimleri çerçevesinde ele almıştır. Wayne (2006) ve Garnham'ın (2000) görüşünde yeni medya iktisadını, teknolojisini ve pratiklerini anlamak üretimin kapitalist tarzını ve üretim ilişkilerinin sonuçlarını ortaya koymakla mümkündür. Garnham'dan farklı olarak bütüncül bir yaklaşım içerisinde olmak gerektiğini dile getiren Webster ve Wayne için yeni medya yapılanmasının hangi toplumsal koşullar altında oluşturulduğu önemlidir.

İletişim piyasası sermaye birikimi sağlamaya yarayan artı değer üretiminin gerçekleştiği ticari bir alandır. Yeni medyaya ekonomi politik yaklaşımla katkı sağlayan bazı düşünürler, iletişim alanını üretimin kapitalist tarzı ile birlikte değerlendirmektedir. Üretim kapitalist tarzı piyasalarda görülen malların değişimi, kârın üretimi, sermaye birikimi, üretim araçları ve güçleri gibi bir dizi ilişkiler setini barındırmaktadır. Garnham'a göre (2011, 39) medya ortamında semboller birer ticari ürün (meta) formunda kapitalist piyasa koşulları altında üretilip dağıtılmakta ve tüketilmektedir. Garnham iletişim alanını piyasa sistemi ve sahiplik açısından incelerken uydu veya kablolu, analog veya sayısal yayıncılığın bütününe kastederek açıklamaktadır. Piyasa hakimiyetini elinde tutan ve tüketici taleplerini yönlendirebilecek sınırlı sayıda medya şirketi bulunduğunu ifade eden Garnham, ağların da tekel örneği olduğunu belirtmektedir (2000, 54, 60). Garnham'ın (2011, 53) değerlendirmesinde ağlar etrafında yapılan ekonomik çıkarlar liberal paradigmadaki ileri sürüldüğü gibi sadece tüketici tercihleri tarafından yönlendirilmez, üretimin ihtiyaçlarına göre de belirlenmektedir.

Sermaye sahipleri üretim ihtiyaçlarını karşılayacak stratejiler uygulamaktadırlar, diğer bir deyişle iletişim sistemleri sermayenin dinamikleri etrafında örülmektedir. Sermaye birikimi ile üretim araçlarının mülkiyet ve denetiminin belli ellerde toplanıyor olması belli bir üretim tarzını meydana getirmektedir (Wayne, 2006, 61-62). Wayne'e göre (2010, 144-146) iletişim teknolojilerinin işleyişi, üretim güçlerinin gelişimine, hiyerarşik ve rekabetçi yapıdaki üretim araçları sahipliğine bağlıdır. İletişim teknolojileri kapitalizmin toplumsal ilişkilere yayılımını genişletmektedir.

Yeni medya iktisadına yönelik sıklıkla dile getirilen eleştirel argüman, sanal ortamın serbest piyasa yönelimli kapitalist üretim tarzına tabi olduğu, yani tekelci oluşumların ağına sahiplik yapısı ile ilişkili olduğu yönündedir. McChesney *Rich Media Poor Democracy* (1999) adlı

çalışmasında küresel şirket kapitalizmindeki yoğunlaşmalar ve ticari eğilimler üzerinde sahiplik yapısının belirleyici niteliğini vurgulamaktadır. McChesney “şirketleşmiş ticari kontrolün sayısal iletişim öncülüğünde çözüleceği” şeklindeki liberal görüşün iddiasını eleştirmektedir. Çünkü McChesney’e göre (1996, 98-99) belirli güçler ekonomi politikası yönettikleri gibi iletişim sistemlerini de yönetmektedirler. İletişim teknolojileri özellikle sermaye sahipleri ve işletmeciler tarafından inşa edilmekte ve yönetilmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ve internet ağı üzerinde tekelleşmesinin küresel boyuta ulaşması, şirketlerin mali yapılanması ve finans hareketlerinde görünür hale gelmektedir. Bagdikan *New Media Monopoly* (2004) adlı çalışmasında, McChesney ve Garnham’ın yaklaşımında olduğu gibi medya şirketlerinin oluşturdukları tekelleşmiş piyasaların eşitsiz bir yapılanmaya yol açtığını söylemektedir. Bagdikan’a göre (2004, 3) küresel piyasaya hakim olan ve sayısal alt yapı ile hizmet sunan sınırlı sayıda çokuluslu medya şirketi hiyerarşik yapılanma içerisindedir. Piyasaya hakim çokuluslu şirket az sayıda olduğu için piyasadan yeterince ve yüksek düzeyde pay alabilmektedir.

