

ŞEBEKELERİN KÜRESELLEŞMESİNİN GETİRDİKLERİ

Armand MATTELART*

Çeviren:

Dr. Battal ODABAŞ**

İletişim dünyasının manzarası düzensizlikle vurgulanıyor. Mito-
loji yanını -özellikle yeni teknoloji-
leri çağrıştırdığı andan itibaren-,
uluslararasılaştırmaya bağlı somut
gerçeklerinkinden ayırmak amacıyla bazı çıkış noktası saptamak o kadar da yararsız değil.

Çağdaş iletişim ideolojisi geçici olmakla, nesnelere ve onların toplumsal karışımları sorunuyla belirlenmiştir. Yirminci yüzyılın sonunda bulunduğumuza göre, nesnelere evrimini daha iyi anlamak için, önceki yüzyılın sonuna kadar gitmekte belki de haksız değiliz.

İletişimin "uygarlık ögesi" olarak kutsallaştırılması 1860'lara doğrudur. Onun evrenselliği, İngiltere'deki Viktoryen imparatorluğunun ki gibiydi. Demiryolu, elektrikli telgraf, denizaltı kablo şebekesi, yeni Süveyş okyanusları arası deniz yolu ve buharlı (gemilerle yapılan) deniz ulaşımında olduğu gibi, bütün bölümleri birbirine bağlı olan "geniş organizma" olarak dünyaya bir örnek hazırlıyordu.

O zaman yer küresini saran ve Jules Verne gibi yazarların üne kavuşturduğu ağlar, ulusal ekonomilerin yerini uluslararası yeni bir iş bölümüne bıraktığı karşılıklı bağımlı bir dünyanın simgesi haline geliyor. Modern çağda hükümetler arası ilk organizasyonu, sınırlardan geçişin düzenlenmesinde ilk uluslararası mahkemenin biçimlenmesi, ilk iletişim ağlarının, bu yeni "organik

* Armand Mattelart Rennes-II Üniversitesi

** M.Ü. İletişim Fakültesi

dayanışmanın" -ahlâki zorunluluk gibi eski dayanışma kavramından oldukça ayrılan pozitivist kavram- sayesinde olmuştur. Çoğu Avrupalı olan yirmi kadar ülkenin, 1865'te Paris'te, Uluslararası Telgraf Birliği'ni kurması, gerçekte, Milletler Cemiyeti'nden (şimdiki Birleşmiş Milletler Örgütü'nün atası) elli yıl kadar daha öncedir. Bu kuruluş, Telgraf Birliği'nin ve Berlin'de 1906'da kurulan Uluslararası Radyotelegrafi Birliği'nin, 1932 yılında Madrid'de yapılan bir konferansta, birleşmesinden sonra doğmak zorunda kalan şimdiki Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin (UIT) uzaktan atasıdır. Evrensel Posta Birliği de 1874'te Bern'de kurulmuştur.

Posta ve telgraf, böylece, iletişim tekniklerinin "evrenselleştiren ve barışçı" erdemi üzerine ütöpic söylevlerle önemli bir araç haline geldi. Tıpkı 1830'lardan itibaren Demir Yolu Ağlarının olduğu gibi. Bu üç tip uluslararası ağ, iletişim dünyasının derin düş gücünü besliyordu. Din ile, bireyleri ve halkları birbirine bağlamak istediler. İletişimin gûnahtan kurtarıcı ideolojisinin temelini atmaları 19. yüzyıldan itibaren başlamıştır.

İlk uluslararası denizaltı kablosu olan Transmanche'in açıldığı sırada, 1851 yılında Londra'da açılan sergiden sonra birbirini izleyen büyük evrensel fuarlar "bütün insanların kardeş haline geldiklerini" ilân eder. Yarım yüzyıl boyunca, -1900 yılında Paris'te açılan Paris Evrensel Fuarı'yla doruk noktasına ulaşacak olan- iletişim fuarları ve teknikleri, "evrensel şirketlerin ortaya çıkışının aynı ütopyasını ve aynı söylemini paylaşırlar.

Bununla birlikte, Batı uygarlığının himayesindeki bu "ilerlemenin barışçı temelleri"nin çerçevesi dışında, halklar arasındaki bu dayanışma, savaş ve sömürge fetihlerinin gürültüleri ve çılğnlıklarıyla yankılanmaya devam ediyor.

