

DÜNYA İLETİŞİMİNDE YENİ SENARYOLAR*

Armand MATTELART
Çev. Erdal PEKER

İletişimin dünyadaki görünümü düzensizlik terimiyle ifade edilebilir. Bundan dolayı da, mitolojiden -özellikle yeni teknolojiler anımsandığında- ve uluslararasılaşmaya bağlı somut gerçekliklerinkinden ayırt etmek için birkaç noktanın açıklığa kavuşturulması gerekiyor.

İletişimin çağdaş ideolojisinin özellikleri arasında, geçiciliği, tarihin ve nesnelerin niçinlerinin ve toplumsal bağlamlarının unutulması yer alıyor. XX.yüzyılın sonunda bulunduğumuza göre, olayların evrimini daha iyi anlamak için geçen yüzyılın sonuna gitmek gerekiyor.

İletişim 1860'a doğru "uygarlaşma etkeni" oldu. Evrenselliği, Büyük Britanya'nın Viktoryen imparatorluğunda gerçekleşti. Okyanuslararası Süveyş Kanalı, buharlı gemi, demiryolu ağları, elektrikli telgraf ve denizaltı kablolarından başlayarak, tüm bölümleri birbirine bağlı "geniş bir organizma" olarak ortaya çıktı.

Jules Verne gibi yazarların önceden müjdelediği yerküremizi saran şebekeler, ulusal ekonomilerin yerini yeni bir uluslararası işbölümüne bıraktığı ve karşılıklı bağımlılığın bulunduğu bir dünyanın simgesi oluyorlar. Modern çağın hükümetlerarası ilk organizasyonu ve sınırötesi akışı düzenleyen uluslararası ilk talep biçimini

* Armand Mattelart, "Les Nouveau Scenarios de la Communication Mondial", *Le Monde Diplomatique*, Ağustos, 1995.

alan "organik dayanışma"nın -moral yükümlülük olan eski dayanışma kavramından ayrılan pozitivist kavram- bu yeni fizik anlatımı, ilk iletişim şebekelerinin çevresinde gerçekleşti. Milletler Cemiyeti'nden (günümüzdeki Birleşmiş Milletlerin atası) elli yıl daha önce, 1865'te çoğu Avrupalı yirmi ülke tarafından Paris'te Uluslararası Telgraf Birliği kuruldu. Günümüzdeki Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU)'nin ilk atası da bu birliktir. 1906'da Berlin'de kurulan Uluslararası Radyotelgraf Birliği ve Uluslararası Telgraf Birliği'nin birleşmesinin ardından, 1932 yılında Madrid'deki bir konferans sırasında ITU ortaya çıktı. Evrensel Posta Birliği ise 1874'te Bern'de kuruldu.

Böylece posta ve telgraf, iletişim tekniğinin "evrenselci ve barışçı" erdemleri üzerine ütöpic söylevlerde önemli bir destek oldu. Her şey 1830'dan itibaren tıpkı demiryolu ağlarında olduğu gibi gerçekleşti. Bu üç tip uluslararası şebeke, iletişimsel çevrenin düşsel dinselliğini besliyordu. Dinle birlikte, kişileri ve halkları bir araya getirme gibi ortak arzuları vardı. Böylece XIX. yüzyıldan itibaren iletişimin kurtarıcı ideolojisinin platformu ortaya çıktı.

1851 yılında Londra'dakinden sonra birbirini izleyen büyük evrensel sergiler, "tüm insanların kardeş olmasını" söylerken, aynı zamanda ilk uluslararası denizaltı kablosu *Transmanche* hizmete giriyordu. Yarım yüzyıl boyunca iletişim teknikleri ve sergileri -1900'daki Paris Evrensel Sergisi'yle doruğa çıktı- "evrensel ortaklığın" ortaya çıkışının aynı söylevini ve aynı ütopyasını paylaşacaklardı.

Batı uygarlığının koruyuculuğu altındaki "ilerlemenin barışçı" toplantıları'nın duvarları dışında, halklar arasındaki dayanışma, savaşın ve sömürgeci fetihlerin gürültü patırtısı tarafından bitirildi.