Ağ piyasasında payını arttıran şirketler diğer küçük şirketlerin piyasaya girişini engelleyebilmekte ve piyasayı şekillendirecek düzeyde tekelleşme gücünü elde edebilmektedirler. Örneğin Google, arama motorları pazarının yüzde 70’ine hakimdir ve payı giderek artmaktadır. Google şirketi kendi ağı üzerinden elde ettiği verileri başka şirketlere satarak sermaye birikimini arttırmaktadır. Google ağının maddi değeri, bağlantı sayısı oranınca artmaktadır (Foster ve McChesney, 2011, 67). Ağın değerinin kullanıcı çokluğuna göre ölçüldüğü ve arttığı Garnham’ın (2011, 53) tespitinde de yer almaktadır.

İletişim piyasasındaki yoğunlaşmalar, çeşitli ortaklıklar, birleşme ve satın almalar sonucunda meydana gelmektedir. Çokuluslu şirketlerin piyasayı genişletmek için yaptığı ortaklıklar, birleşme ve satın almalar, çapraz mülkiyet sermaye birikiminin oluşmasını sağlamaktadır. Bu yapısal gelişmeler, Bettig’e göre (1997, 140) “enformasyonun üretim ve dağıtımını merkezileştiren, içerisinde iletişim araçlarının işlediği küresel kapitalizm bağlamında yapılmaktadır.”

Yeni medyada enformasyon, ürün ve hizmetler elde edilen artı değer üretiminin işlenmesini sağlamaktadır. Sermaye sahipleri yeni iletişim teknolojilerini tüketici davranışlarını yönlendirmek, arz-talep dengesini ve kâr oranlarını kontrol altında tutmak için kullanılmaktadırlar. Mansell’e göre (1999, 155), önceki tekelleşmiş şirketlerin piyasadaki egemen pozisyonu üretim, dağıtım ve tüketim döngüsünün tekrar ve tekrar diyalektik bir biçimde devam ettirilmesiyle egemen kılınmaktadır.

Maddi Alt Yapı ve Üretici Güçler İlişkisi: Ağın Kontrolü (1)

Enformasyon, ürün ve finans akışının kontrol edilmesi ağlar aracılığıyla mümkün olabilmektedir. Büyük medya şirketleri etkinliklerini küresel ölçekte genişletmek için yeni iletişim teknolojilerine yatırım yapmaktadırlar. Medya şirketleri sayısal alt yapı kurma ve internet içeriği üretme konusunda bilgisayar ve telekomünikasyon şirketleriyle ortak çalışmaktadırlar.

Piyasa ekonomisinde artarak yaygın hale gelen yoğunlaşma eğilimine teknolojik yöndeşme olgusu eşlik etmiştir. Yayıncılık, telekomünikasyon altyapısı ve bilişim endüstrisinin yöndeşmesi, ağ ekonomisinin günümüzdeki teknolojik temelidir (Taş, 2006, 44, 49). *Ağ ekonomisi* kavramı bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı ürün, işlem ve hizmetleri, bilgiye dönüşen enformasyonun yönetimi, işlenmesi ve dağıtımını ile ilgili endüstrileri kapsayan piyasayı tanımlamak üzere kullanılmaktadır (Başaran, 2005a, 237). Ağ ekonomisi içinde yer alan birimler arasında altyapı (donanım/ yazılım) sağlayıcılar, erişim sağlayıcılar, servis sağlayıcılar, içerik sağlayıcılar, içerik üretimi için kapasite hizmeti sağlayıcılar bulunmaktadır.

Ağ ekonomisinde maddi değer kazanan enformasyon ölçek ekonomisine dayalıdır. Enformasyon teknolojisinin ilk kopya üretimi yüksek maliyetle, daha sonraki kopyaların yeniden üretimi ise oldukça düşük bir maliyetle gerçekleşmektedir. Maliyet, ürünün

ulaştığı tüketici sayısına bağlı olarak hızla azalmaktadır (Başaran, 2005a, 241). Dolayısıyla enformasyonun üretimi arttıkça maliyetler düşmektedir, enformasyon üretiminin hacmi küçüldükçe maliyetler artmaktadır. Üretim maliyetine göre dağıtım maliyeti daha büyük bir ölçeği kapsar hale gelmektedir (Başaran, 2005b, 44). Ağ ekonomisine ait ürün, hizmet ve işlemlerden elde edilen gelirler sayısal ağları yapılandırmaktadır. Artı değer birikimiyle büyüyen sermaye, sermayenin birikimiyle büyüyen üretim güçleri yatırım alanlarını döndürmektedir. Pazar payı ve kâr elde etmek amacıyla teknolojinin gelişiminden stratejik olarak yararlanan üretici güçler, pazarda egemen konuma gelmek için sayısal iletişim ortamını yönetme uğraşı içerisindeyler.