Ama yine de, yüzyılın sonunda, bir taraftan sivil toplumlar, diğer taraftan devletler arasında yeni uluslararası şirket biçimlerinin ortaya çıkışları görülür. Fakat yüzyıl, yerlileri can çekişen bir İspanyol İmparatorluğu'ndan kurtarmak bahanesiyle, Amerikan "denizci"lerinin Küba adasına çıkarma yapımlarıyla sona erer.

Tarihte ilk kez olarak, (Orson Welles tarafından ölümsüzleştirilmiş ünlü **Yurttaş Kane**) William Randolph Hearst'ün sansasyon yaratan basınıyla kışkırtılmış kamuoyu, eşsiz bir müdahaleyle şaşkına döndürülüyor. O anın saçmalığını çok iyi özetleyen anekdotu biliyoruz: Hearst, Havana'ya bir muhabir ve ünlü desinatör Frederick Remington'ı gönderir. Remington Küba'nın başkentinden patronuna bir telgraf çeker: "Dikkate değer bir şey

yok. Her şey sakin. Savaş olmayacak. Dönmek istiyorum". Hearst, anında ona cevap verir: "Kalmanızı rica ediyorum. Resimlerinizi yapın. Ben savaş çıkaracağım".

Yirminci yüzyılın sonu: İletişim yeni dünya toplumunun en büyük paradigması olarak yer aldı. Özdeksel olmayan bir yükseliş ekonomisi gelişmeye devam eder. Üretim ve tüketim dünyası, yeniden tüm dünyayı içine alan bir pazar sahası elde eder. Yayılma ideolojisinin zararlarını kabul etmeye zorlanmış bir gezegende, ütopyalar artık kimsenin umurunda değil.

İdeolojik Bir Hazır Giyim

80'li yıllarda, ağların ve sistemlerin uluslararasılaştırılmasının güncel evresini karakterize etmek için bir kavram ortaya atıldı: Küreselleşme (globalization), doğrudan İngiliz dilinden alınmış bir terim.

Mantığı "evrensel" olarak çalışmak olan ağlar ve ürünlerle toplumumuzun gitgide birbirine daha çok bağlandığını kim inkâr edebilir? "Küreselleşme" bir olgudur. Fakat bir de ideoloji oluşturuyor; (küreselleşme) bir "ideolojik hazır giyim"e dönüşmek üzeredir. Terim, yeni dünya düzeninin karmaşıklığını sergilemekten çok bunu gizliyor. Burada da, bu "küresel" (global) sözcüğünün nereden geldiğini düşünmek gerekli olmaz mı?

Bu terimin dünyanın dağarcığına girişi 60'lı yılların sonuna denk düşüyor. (Başlıca) iki yapıt onu tahta oturtuyor: Marshal McLuhan'ın 1969'da (Quentin Fiore'nin işbirliğiyle) yayınladığı *War and Peace in the Global Vilage* (Küresel Köyde Savaş ve Barış) adlı yapıtı¹; yine aynı şekilde Zbigniew Brzezinski'nin 1969'da yayınlanmış yapıtı *Between Two Age: America's Role in The Thecnotronic Era* (İki Çağ Arasında: Teknotronik Çağda Amerika'nın Rolü).²

İlk yapıt, Vietnam televizyon savaşının etkisinin genel sonuçlarını ortaya koyuyor; yazar ileri sürüyordu ki bütün amerikan ailelerinin izleyebildiği bu "naklen" savaşla, televizyon izleyicileri, "katılımcı" haline gelmek için pasif olmaktan vazgeçecekti, bir gerileme oluşturan siviller ve askerler arasındaki ikiz bölünme (dikotomi) ortadan kalkacaktı. Halbuki, barış döneminde, elektronik medya, gelişmeyi sanayileşmemiş tüm yerleşim birimlerine çekecekti. Teknik zorunluluk, sonuç olarak, toplumsal değişmeyi gerektiriyor. Bunu açıklıyor. Paralel olarak, amerikan kamuoyunun büyük bir bölümünde "iletişim devrimi" sloganı ortaya çıkıyor.

