

Bilgi Toplumu ve Cehaletin Beslenişi Üzerine

İrfan Erdoğan, Prof. Dr.

İnsanlık tarihine bakıldığında, bilginin üretiminin büyük çoğunlukla kontrol edildiği görülür. Tarih boyu yapılan bilgi üretiminde temel olarak iki popüler yol izlenir. Her iki yol da, yöneten güçlerin amaçlarını gerçekleştirmek için kullanılır.

Birinci yolda, üretilen bilgi, yöneten ekonomik ve siyasal güçlerin gelişmesini sağlayan, “insanın, yaptıkları ve koşulları üzerinde düşüncesini yansıtarak elde ettiği, yazının ortaya çıkarılması gibi, kendisi için değerli bilgidir. Bu bilgi, yönetenlerin çıkarına göre, gerekiyorsa, karşılığı ödenerek paylaşılır veya asla paylaşılmaz. Örneğin “medya okur yazarlığı” diye kurnazca sunulan “bilme, öğrenme, öğretme, biliş yönetimi” oyununda, birinci bilgi, medya yazarlığıdır. Herkes medya yazarı olamaz, çünkü medya yazarlığı özel çıkarlar için biçimlendirilmiş profesyonel bir iştir, maaşlı uzman kölelerden oluşan bir azınlığa verilir bu iş. İkinci bilgi medya okurluğudur. Herkesin medya okuru olması gerekir, çünkü eğer medya okuru olmazsa, yöneten güçler mallarını satamaz ve bilinçleri ve davranışları yönetmede zorluk çekerler. Birinci yolda, üretilen bilgi saklandığı için casusluk denen meslek gelişmiştir. Bu bilgi emtia (pazarda satılan mal) değildir. İnternet alanında özgürce dolaşmaz. Bu bilgiyi bilen, bunu internete koyduğunda veya satmaya kalktığında, casusluktan ve vatana ihanetten yargılanır ve ciddi şekilde cezalandırılır. Bu tür bilginin pazara çıkarılmasına karar verildiğinde de, “bedavaya” internette veya diğer pazar yerlerinde sergilenmez: Fiyatı değerine göre belirlenir ve parayı veren satın alıp kullanır.

İkinci yolda, üretilen bilgi, yöneten güçlerin geniş kitleler arasında cehaleti yayarak yönetimini perçinlediği bilgidir. Bu bilgi bilinç ve davranış yönetimi için değerli bilgidir. Bu nedenle ki, bu bilgiyi üretenlere (televizyonda Çarkı Feleğin çarkını döndüren kadına ve sunucusuna, kadın ve yarışma programlarını yürütenlere, sinema yıldızlarına, futbol yıldızlarına, yıldız mankenlere, yıldız şarkıcılara, yıldız komedyenlere, “uzman” diye geçinen şarlatanlara) yüklü paralar verilir. Bu tür bilgi yöneten güçlerin yönetmesini kolaylaştıran, fakat insan ve insanlık için büyük çoğunlukla aslında

insanlığın yitirilmesini, ırkçılığın, gaddarlığın, düşmanlığın yerleştirilmesini, tüketimle insan olduğunu ve değer bulduğunu sanan hunhar cahillerin yetiştirilmesini, hiçbir şeyi olmayanlara korumaları için yanlış inançların, yanlış doğruların, yanlış haklıların ve yanlış beklentilerin işlenmesini sağlayan bilgidir. Bu tür bilgiler ve bu bilgilerle oluşan bilinci taşıyan insanlık tarihi, bu tür bilişlerle biçimlendirilmiş kitlelerin birbirini bireysel, grupsal ve kitleler halinde öldürdüğü katliamlar tarihi olarak biçimlenmiştir. Bu tür bilgiler, günümüzde kitle iletişim araçlarında (televizyonlarda, gazetelerde, dergilerde, kitaplarda, romanlarda, sinema filmlerinde, internette) yoğun bir şekilde üretilen ve dolaşıma sokulan bilgilerdir ki, ben bunları yöneten güçler için çok değerli olan ama insanlık için çok zararlı olan çöplük ve pislikler olarak niteliyorum. İnsanlığı insanlıktan çıkartan bu tür “pislik ve çöplük” bilgilerin üretilmesi ve bilişlerin işlenmesi günümüzde tarihin çok yüksek seviyesine ulaşmıştır.