Yeni medyanın sahipliği zaman içerisinde el değiştirirse de sayısal iletişim piyasasında az sayıda büyük şirketin piyasa hâkimiyeti devam etmektedir. Örneğin Newscorp, Microsoft, Google, Yahoo gibi büyük şirketler hali hazırda başarılı olan veya başarılı olma potansiyeli taşıyan web sitelerini satın alma peşindedirler. Microsoft firması 2007’de Facebook’un bir bölümünü satın almış, Yahoo’yu denetimi altına alma girişiminde bulunmuştur. Google, Facebook ile rekabet edebilmek için Orkut, LinkedIn, hi5, Friendster, Plaxo ve Ning gibi şirketlerle işbirliği yapmaya başlamıştır (Ritzer, 2010, 303-304). Günümüzde sayısal iletişim piyasası Google, Microsoft, Verizon, AT&T, Time-Warner gibi Amerika kökenli medya ve bilgisayar şirketlerinin egemenliğine girmiştir. Küresel yeni medyanın az sayıdaki çokuluslu şirketin tesiri altında kalması ağ yapısının da yukardan aşağıya hiyerarşik bir biçimde örgütlendiğinin göstergesidir.

Kapitalist sistem ekonomik etkinliklerin ağların işbirliğiyle yönetildiği bir zeminde ilerlemektedir. Garnham’a göre (2000, 59-61) medya kuruluşları sadece üretim amaçlı değil teknolojik olarak da yapılandırılmış dağıtım ağlarına sahiptirler. Ekonomik aktörler arasındaki mal ve para akışı, ağlar aracılığıyla yönetilmektedir. Ağ üzerinden bir yanda dağıtım yapılmakta öbür yanda ekonomik faaliyetler denetlenip düzenlenmektedir. Webster (1988, 44) Garnham’ın eleştirel bir perspektiften piyasa kurallarına göre iletişimin biçimlenmesini açıkladığını kabul etmekle birlikte, bu yaklaşımını daha ileriye taşımak istediğini belirtir. Webster’e göre (1988, 46-47) iletişim alanındaki gelişmeler daha geniş toplumsal ilişkiler çerçevesinde ele alınmalıdır. Çünkü toplumsal bir saptama yapılacak ise sadece ekonomik veya teknolojik süreçler değil, politik, sosyal, kültürel ilişki ve yapılar da bir bütün halinde göz önüne alınmalıdır. Ayrıca Webster’e göre (1988, 59) merkeziyetsizleşmiş etkinliklerin koordine edilebildiği yeni iletişim teknolojileri belli bir toplumsal çerçevede gerçekleşen etkinlikler üzerinde merkezileştirme, denetleme ve gözetleme uygulamalarını inşa edilebilmektedir. Webster’in tespiti genişletildiğinde, merkeziyetsiz ve merkezileşmiş bağlantıların ağ yapılanmasında birbiriyle iç içe geçtiği ve uzlaşma-çatışma yönlü bir mücadele içerisinde konumlandığı söylenebilir. Ağın kontrolünde belirleyiciliği olan yapıları merkezileşmiş, bunların dışındaki tekil kullanıcı etkinliklerini merkeziyetsiz birimler olarak tasnif etmek mümkündür.

Yeni sermaye birikim rejiminde teknoloji ile üretim, dolaşım ve tüketim pratikleri kontrol altına alınırken modern devlet, artan şirket kapitalizmiyle bütünleşmiştir ve kapsamlı bir şekilde teknolojik araçlarla gözetimi arttırmıştır (Webster, 1988, 67-68). Sermaye sahipleri tarafından enformasyon teknolojisi ile zaman ve mekan, aracın üretim ve yeniden üretim işlevlerini yerine getirmek üzere düzenlenmektedir (Webster, 1988, 50, 54-55).