Gerçi yüzyılın sonunda bir yandan toplumlar, diğer yandan devletler arasında uluslararası yeni kuruluşlar ortaya çıktı. Ancak yüzyıl Amerikan deniz piyadelerinin,

yerli halkı can çekişen İspanyol Krallığı'ndan kurtarmak bahanesiyle Küba'ya çıkarma yapımlarıyla sona erdi.

Tarihte ilk kez William Randolph Hearst'ün (Orson Welles tarafından ölümsüzleştirilen ünlü Yurttaş Kane) sansasyon basını tarafından kışkırtılan kamuoyu, emperyalist bir müdahaleye alet edildi. Anın saçmalığını iyi özetleyen anekdot şöyledir: Hearst'ün Havana'ya gönderdiği ünlü desinatör Frederic Remington başkentten patronuna şöyle telgraf çeker: "Bildirecek birşey yok. Her şey sakin. Savaş çıkmayacak. Dönmek istiyorum." Hearst derhal yanıt verir: "Orada kalıp resim çiz. Savaşı ben çıkarırım."

XX.yüzyılın sonunda iletişim yeni global toplumun önemli paradigması olarak yerini aldı. Üretim ve ticarileştirme alanları, dünya ölçeğinde bir pazara sahip oldu. İlerici ideolojilerin yenilgisini kabul etmeye zorlanan bir gezegende artık ütopyaların da yeri yok.

İdeolojik Bir Hazır Giyisi

Şebekelerin ve sistemlerin günümüzdeki uluslararasılaşma evresini belirtmek için 80'li yıllarda bir kavram ortaya çıktı: Globalleşme. Bu doğrudan İngilizce'den alınan bir terimdi.

Toplumumuzun, gitgide "evrensel" boyutta iş görmesi mantıklı olan ürün ve şebekelerle birbirine bağlandığını kim inkar edebilir? "Globalleşme" bir olgudur. Ama aynı zamanda bir ideoloji de oluşturur. Globalleşme "ideolojik bir hazır giyisi" haline gelmektedir. Sözcük, yeni dünya düzeninin karmaşıklığını ortaya koymaktan çok gizler. İşte burada "global" sözcüğünün nereden geldiğini sormak gerekir.

Bu terimin dünyanın betimlenmesinde kullanılması 60'lı yılların sonunda başlar. Öncelikle iki yapıtta geçer: 1969'da yayınlanan Marshall McLuhan'ın (Quentin Fior'la

birlikte) *War and Peace in the Global Village*'ı¹ ve yine 1969'da yayınlanan Zbigniew Brezezinski'nin *Between Two Ages. America's Role in Technotronic Era*'sı.²

İlk yapıt Vietnam savaşında televizyonun etkilerini genelleştirir. Yazar, tüm Amerikan evlerinden "naklen" izlenen bu çarpışmalarla, televizyon seyircisinin "katılan" haline gelmek için bir regresiyon oluşturan edilginliği bıraktığını ve sivil ve askerler arasındaki ayrımın yok olduğunu ileri sürer. Barış zamanlarında elektronik medya tüm sanayileşmemiş ülkeleri ilerlemeye yöneltir. Sonuç olarak teknik zorlayıcılık toplumsal değişimi gerektirir. Buna koşut olarak Amerikan kamuoyundaki "iletişim devrimi" sloganı ortaya çıkar. Böylece bu devrimle "tüketim arzusunun gelişmesi, ortak toplumsal sorumluluk, gençlerin ve kadınların isyanı, modanın başkaldırısı, kişisel karar çağı, kısaca yeni bir toplum" haykırılır. Acele bir yargıyla bu devrimin, siyasal devrimin son ütopyalarının yazgısını belirlediği eklenir. Bu da "ideolojilerin sonu" anlamına gelir.