Dikkat edilirse, iki tür bilgi üretimi ve dağıtımını da yöneten güçler için işlevsel bir karakter taşımaktadır. Birinci bilgi bilimsel olan faydalı bilgidir ve ancak gerekirse dolaşıma sokulur. İkinci tür bilgi kitleleri yönetme bilgisidir ve ne kadar yaygın bir şekilde dolaşıma sokulursa ve kullanılırsa, o kadar yönetsel faydaya sahiptir, çünkü bu yollarla malların satışı kolaylaşır, turban üreten teolojik sermaye veya inancı sömürerek satış yapan sermaye ile laik sermaye arasındaki pazar rekabetinde insanlar birbirine düşman edilirler, bu tür yollarla dostlar ve düşmanlar, iyiler ve kötüler, değerliler ve değersizler, umutlar ve beklentiler belirlenir ve insanlara işlenir; bu yollarla insanlar kolayca savaşa gönderilir; kolayca kardeşini bile öldürmesi meşrulaştırılır; bu yolla insanca ücret veya maaş talep eden insanların bile üzerine diğer ücretli ve maaşlı insanlar kolayca saldırtılır. Binlerce yıl birlikte yaşayan insanlar birbirine düşman yapılır.

Modernleşme satışından bilgi toplumu satışına

Dünyayı kontrol ve bu kontrolü yaygınlaştırma işinde, 1960’larda en gözde biliş (ve davranış) yönetimi kavramlarından biri de modernleşme (kalkınma, gelişme) kavramıydı. Nasıl modernleşecekti gelişmemiş ve geri kalmış dünya (dikkat: güç uygulamalarından geçerek materyal ve bilişsel bakımdan yoksun ve yoksul bırakılmış dünya değil, kendisinin karakteri nedeniyle gelişmemiş bir

dünya)? Batı gibi olarak. Nasıl Batı gibi olacaktı? Batının siyasal sistemini ve yönetim tarzını benimseyerek. Pekiyi, gelişmenin göstergeleri nelerdi, yani bir ülkenin gelişme seviyesine nasıl karar verilirdi? Batının siyasal ve ekonomik sistemini benimsemesi (Sovyetlerinkini benimsememesi) ve bunun yanında, evlerde belli sayıda radyo ve televizyon, beyaz eşya olması, belli sayıda sinema koltuk sayısı olması gibi “modern şeylere” sahip olması gerekiyordu. Kurnazca yapılan bu sistem ve mal/ürün pazarlaması sonucunda, batının sistemi oturtuldu ve evleri radyo, televizyon ve diğer modern mallar doldurdu. Ama yine de Batının seviyesine ulaşamadı. Bu sırada, pazarlanması ve yaygınlaştırılması gereken yeni ürünler ortaya çıktı. Ayrıca, artık modernleşme, kalkınma, geri kalmışlık gibi kavramlarla gelen kılıflar da işe yaramaz hale geliyordu. Artık, çok büyük ve uzun dönemli yatırım gerektiren alt-yapılar devletler tarafından kamu zenginliklerini kullanarak tamamlanmıştı ve kâr etme safhasına ulaşılmıştı; dolayısıyla, sıra bu tamamlanmış alt-yapıların özel çıkarlar tarafından paylaşılmasına gelmişti. Tüm bunlar için gerekçelerin hazırlanması ve uygulamaların başlatılması gerekiyordu. Bu gerekçeler yeni-liberal politikalar paketi içinde getirildi. Bu paketin içini devletçiliğe (refah devleti politikasına) son ve yerine özelleştirme, klasik demokrasiye son ve yerine katılımcı demokrasi, modernleşmenin bitişi ve yerine post-modernliğe ve küresel bir dünyaya geçişin müjdelenmesi, önce enformasyon toplumu ve ardından da bilgi toplumunun gelişi, soğuk savaşın bitişi ve onun yerini medeniyetlerin çatışmasının alışı, aydınlanma çağının pozitivist düşüncesinin ve Marksizmin sonu ve bunların yerine post-pozitivist şarlatanlığın (pardon, dilim sürçüp doğruyu söyledim, şarlatanlık değil, sürekli değişim ve özgür anlam verme çoğulculuğunun) geçişi gibi “küresel dünyanın küresel gerçeklerinin temsilleri” (yani kurnaz pazarlama ve promosyon biçimleri) dolduruldu. İnternetin desteklediği küreselleşme yoluyla artık dünya bilgi çağına dönemine girdi. Tek sorun ülkeler arasındaki “bilgi gediğinin” (digital uçurumun) kapatılması sorunu gibi sorunlar oldu. Bu sorunların giderilmesi için de, ne olması gerekir? Her okulda ve her sınıfta, her evde ve hatta her evin her odasında bilgisayarların ve internet bağlantılarının olması gerekir. Böylece hem uçurum kapanacak, hem bilgi çağına erişilecek, hem de katılımcı ve tüketim demokrasisi gerçekleşecek. Bunun için ne gerekir? Temel olarak iki şey: medya okuryazarlığı (ki böylece bilgisayar ve interneti kullanabilsinler) ve bilgisayar ve internetin satın alınması. Bu size 1960’lardaki