Yüksek sesle şunu söylüyorlar: (İletişim devrimi) sayesinde "tüketim arzusu, ortak toplumsal sorumluluk, gençlerin isyanı, bireysel yargılama çağı, kısaca yeni bir toplum geliyor". Şunu da hemen eklemeli ki bu devrim, politik devrimin son ütopyalarının yazısına son noktayı koyuyor: "İdeolojilerin sonunu" gösteriyor.

"Global köy", görevine "evrene ait her şeyin" hazır giyim pazarında başlıyor böylece. Hemen arkasından, "global köy" kavramı, dünyasal her büyük katarsisi ya da daha doğrusu her "mondovizyon"u üstüne basa basa açıklayacaktır. 1991'de körfez savaşı sırasında da görüldü ki, asker-sivil karşıtlığını eşeleyeni psikolojik savaşın tuttuğu cephenin ve sansürünün gerekli olduğu kabul edildiği halde, başvuru kaynağı (referans), her yerde bulunabilir hale geldi. Marshall McLuhan'ın düşündüğünün tam tersi.

Columbia Üniversitesi Komünizm Araştırmaları Enstitüsü müdürü Amerikalı siyaset bilimci Zbigniew Brzezinski, "global kent" terimini kullanıyor. Köy sözcüğünün içerdiği camiaya ve içli-dışlılığa dönüşün anlamı, yazana, yeni uluslararası çevreye pek uyarlanırlı görünmüyor. Bilgisayarın, televizyon alıcısının ve telekomünikasyonun ürünü olan ve teknotronik adını verdiği ağların düğümü, dünyayı bir "karşılıklı bağımlı, sınırlı, coşturucu ve gergin ilişkiler düğümü"ne dönüştürecek ve kişiler için anomi tehdidini, yalnızlık ve yalnızlık tehlikesini artıracaktır.

Daha sonra Başkan James Carter'ın ulusal güvenlik konusunda danışmanı ve ünlü Üçlü Komisyon'un kurucularından biri olan Bay Brzezinski için, tarihin ilk "global toplumu" Amerika Birleşik Devletleri'dir. Bu "teknotronik devrim" in temel yayıcısı (olan) bu toplum, diğerlerinden daha fazla "iletişimde bulunur" çünkü, ileri sürüldüğüne göre, tüm dünya iletişiminin % 65'inin çıkış noktası ABD'dir.

Amerika, kendi kültürel endüstrisinin ürünleri yardımıyla olduğu gibi, "onların yeni organizasyonlarının uygulamaları, onların teknikleri ve onların yöntemleri" aracılığıyla da "global bir modernite modeli", evrensel davranışlar ve değerler şeması sunmakta tek olduğunu bilecekti. O zamanki Sovyetler Birliği'nin hükmettiği blok içinde, açıkçası, sıkıntı yaratan kıtlık toplumlarından başka bir şey yoktu. Bu global kent ya da köy kavramı, Brzezinski'ye göre, ABD ile dünyanın diğer ülkeleri arasındaki ilişkileri tanımlamak için eski "emperyalizm" kavramını kesin bir biçimde geçersiz kılıyor. "Silahlı diplomasi" geçmişte kalmıştır; ona göre, gelecek, ağ diplomasisinin dir.

1989'da Berlin duvarının yıkılışı ve evrensel komünizmin başarısızlığı, bu globaliteyi mümkün olan tek şey olarak onaylayacaktır. Tek kutuplu dünyada, "ideolojilerin sonu", Amerikan Dışişleri Bakanlığı'nın bir danışmanının, Francis Fukuyama'nın sihirli değneğiyle "tarihin sonu"na dönüşecektir. Sayın Zbigniew Brzezinski, teknotronik devrim hakkındaki kitabının çıkışından yirmi yıl sonra ısrarla şunu söylüyordu: "Amerika'nın gücünün temeli, çok büyük bir kesim için, dünya iletişim pazarındaki hükümdarlığıdır... Bu, politik bir öykünme gücüne sahip bir kitle kültürü yaratır".

Jeopolitik, yeryüzü ekonomisinin on yıllık egemenliğinden sonra haklarına yeniden kavuşuyor.