Üretici güçler yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesini fonlayan ve bu teknolojiden yararlanan, böylece piyasada hakim konum edinen kesimlerdir. Kapitalist toplumsal ilişkiler içinde yeni medya bu egemen yapıları yeniden üretecek tarzda örgütlenmiştir. Güç ve gücün bileşenleri kapitalist sistemin maddi koşulları altında dağıtılmaktadır. Mansell’e göre (2004, 98-99), toplumsal içinde güç ilişkileri eşit bir şekilde dağılmadığı gibi toplumsal bağlamdan kopuk olarak da değerlendirilemeyecek yeni medya ortamında yeniden üretilmektedir. Webster ve Mansell zaman ve mekanın düzenlenmesinde teknolojinin işlevini açıklarken içeriğin, ideolojinin, eşitsizliklerin yeniden üretimine dikkat çekmektedirler.

Kapitalizmin kâr amaçlı olarak kullanılan bir teknolojik altyapıyla genişletilmesi kimi zaman rekabet kimi zaman işbirliğiyle yürüyen güç ilişkilerini sonlandırmamaktadır. Schiller'in işaret ettiği üzere (1999, p. 580) birim ve merkezler arasında ortak bağlantılar kurmayı sağlayan ağlar çokuluslu şirketlerin güç kapasitesini arttırmaktadır. Sayısal kapitalizmde mekan ve zaman kısıtlamaları olmaksızın ticari avantaj sağlama hedeflenmektedir. Şirketler sayısal kapitalizmin toplumsal yeniden üretiminde kilit rol üstlenmektedir (Schiller, 1999, p. 584-586). Schiller'in sayısal ortamı değerlendirirken ortaya koyduğu argüman Mosco'nun yaklaşımına yakın bir tutum izlemektedir. Literatürde iletişim ağları üzerindeki kontrol meselesinin üretim güçleri ve maddi alt yapı ilişkisi dışında üretim güçleri ve karar alıcılar ilişkisi bağlamında incelendiği görülmüştür. Böylesi bir tasnif bu çalışmanın da yönünü belirleyen bir ayırım olmuştur.

Üretici Güçler ve Karar Alıcılar İlişkisi: Ağın Kontrolü (2)

Sayısal sistemin maddi alt yapısına temel oluşturacak gelişmelerin yaşandığı 1950'ler sayısallaşmanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bankacılık, sigortacılık, otomotiv, enerji (petrol) vb. sektörlerde yer alan şirketler 1960'larda sayısal alt yapı kurmaya başlamışlardır. Online sistemin kurulmasında ve yaygınlaşmasında Amerikan şirketlerinin öncülüğü söz konusudur (Schiller, 1999, p. 24). Schiller'e göre (1999, p. 586) ağlar aracılığı ile 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren piyasalardaki şirketlerin kurumsal yapılanması ve egemenliği genişlemiştir.³

Kapitalist yapının dönüşümü 1970'lerden itibaren öncekinden daha ileri bir boyuta ulaşmıştır: Birincisi üretimin kimler tarafından nasıl ve nerede gerçekleştiğini içeren *sermaye birikim tarzında* meydana gelen dönüşüm, diğeri, politik uygulamalar ve kültürel pratikleri içeren *sosyal düzen tarzında* meydana gelen dönüşümdür (Fisher, 2010, 1-2). Sermaye birikim tarzındaki dönüşüm, fordist uygulamalardan ayrılan yönleri ile postfordizmin yükselişini ve bunların melez bir biçimde bir arada işlemeye başladığı yapılanmayı ifade etmektedir. Bu dönemde kapitalizm bir yönüyle postfordist uygulamalar ve neoliberal politikalara koşut olarak gelişmiş ve küreselleşme, ağ iletişimi üzerinden yayılma olanağı bulmuştur (Fisher, 2010, 4-5).