"Global köy" yaşamına tüm yeryüzündeki hazır düşünce pazarında başlar. "Global köy" kavramı daha sonra dünyayla ilgili her büyük katarsiste veya her "mondovision"da* ortaya çıkacaktır. Bu durum, sivil/asker karşıtlığını derinleştirerek psikolojik savaşın bilgi akışını durdurma ve sansür yöntemlerini kabul ettirdiği halde, referansı heryerde hazır olan 1991 yılındaki Körfez Savaşı sırasında görüldü. Ancak Marshall McLuhan'ın düşündüğünün tam tersi olarak.

¹ Marshall McLuhan, "Guerre et paix dans le vilage global", Laffont, Paris, 1970.

² Zbigniew Brezezinski, "La revolution tecnetronique", Calmana-Levy, Paris, 1970.

* Mondovision: Telekomünikasyon ve uydu yardımıyla televizyon yayınlarını uzak mesafelere iletmeye olanak veren yöntem. ç.n.

Columbia Üniversitesi Komünizm Araştırma Enstitüsü Müdürü Amerikalı siyaset bilimcisi Zbigniew Brezezinski ise "global şehir" terimini kullanır. Köy sözcüğünün içerdiği cemaat ve samimiyet ortamına geri dönüş yananlamı, ona göre yeni uluslararası çevreye pek uygun düşmemektedir. Çünkü "teknotronik" adı verilen bilgisayar, televizyon ve telekomünikasyon evliliğinin ürünü şebekeler dünyayı "birbirlerine bağlı sınırlı, huzursuz ve gergin ilişkiler yumağı" haline dönüştüreceğinden, insanlar için yabancılaşma riskini yükseltir.

Daha sonraları James Carter'ın Ulusal Güvenlik Danışmanı ve ünlü Üçlü Komisyon'un kurucularından biri olacak olan Brezezinski'ye göre, tarihteki ilk "global toplum" Amerika'da ortaya çıkmıştır.. Dünya iletişiminin yüzde 65'inin başlangıç noktası Amerika olduğuna göre, "teknotronik devrim"in başlıca propagandacısı bu toplum diğerlerinin hepsinden daha fazla iletişimde bulunur.

Amerika, kültür endüstrisinin ürünleriyle olduğu kadar, "yeni organizasyonların tekniği, yöntemi ve uygulamalarıyla"da "modernitenin global bir modelini", davranış şemalarını ve evrensel değerleri tek öneren olacaktı. Sovyetler Birliği'nin egemen olduğu karşı blokta yalnızca "sıkıntı yaratan" kıtlık toplumları bulunuyordu. Brezezinski'ye göre global şehir ve global toplum kavramları Amerika'nın dünyanın geri kalan kısmıyla ilişkilerini betimleyen eski "emperyalizm" kavramını geçersiz hale getirir. "Silah diplomasisi" geçmişte kalmıştır. Ona göre gelecek "şebekeler diplomasisi"ndir.

1989'da Berlin duvarının yıkılışı ve komünist evrenselciliğin başarısızlığı, bu globaliği tek olasılık olarak kabul ettirecektir. Tek kutuplu dünyada Amerikan Dışişleri Bakanlığı Danışmanı Francis Fukuyama'nın sihirli değneğiyle "ideolojilerin sonu" "tarihin sonu"na dönüşecekti. Teknotronik devrim üzerine yapıtının çıkışından yirmi yıl sonra Zbigniew Brezezinski ısrar

iletişim pazarındaki egemenliğine dayanır... Bu da siyasal güce benzer bir güce sahip olan kitle kültürünü yaratır." Jeopolitik, jeoekonominin egemenliği altında geçen bir on yıldan sonra yerine kavuşur.