80'li yıllarda, globalizasyonun üslubu, özellikle sıkıntıların üslubu oldu. Bunun kuramcısı artık belli: Çalışmaları, dünya çapındaki işletmelerin yayılma stratejilerinin meşrulaştırma konuşmalarında geniş olarak işleyen, Harvard Business Review'in yöneticisi profesör Theodor Levitt. Büyük iletişim ya da reklâm gruplarının yıllık raporları bu globalizasyonun yükselmesi üstüne duyurularla dolup taşıyor. Ağların zaferine adanmış gerçek lirik bir deyiş (od) olan şöyle tümceleri okumak oldukça sık rastlanan bir şeydir: "Teknik adamlar ve teknoloji, uzun zamandır, askerler ve devlet adamlarının başarısızca yerleştirmeye çalıştıkları global imparatorluğu gerçekleştirdiler... Sermaye, ürün ve hizmet pazarı, üretim yönetimi ve pazarlaması tamamen doğal olarak global hale geldi... Bu global pazardır. Bu yeni gelişme, ileri teknolojilerin bilgiyi ve iletişimi dönüştürmeleriyle aynı anda ortaya çıktı".

Pazarların globalizasyonu, finans dolaşımları, maddi olmayan ağlar ve (ağlarla yeniden düzenlenmiş ve "ağ işletmesi"ne dönüşmüş) işletmeler, radikal bir düzensizleştirmeyi (déreglamantation) abartacaktır. Tüm bunlarla gösterilmek istenen şey, toplumsal güçlerin gerilemesi, ulus devlet kavramının ortadan kalkışı ve kamu görevleri felsefesinin yok oluşudur. Bu, işletmelerin, onun değerlerinin, özel sermayenin ve pazarın güçlerinin zaferidir.

Bu değişim süresince, iletişim profesyonelleşti ve yönetsel iletişim modeli toplumun tümünde tek iletişim tarzı olarak kendisini kabul ettirdi. Böylece çatısı kurulmuş iletişim, bundan böyle, ABD'de bile olağanüstü bir şirket yönetim teknolojisi olarak benimsendi. İllüstrasyon olarak, 80'li yıllarda, yönetsel iletişim modelinin, sanal reklâm çağrısı yaparak, ilişkilerini vatandaşlara ve sivil topluma göre yeniden belirleyen devlet kurumları, kişisel kuruluşlar ya da yeryüzü ortaklıklarına doğru yaymaya yol açmasına

yetti. Çoğunlukla es geçilmiş, bununla birlikte, Sınır Tanımayan Doktorlar, Greenpeace ya da Amnesty International (Uluslararası Af Örgütü) gibi çeşitli örgütler tarafından benimsenmiş iletişim biçimlerinin de gösterdiği gibi, uluslararası alanda doğrudan yankı yaratan büyük bir tartışma söz konusudur.

Globalizasyon, pazarlama ve yönetim uzmanlarına özgü bir şey haline geldi. Globalizasyon, hemen hemen, dünyanın ve hazırlanmakta olan yeni dünya düzeninin okunmasının şifre anahtarı oldu. Profesyonel ortamların içinde, ateşli bir globalizasyonun kuramcıları dünya ekonomisinin evrimini tek türdeşleştirme mantığıyla özetlenmesinden çok uzak olanlara karşı çıksa bile. Yine pazarlar ve hedeflerin parçalanma düşüncesinin -genelleştirilmiş küçültme- standardizasyon kadar önemli olduğunu düşünenlere de.

Dünya pazarının çılgın yandaşları için, globalleşme şunu göstermek istiyor: Taylorcu işletmede görevler ve güçlerin hiyerarşik dağılımına alanların çökeltisi karşılık geliyor; yerel, ulusal, uluslararası, birbirine karşı duyarsız, bölünmüş sahanlıklar olarak sunuluyor.

Dünya çapındaki pazarda, tüm ağ-ışletme stratejisi hem yerel hem global olmak zorundadır. Bu, japon işletme yöneticilerinin global ve local sözcüklerinin karışımından oluşturdukları glocalize sözcüğüyle açıklanıyor.