Sermaye birikim tarzındaki dönüşüm ile ortaya çıkan yeni düzende çokuluslu şirketler tarafından üretim süreci küresel hale gelmiş ve devletin sermaye üzerindeki kontrolü azalmıştır. Sermaye, mal ve hizmetlerin serbest akışının sağlanması için deregülasyon ve özelleştirme uygulamalarıyla, diğer bir deyişle neoliberal politikalar ile önlemler alınmıştır. Mekanik ve merkezileşmiş bir teknolojik sistemden enformasyonel ve ağa dayalı bir sisteme geçilmiştir (Fisher, 2010, 20). Kapitalizmin yeni yapısal dinamikleri; küreselleşme, deregülasyon politikaları ve devlet tekeli karşısında piyasa hakimiyetinin artırılması olmuştur. Küresel finans piyasaları postfordizmde daha hareketli ve akışkan hale gelmiş, üretim esnekleşmiş, taleplere kolaylıkla uyarlanmaya başlamıştır (Fisher, 2010, 45-47). Fülberth (2011, 270) bu neoliberal dönemde yatırım, üretim ve dağıtımın uluslararasılaştığını, devletleştirme politikaları ve kamusal harcamaların azaldığını belirterek enformasyon teknolojisinin, üretim, iletişim, yönetim ve dağıtım alanlarında kullanıldığını söylemektedir.

Ağ geliştirme plan ve girişimleri 1980'lerden itibaren hız kazanmıştır. Amerika'nın neoliberal politikalar doğrultusunda serbest kapitalizm baskısının yanında Avrupa Birliği gibi ulusüstü oluşumların bu sürece katkısı olmuştur (Schiller, 1999, p. 581-582). Ayrıca Dünya Bankası, IMF, G7 gibi kuruluş ve birlikler serbest ticaret, sermaye ve enformasyon akışını teşvik

3 Telekomünikasyon endüstrisi ile sayısal iletişim ağlarının başlangıçta askeri stratejik planlamalar, sonrasında özel şirket ve girişimcilerin uygulamaları doğrultusunda geliştirildiği bilinmektedir. Ağ yapılanmasını ayakta tutacak endüstri dinamiklerinin oluşumu için başlangıçta kapitalist devlet desteğine ihtiyaç duyulmuştur. Sonuçta ABD'de 1958'de İleri Araştırma Projeleri Ajansı (ARPA) kurulmuş ve bu birimin çatısı altında bir bilgisayar ağı (Arpanet) yapılandırılmıştır. Arpanet teknolojisi soğuk savaş döneminde olası saldırı ihtimaline ilişkin önlemlerin arttırılmak istenmesi sonucunda ortaya çıkmıştır (Başaran, 2006, 14; Geray, 2005, 180).

etmiş ve çokuluslu şirketlerin önündeki ticari engelleri kaldırarak küresel ölçekte sayısal iletişim düzenine yön vermeye çalışmışlardır (Boyd-Barret, 2006, 24).

İletişim ağları Schiller'in ifadesiyle ekonomik olduğu kadar politik uygulamaların da görüldüğü bir alandır. Schiller'a göre (1999, p. 231-232) internetin yönetimi konusunda 1990'larda neoliberal politikaların uygulanması için uluslararası politika ve diplomatik mücadele özellikle ABD ve AB arasında yürütülmüştür. Sayısal kapitalizmde sermayenin serbest akışını destekleyecek politikalar düzenleyici kuruluşlar ve uluslararası karar alıcılar tarafından yapılandırılmak istenmiştir (1999, p. 250). Birleşmiş Milletler (BM) ve Google firması arasındaki 2012 yılı sonunda yaşanan çekişme başat aktörlerin sayısal iletişim ortamına nasıl hakim olmak istediklerini ortaya koyan bir örnek olaydır. ⁴Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) toplantılarında internet yönetiminin BM'ye devrini öngören kararların çıkmasını önlemek için Google firması sosyal paylaşım ağlarından bir kampanya başlatmıştır. Google firmasının internetin özgürleşmesi adına yürüttüğü kampanya aslında IP tabanlı hizmetlerin fiyatlandırılması konusundaki düzenlemelerin BM bünyesindeki ITU'nun tekeline alınmasının önüne geçmek için yapılan bir itirazdır.

Google gibi şirketlerin yanı sıra siyasal karar alıcılar da sayısal iletişim ortamını politikalar ve düzenleyici araçlar ile yönetmektedirler. Medya ve bilgisayar şirketleri ekonomik hedeflerine ulaşmak için yeni iletişim teknolojilerine yatırım yapmakta ve kimi zaman siyasilere karşı ekonomik konumlarını geliştirmek için lobi faaliyetlerinde bulunmaktadır (McChesney, 1999, 159-160; Bağdikan, 2004, 25). Bürokratik, rasyonel düzenlemeler ve getirilen teknik standartlarla yönetilen sayısal iletişim ortamı kontrol mekanizmalarının işlemlerini desteklemekte ve pekiştirmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ile güç ilişkilerinin yeniden örgütlendiğini ve yapılandığını belirten Webster'e göre (1988, 52, 70) güç ilişkilerini dolayımlayan enformasyon sadece bir nesne değildir: "Enformasyon sosyal ilişkilerle örülme ve kapitalist toplumlarda hüküm süren güç ilişkileriyle varlık bulmaktadır." Kapitalizmin ağlar aracılığıyla örgütlenmesi piyasa sistemini, eşitsizlikleri ve belirli kesimlere ait egemen konumu durduraktan ziyade güçlendirmektedir.