pazarlama ve promosyonu çağrıştırmıyor mu? Kalkınmak için evinizde radyo ve televizyon olmalı, okullarda televizyonla eğitim yerleştirilmeli ve yaygınlaştırılmalı deniyordu.

Elbette, bilgi sayarların ve dijital teknolojilerin dünya pazarında yaygınlaştırılması, sadece malların satışını sağlamayı içermez, aynı zamanda bu malları üreten, dağıtan ve satan endüstriyel yapıların dünya pazarındaki tüm insanların bilişlerinin, sevdiklerinin, tercihlerinin, davranışlarının ve faaliyetlerinin de bu pazarın çıkarına uygun bir biçime getirilmesi gerekir. Televizyon, resmi eğitim ve büyük alışveriş merkezleri zaten bunu yapmaktadır. Fakat bu yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliği de televizyondan çok daha başarılı bir şekilde düşüncelerin ve malların reklamını ve satışını yapan internet gidermektedir. Zaten ileride teknolojik entegrasyonla, bu yetersizlik çok büyük ölçüde çözümlenmiş olacak, yani George Orwell'in yanlış hareket noktası ve sonuçla belirlediği BİG BROTHER, dünyanın küçük sayıda özel şirketler (birkaç özel şirket imparatorlukları) tarafından kontroluyla gerçekleşecektir; ama "big brother" olarak değil, "BİZ" (küresel şirket) ve bu bizlikteki "BEN" (kendini özgür sanan şirket kölesi birey) olarak.

Bilgi toplumu için dijital teknoloji alma ve dijital uçurumu kapama

Kurnaz gerekçe: Türkiye ve benzeri ülkeler ne yazık ki "bilgi toplumu seviyesinin gerisindeler: Batı ile aralarında dijital/sayısal uçurum" var. Dolayısıyla, sayısal yayınların bilgisayar, televizyon ve e-devlet uygulamalarını tek plâtfom üzerinde toplaması ile Türkiye'nin bilgi toplumu haline gelmesi yolunda önemli avantajlar sağlayacaktır. Bu gibi hizmetlerin evden alınabilmesi, Türk halkının bilgisayar teknolojisini ve interneti kullanması bilgi toplumuna ulaşmasını getirecektir.

Günümüz Dünya ekonomisi bilgi teknolojileri temelli gelişmektedir. Doğru, fakat soru şu: bilgi teknolojilerine kimin neden gereksinimi var? Ama senin? Sen en son ne zaman "bilgi" yiyerek karnını doyurdun, bilgi giyerek soğuktan korundun? Süpermarkettan bilgi ile alışveriş yaptın?