Bir parola bu yeni işletme mantığını yönlendiriyor: Entegrasyon. Bu sözcük, dünyaya yayılmış pazarda büyük ekonomik birimlerin sibernetik bir vizyonuna gönderme yapıyor. Anlayış, üretim ve tüketim alanlarının entegrasyonu. Buna iyice inanmak için, özellikle, teknik dilde, anglo-amerikan yeni sözcüklerin yakın zamanda ortaya çıktığını anımsamak gerekir: Advertorials (advertising ve editorials'ın karışımı), infomercials (information ve commercials), infotainment (information ve entertainment) ve daha yakın bir zamanda edutainment (education ve entertainment). Bilişimin etki gücüyle bilgi ve iletişim teknolojilerinin birleşmesine uygun olan sözcük melezleşmeleri. İşletme yöneticilerinin bu yeni global stratejik düşünce çerçevesi, uluslararası görüşmelerin yapıldığı yerlerdeki gibi, tartışmaların ve kazançların ağırlık merkezini iletişim ağları alanına kaydırıyor.

İlk yer değiştirme, bizzat "anlatım özgürlüğü"nü içeriyor. Yurttaşların anlatım özgürlüğü, yeni bir "insan hakkı" olarak sunulmuş olan "ticari anlatım özgürlüğü"yle doğrudan yarışa koyuluyor. "Tüketicinin mutlak egemenliği" ve demokratik

mahkemelerle garanti altına alınmış vatandaşların isteği arasında sabit bir gerilime yol açıyor.

Bu ticari anlatım özgürlüğünün dilekleri etrafındadır ki Avrupa Konseyi'nde olduğu gibi Avrupa Birliği'nde de, sınır tanımayan yeni televizyon kuralları üstüne, 80'li yılların ikinci yarısında başlamış tartışmalar sırasında profesyoneller arası örgütlerin (ilâncılar, reklâm ajansları ve medya) lobbying çalışmaları, diğerleri arasında, yapılaşmıştır. Bu istek, sivil toplum tarafından belirlenmiş sınırları, alman Jurgen Habermas'ın dediği gibi, "reklâm amaçlı kamu kesiminin hizmetine döndürme " amacı taşıyor.

Dünyanın yeni ödeme emri olan bu ticari anlatım özgürlüğü, iletişim alanında, dolaşım eşitsizlikleri sorunu az da olsa hep olan, soğuk savaşın başlarında ABD Dışişleri Bakanlığı tarafından bulunmuş eski serbest bilgi akışı'ndan (free flow of information) ayrılamaz bir biçimdedir. Globalizasyon doktrini, özgürlüğü, ticaret yapma özgürlüğüne çok hızlı bir biçimde uyarlayan bu ilkeyi yeniden yönlendiriyor.

Bu yeni girişimci başvuru kaynağı tarafından getirilen temel yer değiştirme, tartışmaların yapıldığı aynı yerleri içeriyor. 70'li yıllar boyunca ve 80'lerin başında UNESCO, iletişim sistemlerinin ele alındığı merkezi bir forum düzenledi. Anımsanacağı gibi, tartışmalar, baştan beri bağımsız bir bölüm ülkenin düşüncesi olan ve artık hiç kimsenin hakkında konuşmaya cesaret edemediği "yeni dünya bilişim ve iletişim düzeni" (NOMIC) çerçevesinde yapılmıştı. Görüşmeler, bilimsel tartışmaların aşırı politize olduğu bahanesiyle, Amerika'nın reagent ve İngiltere'nin thatchercı heyetlerin, 80'lerin yarısına doğru UNESCO'dan çekilmesiyle tamamen kesildi.

80'lerin ikinci yarısından itibaren, daha teknik kuruluşlar -GATT (Gümrük ve Ticaret Tarifeleri Hakkında Genel Anlaşma) Dünya Ticaret Örgütü'ne (OMC) dönüştü- yeni iletişim düzeni görüşmelerinin merkezi yerleri oldular. "Hizmet" olarak sınıflandırılan iletişim, "Kültürel Ayrıcalık" ilkesinin, Amerika'nın çok sayıda taleplerini kabul etmeyi reddeden Avrupa Birliği tarafından engellenmesi nedeniyle, Avrupa Birliği ve ABD'nin doğrudan karşı karşıya gelmesine yol açtı ve görüşmeler, Birliğin stratejik bir başarısızlığıyla (diğer hizmetler gibi görsel-işitsel hizmetler de bundan böyle serbest dolaşımın kurallarına bağlı olacaktı) erteleme adı altında, 15 Aralık 1993'te sona erdi. O an için anlaşma imzalanmadı ama Hollywood, Kongre ve Washington'dan gelen yetkililer orada kalmak istemediler ve OMC'nin yeni serbest dolaşım çerçevesi içinde isteklerinde ısrar etmeyi sürdürdüler.