Sonuç Yerine

Yeni medyanın diğer kitlesel iletişim araçlarının genelinde yerleşik olan bazı yapısal unsurları barındırdığı görülmektedir. Kapitalist piyasa sisteminin işleyişi, enformasyonun metaya dönüşmesi, ticarileşme ve yoğunlaşma faaliyetleri, dolayısıyla var olan eşitsizliklerin ve hiyerarşik güç ilişkilerinin yeni biçimler kazanması yeni medya ortamında devamlılık arz eden unsurlardır. Yeni medya geleneksel medyaya kıyasla daha gelişkin özelliklerle donatılmış olmakla birlikte kapitalist sistem içerisinde bir araçsal konum edinmiş ve öncelikle bu yapının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenmiştir. Bir merkezden birçok noktaya veya bir merkezden diğerine eşanlı olarak ileti aktarımını (görsel-yazılı) sağlayan yeni medya, kullanıcılarına küresel boyutta bağlantı ve etkileşim olanağı sunmaktadır.

Liberal veya neoliberal teknoloji söylemi yeni medyanın sınırsız özgürlük ve demokrasi getirdiğini savunarak ağda sağlanan yeni olanaklar için abartılı bir görüş sunmaktadırlar. Öte yandan bu söylemlerin bir uzantısı, piyasaların teknoloji sayesinde kendi kendine düzenlenebildiğini, daha rasyonel ve esnek hale geldiğini ileri sürerek neoliberal politikaları haklılaştırma yoluna gitmiştir. Bu görüşün iddiasına göre ağlar, devlet müdahalesi olmaksızın piyasanın kendi kendine idare edilmesine olanak sağlamakta ve piyasalara anlık düzenleme olanağı ile hiyerarşik (yukarıdan aşağı) yönetimin kısıtlıklarından kurtararak yerinden (aşağıdan yukarıya) yönetim olanağı vermektedir (Fisher, 2010, 47, 215). Güç ilişkilerinin eşitsiz konumlanma biçiminin vurgulanmadığı bu görüşte Fisher'in ifadesiyle, güç eksikliği sadece ağda olmamakla ilişkilendirilmektedir. Yeni medyanın sunduğu olanakların toplumsal **4** Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Haluk Geray, 29.11.2012 tarihli ve 6.12.2012 tarihli **Google Birleşmiş Milletlere Neden Saldırıyor (1) ve (2)** başlıklı köşe yazıları, 13.12.2012 tarihli ve 20.12.2012 tarihli **Google Firmasının Yarattığı Masallar (1) ve (2)** başlıklı köşe yazıları, 10.01.2013 tarihli **Dubai Konferansı ve Sonuçları** başlıklı köşe yazısı, Birgün Gazetesi.

alanda önceden halihazırda mevcut birtakım yapısal belirleyenler ile kısıtlandığı göz ardı edilmemelidir. Teknolojik aracın kendisinin üretici güçleri ve karar alıcılar tarafından kontrol edilmesi, hakim eşitsizliklerin ve hiyerarşinin çözülmediğine işaret etmektedir. İletişim ağlarının mevcut yapılanması demokratik potansiyelinin ve kamusal alan olma niteliğinin önündeki engellerdir.

Kapitalizm ağlar etrafında yapılanmış ve ağ kurma girişimleri kapitalist sistemin gelişmesini sağlayacak politika ve birimler tarafından desteklenmiştir. Ağ teknolojisi sermaye kesimi tarafından daha çok kâr elde etmek ve piyasaların hâkimiyetini genişletmek için yapılandırılmaktadır. Dolayısıyla “piyasada düzenleyici etkinlikler ağın olanakları sayesinde işliyor gibi görünse de, bu etkinlikler ağın sahiplik yapısına tabi olmasından ötürü gerçekleşmektedir” (Fisher, 2010, 215). Enformasyon akışının küresel kapitalizm, sahiplik ve kontrol mekanizmaları açısından incelenmesi *sermaye, güç, ağ yapısı* bileşkesindeki bağlantının ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır. Winseck ve Pike’ın (2007, 344-345) belirttiği gibi enformasyon akışı üzerindeki mevcut kontrol girişimleri iletişim ağlarının gelişimini biçimlendirici bir unsurdur. Sonuç itibarıyla piyasadaki tekel oluşumlar el değiştirirse de sanal enformasyon akışı özel sektör veya hükümetlerin sahipliğinde stratejik ortaklıklar içerisinde yönetilmektedir.