80'li yıllarda globalleşme dilinin sorunları oldu . Kavramın reklamını yapan daha fazla gözdeydi. Theodor Levitt dünya ölçeğinde işletmelerin gelişme stratejilerinin meşruiyeti konusundaki çalışmaların ele alındığı Harvard Business Review'in yönetmeniydi. Büyük iletişim veya reklamcılık gruplarının yıllık raporları globalleşmenin yükselişinin belirtileriyle doluydu. Şebekelerin zafer şarkıları olan şu tür cümleler sık sık görülmekteydi: "Uzun zamandır askerlerin ve devlet adamlarının başarmaya çalıştıkları şeyi bilim adamları ve teknoloji gerçekleştirdi: Global imparatorluk... Doğal olarak sermaye, üretim ve hizmet pazarları, işletme ve fabrikasyon teknikleri globalleşti... Bu global piyasadır. Yeni gelişim, ileri teknolojinin enformasyon ve iletişimi dönüştürdüğü anda ortaya çıktı."

Pazarların, sermaye dolaşımının, şebekelerin tümünün ve işletmelerin (şebekeler biçiminde yeniden yapılandılar ve işletme-şebeke'ye dönüştüler) globalleşmesi köklü bir kuralların kaldırılması politikasını gerektirecektir. Tüm bunlar toplumsal güçlerin gerilemesi, koruyucu ulus-devlet rolünün ve kamu hizmeti felsefesinin sona ermesi anlamına gelir. Bu, işletmelerin ve değerlerinin, özel çıkarların ve pazar güçlerinin zaferidir.

Sözü edilen dönüşüm boyunca iletişim profesyonelleşti ve iletişimin işyönetimsel modeli tek iletişimde bulunma biçim gibi kabul edildi. 80'li yıllarda işyönetimsel iletişim modelinden, reklam imajlarına başvurarak yurttaşlarla veya sivil toplumla ilişkilerini yeniden belirleyen devlet kuruluşlarına, insanlık yararına çalışan derneklere veya ülkesel ortaklıklara geçilmiştir.

Burada çoğunlukla gizlenen büyük bir tartışma söz konusudur ve yine de Sınır Tanımayan Doktorlar,

Greenpeace veya Uluslararası Af Örgütü türünden organizasyonlar tarafından kabul edilen iletişim biçimlerinin gösterdiği gibi, uluslararası alanda doğrudan yankıları vardır.

Globalleşme, pazarlamacılık ve işyönetimi uzmanlarına özgü hale geldi. Neredeyse dünya kültürü ve hazırlanmakta olan uluslararası yeni düzen onların tekelindedir. Profesyonel ortamlarda globalleşmenin ateşli taraftarları bile, dünya ekonomisinin evrimi, türdeşleştirmenin tek tutarlı özetinden uzak olduğu için bunlara karşıdır. Bunun için pazarların ve hedeflerin -ve demasifikasyonun yaygınlaşması- bölümlenmesi düşüncesi, standardizasyonunki kadar önemlidir.

Dünya çapında pazarın ateşli taraftarları için globalleşme şu demektir: Taylorcu işletmelerde iş ve erk hiyerarşik olarak dağıtılmıştır. Yerel, ulusal ve uluslararası da birinden diğerine geçirimsiz bölümlere ayrılmış alanlar gibi tasarlanır. İşletmenin ve üzerinde işlev gördüğü (şebeke olarak) dünyanın betimlenmesinin yeni şemasında ise yerel, ulusal ve uluslararası düzeylerin arasında bir etkileşimin bulunduğu kabul edilir.

İşletme-şebekenin dünya çapındaki pazarda stratejisi hem yerel, hem de global olmalıdır. Bunun için Japon işletme şefleri, "global" ve "yerel" (local) sözcüklerinin birleşmesinden oluşan "glocalize" sözcüğünü kullanırlar.

İşletmelerin yeni mantığında "bütünleşme" yön gösterici bir paroladır: Bu sözcük, dünya çapındaki pazarlarda büyük ekonomik birliklerdeki organizasyonun sibernetik bir görüntüsüne atıfta bulunur. Kastettiği üretim ve tüketim kavram alanlarının bütünleşmesi, kısaca eskiden ayrı olan etkinlik alanlarının entegrasyonudur. Bunu kanıtlamak için son zamanlarda teknik dilde ortaya çıkan, özellikle Anglo-Amerikan kökenli yeni sözcükleri anımsamak yeterlidir: *Advertorials* (*advertising* ve *editorials* sözcüklerinden), *infomercial* (*information* ve *commercial*),

infotainment (*information* ve *entertainment*) ve en yenis *edutainment*. Bilgi işlemin etkisiyle enformasyon ve iletişim teknolojilerinin melezleştirilmesine denk düşen bir sözcük melezleştirmesidir.