Günlük yaşanan gerçeklerin çoğu bilgi toplumu, katılımcı demokrasi ve post-modern söylemlerin tam tersini söylüyor: 21. yüzyıl, hurafelerle, sahte umutlarla, kredi kartlarıyla sağlanan tüketim demokrasisiyle, internet oyunları ve chat'leriyle, televizyonlardaki ve diğer kitle iletişim araçlarındaki içeriklerle beslenen en yüksek cehalet ve hipokrasi çağıdır. Bu elbette daha da yüksek

alçaklık seviyesine ulaşacak biçimde seyretmektedir. İnsanlık tarihinin hiç bir döneminde insan beyni, vücudu ve doğal çevre bu denli kirletilmemiştir. İnsanlık tarihinin hiç bir döneminde nicel ve çeşitlilik bakımından bu denli enformasyon, eğlence ve bilgi adı altında verilen çöplükler beyinleri, kitapçıları, bayileri, kütüphaneleri, okuldaki sınıfları, bilgisayar disklerini ve interneti doldurmamıştır. Muhtemelen, tarihin hiçbir döneminde insan beyni bu denli düşünme kapasitesini, düşünme gereksinimini, düşünme motivasyonunu, düşünme çabasını ve gereğini yitirmemiştir. İnsanlık tarihinin hiçbir döneminde özgür düşüncenin oluşmasına, özgürlük ve insan hakları şampiyonluğu yaparak, bu denli engeller konulmamıştır. “Post-modern” denen bu koşullarda üretilmiş yiyecekler, içecekler, giyecekler, eğlenceler, tatiller, bilgiler, haberler, dersler, sınavlar ve iş yapış biçimleriyle standartlaşmış beynin artık düşünmeye ne ihtiyacı ne isteği ne de fiziksel-ussal potansiyeli var: Her şeyi hazır olarak satın alan bu beyin, sadece satın almayı düşler ve satın alma üzerinde ne düşünmeyi düşünür ne de düşüneni dinleyecek kadar dikkatini verme kapasitesine sahiptir: Birkaç dakika içinde öyle sıkılır ve yorulur ki, sigara veya kola içmezse ya da tv seyrederek veya müzik denen bir tür dangırtya kendini vermezse, baş ağrısından ve beynini birkaç dakika zorlamadan doğan gerginlikten kendini kurtaramaz.

Bu post-modern durum, dünya egemenliğinde başarıdan başarıya koşan yönetici güçlerin kendisi için yarattığı materyal ve düşünsel pazar durumudur. Bu durumu insanların talebine bağlamak, yönetici güçlerin ideologları için zorunludur.

Liberal politikalarla yapılan değişiklikler bölgeler ve ülkeler arasındaki eşitsizliği/uçurumu azaltmamış, aksine dengesizliği daha artırmıştır; dünyada ayrıcalıklı tabaka bilgisayar ağlarını kendi üretim ve dağıtım amaçları için kullanmakta ve tüketim için kullananlar üzerindeki egemenliklerini yaygınlaştırmaktadır. Bu sadece ekonomik alanla sınırlı değildir: İnternette bütün gün chat yapanlar, seks ve oyun sitelerinde gezinenler, egemen güçler için tehlikeli olabilecek düşünce ve faaliyetlerden bu yolla uzak tutulmaktadır.

Bilgi toplumu: araçla içeriğin kasıtlı olarak karıştırılması

Uzun zamandan beri, kurnazca araç ile içerik örtüştürülmekte ve araçla ilgili sahte imajlar yaratılmaktadır. Bu oyunda, örneğin, Kitap bilgi ile eşleştirilir. Popüler kitapların bilgiyle bağı “bilgiden yoksunluğu” yaratma, “bilgisizliği teşvik” ve “bilgiçlik taslayan cahili ve cehaleti” yaratma ve yaratılmışı sürdürme olarak özetlenebilir. Bu oyunda, bir zamanlar televizyon devrimler yaratıyordu, şimdi internet katılımcı demokrasi ve bilgi toplumu yaratıyor. Televizyon ve internet sadece taşıyıcı araçlardır. Onların değerini belirleyen içeriklerinin nasıl doldurulduğudur. Pislikle doldurulursa, pislik araçları olur, güzel şeylerle doldurulursa, güzel şeyler aracı olur. Çok pislik az güzellikle doldurup, sonra da kullanıcıları suçlamak da diğer bir iğrençliktir. Bu tür yanlış bilgiyle yanlış biliş işleme sahtekarlığı günümüzde çok yaygınlaştı. Sanki internetle, kitapla, dergiyle, radyoyla, televizyonla ulaşılanlar “bilgiyi” oluşturuyor ve toplumu bilgi toplumu yapıyor ve biz de bilgi toplumunun bir parçası oluyoruz.