Yeni medyanın ekonomi politik temelde gerçekleşen bir yapılanma olduğu ve bu etkinliğin çokuluslu şirketler, devletler ve düzenleyici kuruluşlar tarafından yönetildiği görülmektedir. Teknoloji bazı dönemlerde hükümetler için kontrol altına alınması gereken araçlardan biri olmaktadır. Örneğin Amerika’daki 11 Eylül olaylarından sonra CIA ve FBI’e kişisel bilgisayarlara sahibinden izin almaksızın gizlice giriş ve inceleme hakkı tanınmıştır (Bagdikan, 2004, 63). Ayrıca iletişim şirketleri, kimi zaman piyasa hakimiyetini korumak için devletlerin ulusal güvenlik kurumları ile işbirliği yapabilmektedir. AT & T gibi bir medya şirketi yasa dışı yollardan ve gizli bir şekilde Amerika’nın Ulusal Güvenlik Teşkilatı (NSA) adına müşterilerinin haberleşme faaliyetlerini izleyebilmiştir (Foster ve McChesney, 2011, 70).

Yeni medya aracılığıyla gerçekleşen iletişim faaliyetleri de esasında küresel piyasa mekanizmasının bir parçasıdır. Kullanıcılarına kolaylıkla içerik üretimi ve paylaşımı sağlamasından ötürü yeni medya özgürleşim ortamı olarak görülmektedir. Ancak yeni iletişim teknolojileri ile üretilen enformasyon alanına sahiplik ve yönetilebilirlik açısından çokuluslu şirketler ve siyasal karar alıcılar egemendir. Yeni medya aracılığıyla gerçekleşen görünürdeki ilişki ve pratiklerin ardında belirli bir kesimin yararına işleyen bir ağ yapılanması bulunmaktadır. Dolayısıyla küresel kapitalist sistemin sürdürülmesinde, toplumsal gözetim ve denetimin sağlanmasında yeni medya ideolojik bir role sahiptir. Yeni iletişim teknolojilerinin eşitsiz yapı ve ilişkileri yeniden üretecek biçimde örgütlendiği söylenebilir. Yeni medyaya eleştirel ekonomi politik yaklaşım, aracın toplumu dönüştürücü etkilerinden ziyade toplumsal yapı içerisinde konumlanmasını anlamaya yöneliktir. Bu bağlamda yeni medya aracılığıyla dolayımlanan pratik ve uygulamaların üretim ilişkilerinin belirleyiciliğinde gerçekleştiği savı eleştirel söylemin alana dikkate değer bir katkısıdır.