İşletme şeflerinin stratejik düşüncelerinin bu yeni global çerçevesi, iletişim şebekeleri konusundak uluslararası tartışma alanlarında olduğu gibi, müzakere ve hedeflerin ağırlık merkezini de değiştirdi.

İlk değişiklik "ifade özgürlüğü"nü tanımlanmasındadır. İfade özgürlüğü, yeni bir "insan hakkı" gibi tanıtılan "ticari ifade özgürlüğü" ile yarış halindedir. "Tüketicinin mutlak egemenliği" ve demokratik ısrar ile garanti edilen yurttaşların iradesi arasında sürekli bir gerilim izlenir.

Oluşturulan bu ticari ifade özgürlüğü istekleri, 80'li yılların ikinci yarısında sınır ötesi televizyonun yeni kurallarının tartışıldığı Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği çevrelerinde, profesyonellerarası organizasyonların (ilan verenler, reklam ajansları ve medya) lobi etkinliklerinde görüldü. Alman filozof Jürgen Habermas'ın dediği gibi, bu istek "sivil toplum tarafından kamusal alandan nitelikli tanıtımcılığın hizmetine verilen sınırların genişletilmesine" çalışmaktadır.

Bu ticari ifade özgürlüğü ve dünyanın yeni düzenleme ilkeleri, soğuk savaşın başında Amerikan Dışişleri Bakanlığı diplomasisi tarafından ortaya konulan ve iletişimdeki değişimin eşitsizliğini sorun yapmayan Free Flow of Information (enformasyonun serbest akışı)'ın, yani bozulmayan eski ilkelerin bizzat kendisidir. Globalleşme doktrini, kısaca ticaret yapma özgürlüğü olarak uyarladığı özgürlüğü, bu ilkeye göre yeniden düzenler.

Bu yeni girişimcilerle ilgili göndergeler tarafından getirilen başlıca yer değiştirme, tartışmaların geçtiği yerlerle ilgilidir. 70'li yıllarda ve 80'lerin başında UNESCO iletişim sistemleri üzerine tartışmaların merkezi forumu oldu. Artık kimsenin dile getirmeye cesaret

edemediği bağlantısız ülkelerin görüşlerinden "uluslararası yeni iletişim ve enformasyon düzeni "konusundaki tartışmalar anımsanır. Reagan Amerika ve Thatcher İngilteresi delegasyonlarının, tartışmaların aşırı politizasyonu bahanesiyle UNESCO'dan çekilmesiyle, 80'lerin ikinci yarısına doğru tartışmalar kesin olarak kapandı.

80'li yılların ikinci yarısından itibaren, daha teknik örgütler -GATT (Gümrük ve Ticaret Tarifeleri Genel Anlaşması) OMC (Dünya Ticaret Örgütü) oldu- yeni iletişim düzeninin tartışıldığı merkezler oldular. "Hizmet" olarak sınıflandırılan iletişim, Avrupa Birliği ile Amerika arasında doğrudan bir çatışmaya neden oldu. Bu çatışma Avrupa Birliği'nin stratejik yenilgiyle (Görsel-işitsel hizmetler, diğer hizmetlerde olduğu gibi, bundan böyle serbest değişimin kurallarına tabi olacaktı) 15 Aralık 1993'te sonuçlandı. Ancak bu yenilgi gizlenerek sonuç bir "zafer" olarak sunuldu. "Kültürel istisna" ilkesi Amerika'nın birçok isteğini reddeden Avrupa Birliği tarafından korundu. Bu durumda şimdilik sonuca bağlanan bir anlaşma yoktur. Ama Hollywood, Kongre ve Washington'daki yetkililer bununla yetinmek niyetinde değiller ve OMC'nin yeni serbest değişim çerçevesindeki yükümlülüklerine geri dönüyorlar.