Bu anlaşmazlık sayesinde, ticari mal ideologlarıyla -bütün ürünlere uygulanabilir norm gibi- kültürel kimliklerin savunucularının birbirlerinin kuyusunu kazdıkları ortaya çıktı. Her iki yanda da yeni yeni anlaşmazlıklarla. Bu tartışmaların özünü ve tonunu anımsatmak ve kültürün bu iki karşıt kavramını ve onun jeopolitik yönünü göstermek için birbirine koşut iki bildiriye sunmak zorunda kaldık. Eski Cumhurbaşkanı François Mitterand'ınki (şöyle): "Tek bir kültürel modelin genelleştirilmesini sağlamak felâket verici bir şey olacaktı. Sonuçta totaliter rejimlerin yapmayı başaramadıkları şeyi, teknolojik güçlerle işbirliği içindeki para yasaları mı başaracak?"³ Bu da Hollywood'un çıkarlarını savunmakla görevli MPAA'nın (Motion Picture Association of Amerika-Amerikan Sinema Derneği) yetkilisi sayın Jack Valenti'nin bildiri: "Brüksel'in en son teklifi gerçekte hiç bir şey ifade etmeyen sözcüklerle dolu, içler acısı ve onur kırıcıdır (...). Bu görüşmenin kültürle hiç bir ilgisi yoktu (...). Acı gerçek şu ki Avrupa, geleceğe sırtını dönüyor."

Tüketicinin Sahte Özgürlüğü

Tartışma kapanacak gibi değil. Görüntü endüstrilerinin sorunu, sayısal sıkıştırma ile televizyon alıcısı, telefon ve bilgisayarın kesişmesinin ürünü, medyanın "bilgi otoyolları" olarak simgeleştirdiği yeni bilgi ağlarınıninkiyle çok çabuk bir biçimde birleşti.⁴ Uluslararası iletişim ağları ve sistemlerinin mevzuat (kurala bağlama) (ya da dereglemantasyon) sorunu hakkındaki tartışmaların yeni evresinde serbest dolaşımçı ideoloji popülist söylemi benimsemeyi denedi. İçeriği basit hatta dar düşünceliydi. Fakat bunun sonuçları ilk bakışta görünenden daha karmaşıktı.

Temel düşünce, seçmekte özgür olan bireyler arasında, serbest bir pazarda serbest bir rekâbete girmek zorunluluğu düşüncesiydi. Bunu hemen hemen şu terimlerle açıklayabiliriz: "Bırakın insanlar istedikleri şeye baksınlar. Beğenilerinde onları özgür bırakın. Onların sağduyularına güvenelim. Kültürel bir ürüne uygulanacak tek yaptırım onun pazardaki başarısı ya da başarısızlığıdır."

Kültürel ürünler üzerindeki mutlak tüketici egemenliği hakkındaki bu neoliberal temel önerme (aksiyom), teorik alanda da kendi benzerini buldu: İletişim mekanizmasında alıcıların rolünün rehabilitasyonu. Fakat, nereden gelirlerse gelsinler, programları ve diğer kültürel ürünleri dekode eden (şifresini çözen) tüketicinin özgürlüğü üstüne tek yanlı olarak odaklanarak, son derece eşitsizlikçi kalan değişken bir pazarda değiş-tokuşların eşitsizliği hakkındaki sorulardan ucuz yoldan kurtulmayı sağladığı zaman, aktif

medyatik bir "zahit"e (pratiquant) (olan) bu dönüşün sapkın yanları da vardır. Televizyon izleyicisinin özgürlüğü, pazarda egemenliğini sağlamış bir endüstrinin ürünlerini deşifre etme özgürlüğüne indirgenebilir mi? Egemen olmayan kültürlerin ürünlerini okumak özgürlüğü gibi, çoğunlukla kendine özgü olanlarla başlamayı tasarlaması da gerekmiyor mu?