İnternet ağı, kitap, dergi, radyo, televizyon, bilgisayar, cd, kaset ve benzerleri “iletişimin içeriğini” taşıyan araçlardır. Bu taşıyıcı araçların kendileri hiç kimseye hiçbir şey yapamaz, devrimler yapamaz, bilgi toplumu oluşturamaz. Bu araçlara birileri, belli amaçlar doğrultusunda görsel ve işitsel olarak kodlanmış şifrelerle içerik yüklerler. İşte bu yüklenen içerikler nedeniyle, bu taşıyıcı araçlar biliş, bilinç ve davranış yönetimi yapan içeriklere sahip olurlar. İçerik bitmiş üründür. Bu ürün endüstrinin yoğun bilgisi ve deneyimleriyle akılcıca hazırlanmış, paketlenmiş ve sunulmuştur. Dolayısıyla, ne araç ne de içerikleri bizi bilgi toplumuna götürür. Onun yerine, örneğin, endüstriyel çıkarların bilmek istediğini insanların bilmesini sağlar; “özü” “tüketme, gösteri ve gösterişle” tanımlayan tüketim, gösteri ve gösteriş toplumunun bireyini yaratır.

Bilgi toplumu ve sürekli değişim

Bilgi toplumu çağının temel özelliği, sürekli değişimmiş. Çok doğru! Sürekli olarak kaldırımlar döşeniyor, sökülüyor ve yenileri döşeniyor. Yol kenarlarına elektrik direkleri ve ağaçlar dikiliyor, sökülüyor ve yeniden dikiliyor. Sürekli olarak yeni yarışmalarla çarkıfekeler, popstarlar, top onlar ve top starlar dolduruyor ekranları. Süpermarketlerdeki fiyatlar sürekli değişiyor, değişmeyen tek maaşlar/ücretler. Ücretler/maaşlardaki değişim gereksinimi bilgi toplumuyla uyuşmuyor olmalı.

Sürekli değişim iddiasıyla, tekrarlanan kalıpları bularak kontrol mekanizmaları kurmayı amaçlayan “bilimsel gerçeklik ve geçerlilik” reddediliyor. Örneğin, “asgari ücretle işçi çalıştırılırken, fazla mesai ödenmiyor, sigorta yatırılmıyor” dediğinizde sizin söylediğiniz “gerçek veya doğru” olmuyor, “olası yorumlardan sadece biri” oluyor, çünkü post-modern bilgi çağında, açıklamaya çalıştığın şu an, açıklamaya çalıştığın andan itibaren artık o an değil, dolayısıyla açıklamanın hem anlamı hem de geçerliliği ortandan kalkıyor, çünkü sürekli değişim içinde, hem açıklanmaya çalışılan artık geçmiş oluyor hem de açıklanan sonsuz açıklamalardan sadece bir tanesi oluyor. Bu tür açıklama oldukça doğru, fakat aynı zamanda sahtekarlığın ve alçalmışlığın çok yüksek bir seviyesine ulaşıldığını anlatan bir açıklama.

Bilgisayarla internete bağlanıp yerel ve küresel süpermarketlerde gezinti, “sonsuz özgürlük” ve “siber uzayda her şeye ulaşabilme” gibi mitler yaratılarak popülerleştirilir. Ekonomik, siyasal ve kültürel pazarın televizyondaki apaçık yönetsel karakterinin, internetle buharlaşarak kaybolduğu sahte-gerçeği bu popülerleştirmeye yüceltilir. Buharlaşma “internetten gezinti/surf” etme özgürlüğüne (aktif izleyici/özne tezine) dayanarak yapılır. Böylece, internet 21 yüzyılın bilinç yönetim pazarlamasına en gözde yeni araç olarak katılır.