Bu farklılıklar dolayısıyla, meta ideologları -tüm üretime uygulanabilir norm olarak- ile kültürel kimlik savunucuları arasındaki uçurumun açıldığı görülebilir. Bu her iki taraf için de yeni bir tür çelişkidir. Tartışmaların tonunu ve içeriğini anımsamak ve kültürün ve jeopolitik rolün bu iki çelişik anlamını ortaya koymak için iki açıklama karşılaştırılabilir. Fransa eski cumhurbaşkanı François Mitterand'ın açıklaması şöyledir: "Tek bir kültürel modelin yaygınlaştırılmasına yardım etmek çok yıkıcı olacaktır. Totaliter rejimlerin gerçekleştirmeyi başaramadığını, tekniğin gücüyle birleşen paranın yasaları başarabilecek

mi?"³ Hollywood'un çıkarlarını savunan MPAА (Motion Picture Association of America)'nın sorumlusu Jack Valentin'in açıklaması ise şöyledir: "Brüksel'in son teklifi içler acısıdır, onur kırıcıdır ve hiçbir şey ifade etmeyen sözcüklerle doludur... Bu pazarlıkların kültürle hiçbir ilgisi yoktur... Üzüntü veren gerçek, Avrupa'nın geleceğe sırtını dönmesidir."

Tüketicinin Sahte -Özgürlüğü

Tartışma bitmiş değildir. İmaj endüstrisi sorunu, sayısal sıkıştırma ve televizyon, telefon ve bilgisayar bütünleşmesinin ürünü "enformasyon otoyolları"tarafından medyatik olarak sembolize edilen yeni enformasyon şebekeleri sorunuyla birleşmiştir.⁴ Uluslararası iletişim sistem ve şebekelerinin düzenlemeleri (veya düzenlemediş bırakılması) sorunu konusundaki tartışmaların yeni evresi boyunca, serbest-değişimci ideoloji, popülist kanıtlamalarını kendine mal etmeye girişti. İçeriği yalın, hatta dar düşünceliydi. Ancak dolaylı veya dolaysız sonuçları, ilk bakışta farkedilemeyecek kadar karmaşıktı.

Temel düşünce, serbest bir pazarda özgür bireylerin seçiminde serbest rekabetin işin içine girmesine izin verilmesinin gerekliliğidir. Aşağı yukarı şu sözcüklerle ifade edilebilir: "Bırakın insanlar istediklerini düşünsünler. Bırakın özgürce seçsinler. Onların sağduyularına güvenelim.

3- Le Monde, 25 Ekim 1993.

4- Bu konuyla ilgili olarak bkz. "Pour l'exclusion culturelle", Le Monde Diplomatique, Kasım, 1993. Asdrad Torres, "Qui tirera profit des autoroutes de l'information?", Le Monde Diplomatique, Kasım, 1994. Jaques Robin, "Les dangers d'une societe de l'information planetaire", Le Monde Diplomatique, Şubat, 1995. Asdrad Torres, "A tombeau ouvert sur les autoroutes de l'information", Le Monde Diplomatique, Nisan , 1995.

Kültürel bir ürün için uygulanacak tek yaptırım pazardaki başarısı veya başarısızlığı olmalıdır.”

Kültürel ürün tüketicilerinin mutlak üstünlüğü konusundaki bu neoliberal aksiyomun kuramsal alanda benzeri şudur: İletişimin işleyişinde alıcı rolünün yeniden saygınlığına kavuşturulması. Ancak etkin bir medyatik izleyiciye dönüşün, tüketiciyi tek yanlı olarak programlar ve diğer kültürel ürünlerin kodaçımı özgürlüğünde odaklaştırarak, açık biçimde eşitlikçi kalan veri pazarındaki değişimin eşitsizliği sorunundan ucuza kurtulmasına izin veren kötü yönleri vardır. Televizyon seyircisinin özgürlüğü, pazara egemen olan bir endüstrinin ürünlerinin şifresini çözmekle özetlenebilir mi? Yoksa kendi gerçek kültürüyle başlayarak, hegemonik olmayan kültür ürünlerini okuma özgürlüğü olarak mı kavranmalı?