KAYNAKÇA

- Bagdikan, B. H. (2004). *New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Başaran, F. (2005a). *Ağ Ekonomisi ve İnternet. İletişim Ağları Ekonomisi* (s. 237-257). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Başaran, F. (2005b). *İnternetin Ekonomi Politikası. İnternet Toplum ve Kültür* (s. 32-52). Ankara: Epos Yayınları.
- Başaran, F. (2006). Bir Teknolojik Yenilik Olarak İnternetin Tarihi: Ulusal Yenilik Sistemi, Kamu Politikaları ve Standartlar. *A.Ü. İletişim Fakültesi Kültür ve İletişim Dergisi*, Sayı 9/ 2. s. 9-32.
- Bettig, R.V. (1997). The Enclosure of Cyberspace. *Critical Studies in Mass Communication*, 14/ 2, s. 138-157.
- Boyd-Barret, O. (2006). Cyberspace, Globalisation and Empire. *Global Media and Communication*, V. 2/ 1. s. 21-40.
- Coleman, S. ve Spiller, J. (2003). Exploring New Media Effects On Representative Democracy. *The Journal of Legislative Studies*, Vol. 9/ 3. s. 1-16.
- Fisher, E. (2010). *Media and New Capitalism in the Digital Age, The Spirit of Networks*. New York: Palgrave Macmillan.
- Foster, J. B. ve McChesney, R. W. (2011). İnternetin Kapitalizmle Uğursuz Evliliği, *Monthly Review*, S. 28. s. 57-89.
- Fülberth, G. (2011). *Kapitalizmin Kısa Tarihi*. (S. Usta, Çev.). İstanbul: Yordam Kitap.
- Garnham, N. (2000). *Emancipation, The Media, And Modernity*. UK: Oxford University.
- Geray, H. (2005). *İletişim Ağları ve Masaüstü Sömürgecilik. İletişim Ağlarının Ekonomisi* (s. 179-203). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gibson, K. R. vd. (2004). Introduction: Representative Democracy and The Internet. G. K. Rachel, A. Römemele, S. J. Ward (Ed.). *Electronic Democracy: Mobilisation, Organisation and Participation Via New ICTs*. (s. 1-16). London: Routledge.
- Hoffmann, J. ve Kornweitz, A. (2011). *New Media Revolution, Media Development, V. I*. s. 7-11.
- Locke, T. (1999). Participation, Inclusion, Exclusion And Netactivism: How The Internet Invents New Forms of Democratic Activity. B. N. Hague ve B. D. Loader (Ed.). *Digital Democracy Discourse and Decision Making in the Information Age*. (s. 212-221). London: Routledge.
- Mansell, R. (1999). New Media Competition and Access: The Scarcity-Abundance Dialectic. *New Media & Society*, Vol. 1/ 2. s. 155-182.

- Mansell, R. (2004). Political Economy, Power and New Media. *New Media & Society*, Vol. 6/ 1. s. 96-105.
- McChesney, R. W. (1999). *Rich Media Poor Democracy; Communication Politics in Dubious Times*. Urbana: University of Illinois Press.
- McChesney, R. W. (1996). The Internet and US Communicaitaion Policy-Making in Historical and Critical Perspective. *Journal of Communication*, Vol. 46/1, s.98-124. UK: Routledge.
- Moore, R. K. (1999). Democracy and Cyberspace. B. N. Hague ve B. D. Loader (Ed.). *Digital Democracy Discourse and Decision Making in the Information Age*. (s. 39-58). London: Routledge.
- Morrisett, L. (2003). Technologies of Freedom?. H. Jenkins ve D. Thorburn, (Ed.). *Democracy and New Media*. (s. 21-31). London: MIT Press.
- Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime; Myth, Power and Cyberspace*. Massachussets: The MIT Press.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. California: Sage Publications.
- Ritzer, G. (2010). *Küresel Dünya*. (M. Pakdemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Robins, K. ve Webster, F. (1988). Cybernetic Capitalism: Information, Technology, Everyday Life. V. Mosco ve J. Wasko (Ed.). *The Political Economy of Information*. (s. 44-75). London: The University of Wisconsin Press.
- Robins, K. ve Webster, F. (2006). From Public Sphere To Cyberstate. R. Hassan ve J. Thomas (Ed.). *The New Media Theory Reader*. (s. 92-100). Berkshire: Open University Press.
- Saco, D. (2002). *Cybering Democracy: Public Space and the Internet*. K. Hayles, M. Poster, S. Weber (Ed.). London: University of Minesota Press.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism; Networking The Global Market System*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology Press. (paragraf 1-599), <http://doc.isiri.org.ir/documents/10129/21112/Digital+Capitalism+Networkin+g+the+Global+Market+System.PDF>
- Taş, O. (2006). İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri: Teknoloji, Pazar ve Düzenleme. *A.Ü. İletişim Fakültesi Kültür ve İletişim Dergisi*, S. 9/ 2. s. 33-62.
- Wayne, M. (2006). Üretim Tarzı: Teknoloji ve Yeni Medya. (B. Cezar, Çev.). *Marksizm ve Medya Araştırmaları, Anahtar Kavramlar ve Çağdaş Eğilimler*. (s. 56-82). İstanbul: Yordam Kitap Yayıncılık.
- Wayne, M. (2010). Mode of Production: New Media Technology and The Napster File.

Rethinking Marksizm: A Journal of Economics, Culture & Society, V. 16/ 2. s.
137-154.

Winseck, R. D. ve Pike, R. M. (2007). *Communcation and Empire, Media, Market and Globalization 1860-1930*. Durham & London: Duke University Press.