Bilgisayara sahiplikle gelen erişimle sunulan uyduru

Teknolojik araca sahiplik, bilgiye, doğru ve geçerli bilgiye erişmeyi ve de gelişmeyi getirdiği masalı bize özellikle 1950’lerden sonra farklı kılıflarda sürekli pompalanmaktadır. İlk okuldan başlayarak bütün okullarda okutulan kitaplara ve diğer teknolojik araçlara bakın: Bu kitaplara, dergilere, gazetelere, bilgisayarlara, televizyonlara, cdlere, kasetlere, vcd’lere ve internete sahip olduğumuzda, ne tür bilgiye sahip oluyoruz? Bu “bilgiler” kime ne kazandırıyor, kime ne kaybettiriyor? Bu tür araçlara sahiplik bitmiş bir ürüne sahipliktir ve bitmiş ürün de, bu ürünü hazırlayanların kendi çıkar yapısının ve dünya görüşünün bilincini getirir; dolayısıyla evrensel, doğru ve yansız bilgiyi, evrensel insan ve toplum gerçeğini yansıtmaya olasılığı çok azdır. Bu olasılık çıkar örtüşmesine bağlıdır. Yani aracın kendisi yanlıdır; taşıdığı bilinç yanlıdır.

Bilinç yönetiminde en yoğun yapılanlardan bir şey de olasılığı, olabildiği sanki oluyor gibi göstermektir ki bu iletişim araçlarında çok yapılır: Bilgisayarın var, internete bağlısın, artık sen bütün dünyadaki trilyonlarca sayıdaki bilgiye ulaşabilirsin. Yeter ki interneti aç ve başla. Bu iddia da büyük ölçüde geçersizdir. Olabilir ile, olan arasındaki farkı bilmemiz gerekir. Olabileceği, olan gibi sunmak imaj yapılandırma sahtekarlığıdır.

Bilgisayara sahip olmak ve internete bağlı olmak, yani üretilmiş ürüne erişme olasılığı özgürlük değildir; erişme olasılığı bilgi çokluğunu ve bilgi toplumunu da ifade etmez. Herkesin chat yaptığı, oyun oynadığı, seks sitelerinde dolaştığı ve bazılarının da alışveriş için kullandığı bir teknolojik aygıt nasıl olur da bizi bilgi toplumu yapar? Değerli bilginin emtia olduğu bir pazar yapısında, nasıl olurda bilgisayara ve internete sahiplik bizi bilgi toplumu seviyesine getirir? Erişim tartışması, “üretilmiş ürünü kullanmaya” indirgenmiştir ve bu tartışma kurnazca yapılan pazarlama ve promosyon tartışmasıdır. Asıl erişim tartışması, “üretimin doğası üzerinde olan ve üretime erişim” tartışması olmalıdır.

Sonuç

Özlüce, bilim, enformasyon ve bilgi toplumu, cehalete bilgiçlik taslatılan yeni-dünyanın eğlence dahil, çıkara, tembelliğe, düşmanlığa, kişisel husumet ve çekememeziğe dayanan inançla ve bağınazlıkla sürdürdüğü egemenliği ve kişilerden geçerek sağlanan örgütlü yapıların haydutluğunu anlatır. Bu haydutluk insanlık tarihi boyu, üretim tarzı ve ilişkilerine bağlı olarak, çeşitli şekillerde kendini gösterir. “Enformasyon toplumu çağı ve bilgi toplumu çağı” olarak pazarlanan 21. yüzyıl, bu şekillerin hepsinin de mükemmelleştirilerek kullanıldığı, aklın pazar bilisiyle doldurulup dondurulduğu ve sermaye için satın alınmadığında esir edildiği bir çağdır.

Kendimize soralım ve dürüstçe yanıt verelim: Halka hizmet verdiğini söyleyen, özgürlüğün ve serbest girişimin, serbest rekabetin, halka hizmetin temsilcisi olduğunu iddia eden televizyonlar, Anadolu insanının isteklerine göre programlar yaparak (düşünsel ve ilişkisel çöplük ve pislikleri sunarak) Türkiye’yi çağdaş enformasyon toplumu ve bilgi toplumu mu yapmaktadır? İnternetin içeriği

ve yaygın kullanım biçimi, bizi ‘bilgi toplumuna mı götürüyor yoksa tersine, başka önemli işlevler mi yapıyor?