Buna önlem alınmazsa, "alıcı"nın kuramsal rehabilitasyonu, bazı halkların ve kültürlerin kültürel hiyerarşisinin doğrudan meşru hale gelmesine yol açabilir ki buna 70'li yılların sonuna kadar "kültür emperyalizmi" deniliyordu. Bu tartışmalarda soruna olan şey, sınırlı şovenizm ve "evrensel" olanın yaratılmasında ortalama yol ve katkı olarak kültürel çeşitliliği koruma gereksinmesinin savunulması arasındaki aralığın dar olmasıydı.

Kaygı verici olan şey, yeni uluslararası iletişim senaryolarını açıklamak için bu global ve globalizasyon kavramlarının kendini kabul ettirme biçimidir. Globalizasyonun mantığı, çağdaş gözleme dayanan (ampirik) bir gerçeklik olsaydı, uluslararası alanda işbaşındaki mantıkların sadece bir bölümünün oluşturduğundan daha az gerçek olmazdı. Uluslararasılaştırmanın güncel evresi bir "dünya iletişimi" doğurma evresidir. Tarihçi Fernand Braudel tarafından ortaya atılmış "dünya ekonomisi" kavramıyla yeniden bir ilişki kurularak tarihle yeniden buluşmamızı sağlayan değerde bir kavram.

"Dünya iletişimi" dünya mantıklarını, onları kutsallaştırmadan, açıklamamızı sağlar. Gezegenin globalist ve eşitlikçi temsilciliği, inanmaya yol açtığına tersine, bu mantıklar bize anımsatır ki, ekonomilerin ve iletişim sistemlerinin dünyasallaştırılması, diğer ülkeler ve bölgeler arasında olduğu gibi diğer sosyal gruplar arasında da yeni aykırılıklar yaratmaktan, başka bir deyişle, yeni işten çıkarmalardan kaçınmaz. Buna güven getirmek için tek pazarların ya da serbest dolaşım bölgelerinin, şu dünyasallaştırılmış alanla Ulus Devlet alanları arasındaki bölgesel ara kuşakların, kuruluşunu düzenleyen ilkelere bakmak yeterli. Globalizasyon parçalara ayırma ve bölünmeyle kendini birleştiriyor. Bunlar, ayrıştırma ve birleştirme yoluyla aynı bir gerçekliğin iki yüzüdür.

80'li yıllarda, dünya pazarında ürünlerini, hizmetlerini ve ağlarını daha iyi yaymak için "kültürel evrenseller (tümeller)" peşinde koşan transnasyonal (uluslararası) büyük işletmeler tarafından global, birleştirici bir kültürün araştırmasında olanlar olmuş olsaydı, tekil kültürün rövanşını da alanlar olmuş olacaktı.⁵

Kültürlerin çokluğu ve tecimsel kozmopolitizmin merkezkaç güçleri arasındaki gerilim, dünya çapında tek bir pazarın doğmasına karşı tepkilerin karmaşıklığını ortaya çıkardı. Kavramsal sınırlar tekil ve evrensel, yerel, ulusal ve uluslararası arasında gidip gelmeye başladı.

Yeni bir sorun ortaya çıkıyor: Dünyasallaşmanın yapısını oluşturan ağlar üzerindeki bağlantılar, farklı toplumlar için nasıl bir anlam kazanırlar? Buna nasıl direnç gösterirler, nasıl uyum sağlarlar ve nasıl teslim olurlar? Dünyanın her yanında gözlemlediğimiz ulusal geri çekilme ve kimliksizleşme kültürel aynışma korkusu hangi rolü oynar? "Melezleşme" ve "sömürgelerdeki insanlarla benzeşme (créalisation)" dünyanın geleceği midir?

Üçüncü bin yılın eşiğinde iletişim, yurttaşların dikkatini her gün daha da çok harekete geçiren merkezi politik bir kazanım gibi kalıyor.

DİPNOTLAR

- 1 Marshal McLuhan, *Guerre et Paix dans Le Village Global*, Laffont, Paris, 1970.
- 2 Zbigniew Brzezinski, *La Révolution Technétronique*, Calman-Levy, Paris, 1970.
- 3 *Le Monde*, 25 Ekim 1993.
- 4 Bu konuda bakınız, Serge Regourd, "Pour l'Exclusion Culturelle", *Le Monde Diplomatique*, Kasım 1993.
- 5 Bkz. Armand Mattelard, "Nouveau prêt-à-porter idéologique" (Yeni Hazır Giyim İdeoloji), *Le Monde Diplomatique*, Mayıs 1992.