Eğer dikkat edilmezse, “alıcı”nın kuramsal olarak yeniden saygınlığına kavuşturulması, 70’li yılların sonuna kadar “kültür emperyalizmi” olarak adlandırılan, bazı kültürlerin ve halkların bağımlılığını meşrulaştırmaya götürebilir. Bu tartışmalarda sorun olan, dar kafalı şovenizm ve “evrensel”in yaratılmasına giriş ve katkı aracı olarak kültürel çeşitliliği koruma gerekliliğinin savunulması arasındaki marjın dar olmasıdır.

Kaygı verici olan, uluslararası yeni iletişim senaryoları için kabul ettirilen global ve globalleşme kavramlarının biçimidir. Eğer globalleşme mantığı çağın ampirik gerçeği ise, uluslararası alanda çalışmanın mantığının yalnızca bir bölümünü oluşturur. Uluslararasılaşmanın güncel evresi bir “iletişim-dünya”nın ortaya çıkışıdır. Bu kavram bizi tarihçi Fernand Braudel tarafından ortaya konan “ekonomi-dünya” görüşü ile ilişkilendirir.

“İletişim-dünya” mistifiye etmeden dünya çapında olmanın tutarlılığını açıklar. Dünyanın global ve eşitlikçi betimlenmesine inandırmak bir yana, bu tutarlılık bize ekonomi ve iletişim sistemlerinin dünya çapında bir hale

gelmesinin, çeşitli ülke veya bölgeler ve çeşitli toplumsal gruplar arasında yeni aykırılıklar yaratılmasının kaçınılmaz olduğunu anımsatır. Yani yeni dışlamaların kaynağıdır. İyice ikna olmak için dünya çapında alanlar ve ulus-devlet alanlarıyla bölgesel ara alanlar arasında olan serbest değişim bölgeleri veya tek pazarın oluşturulmasına egemen olan ilkelere bakmak yeterlidir. Globalleşme parçalanma ve bölümlenme ile birleştirir. Burada ayrışma ve yeniden birleşme yolundaki aynı gerçekliğin iki yüzü vardır.

Eğer 80'li yıllarda dünya çapında pazara ürünlerini, hizmetlerini ve iletişim şebekelerini daha iyi sokabilmek için, ulus-ötesi büyük şirketler tarafından öne sürülen "evrensel kültür", yani global, birleşmiş bir kültür peşinde olanlar varsa, özgün kültürlerin zaferinin peşinde olanlar da vardır.⁵

Kültürel çoğulculuk ve ticari kozmopolitizmin merkezkaç kuvvetleri arasındaki gerilim, dünya ölçeğinde tek bir pazarın ortaya çıkışına tepkilerin karmaşıklığını ortaya çıkardı. Kavramsal sınırlarda özgün ve evrensel, yerel, ulusal ve ulus-ötesi arasında kopmalar başladı.

Artık şu tür yeni sorular soruluyor: Dünya çapında iletişim dokularını oluşturan şebekelerin kanalları, farklı toplumlar için nasıl bir anlam kazanıyor? Bunlara nasıl direniyorlar, nasıl uyarlanıyorlar, nasıl yenik düşüyorlar? Dünyanın her yerinde gözlenen ulusçu geri çekilme ve kimliksel gerilemede kültürel türdeşleştirme korkusu nasıl bir rol oynuyor? Kültürel ve dilsel melezleştirme dünyanın geleceği midir?

Üçüncü bir yılın eşiğinde, vatandaşların dikkatini hergün daha fazla harekete geçiren iletişim, merkezi siyasal bir hedef olarak kalıyor.

5- Armand Mattelart, "Nouveau pret-a-porter ideologique", Le Monde Diplomatique, Mayıs, 1992.