

Derleme Makale (Review Article)

Duygu ÇELİKER SARAÇ¹

Orcid No: 0000-0001-6981-799X

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi,
İletişim Fakültesi, Radyo-Televizyon ve Sinema
Bölümü

sorumlu yazar: duygusarac@sdu.edu.tr

Anahtar Sözcükler:

Armand Mattelart, Aydınlanma Çağı,
Endüstri Toplumu, Küreselleşme, İletişimin
Uluslararasılaşması.

Keywords:

Armand Mattelart, Age of Enlightenment,
Industrial Society, Globalization,
Internationalization of Communication.

DOI: 10.56075/egemiadergisi.1165576

Egemia, 2022, 11: 115-132

Armand Mattelart'ın İletişimin Uluslararasılaşması Üzerine Düşünceleri

Armand Mattelart's Thoughts on the Internationalization of Communication

Alınış (Received): 22.08.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 26.10.2022

ÖZ

Bu çalışma, Armand Mattelart'ın iletişimin uluslararasılaşması üzerine yaptığı katkıları, nitel tarihsel bir yaklaşımla ele almaktadır. İletişimin uluslararasılaşmasının çoğunlukla, küreselleşme söyleminin yerkürede yayıldığı 1980'li yılların koşullarından hareketle açıklandığı bilinmektedir. Ancak alana özgü olan pek çok konu gibi, iletişimin uluslararasılaşması da yakın geçmişe bakarak anlaşılabilir. Bu noktada, önemli akademik duraklardan biri olan Armand Mattelart'ın düşüncelerine yakından bakmak son derece önemlidir. Çünkü Mattelart, iletişimin uluslararasılaşmasını tarihsel bir analizle 1980'lerin çok daha gerilerine götürür. Ona göre, iletişimin uluslararasılaşmasının temelinde yer alan iki toplumsal gelişme, sınırsız bir alan peşine düşen "Keşif" yolculukları ve Aydınlanmadır. Bu gelişmeleri, endüstrileşme ve neo-liberal politikalar eşliğinde kuralsızlaştırma süreci takip eder. Mattelart, toplumların yaşadığı değişim sürecini, kehanetsel kentten küresel topluma ifadeleriyle dillendirir ve iletişimin uluslararasılaşmasını, bütüncül bir bakış açısıyla, süreci izlediği dönemlerin ekonomik yapıları ve bu yapıların temel ideolojilerinin incelikli analiziyle birleştirerek ele alır. Armand Mattelart'a göre, tarihin birbirinden çok farklı dönemlerinde, iletişim alanındaki ya da teknolojiye büyük sıçramalar hem ekonomik krizlere çare olmakta hem de küresel bir topluluğun kardeşçe yaşamasının ve demokrasinin teminatı olarak kabul görmektedir.

ABSTRACT

This study examines the contributions of Armand Mattelart to the internationalization of communication through a qualitative historical approach. It is known that the internationalization of communication is mostly explained by the conditions of the 1980s when the globalization discourse spread worldwide. However, like many field-specific issues, the internationalization of communication cannot be understood by looking at the recent past. At this point, it is extremely important to take a closer look at the thoughts of Armand Mattelart, one of the important academic figures. Mattelart takes the discussions about the internationalization of communication much further back than the 1980s with a historical analysis. According to him, the two social developments at the heart of the internationalization of communication are the "Discovery" journeys that examine an unlimited space and the Enlightenment. These developments are followed by industrialization and the deregulation process accompanied by neo-liberal policies. Mattelart describes the change process of societies with expressions such as from the prophetic city to the global society. He examines the internationalization of communication with a holistic perspective, combining the internationalization process with the economic structures of the periods he observed and a detailed analysis of the basic ideologies of these structures. According to Armand Mattelart, in different periods of history, great leaps in the field of communication or technology both remediate economic crises and are accepted as the guarantee of democracy and the fraternal life of a global community.

GİRİŞ

İletişim alanında, ekonomi politik geleneğin önemli temsilcileri arasında yer alan Armand Mattelart, 1936 yılında, Belçika’da dünyaya gelir. İngiltere ve Belçika’da sürdürdüğü öğreniminin ardından Paris’te nüfusbilim üzerine eğitim alır ve 1962 yılında, Şili Santiago Üniversitesinde akademik kariyerine başlar. Akademik çalışmalarının yanında, toplumsal eylemlerde de aktif olarak yer alan Mattelart, 1970’li yılların başında, Şili Devlet Başkanı Salvador Allende’nin danışmanlığını yürüterek medyanın yeniden yapılandırılması projesinde etkin bir rol alır. 1973 yılında, General Pinochet döneminde Şili’den sınır dışı edilen Mattelart, akademisyenliğine Paris’te devam eder. 2000’li yıllarda, Paris VIII Üniversitesinde iletişim bilimleri profesörlüğü yapar.

Mattelart, iletişim alanında yazılmış pek çok önemli esere imza atmasıyla bilinir. Bunlar arasında, *Reklamcılık* (1991), *Beyin İğfal Şebekesi: Uluslararası Reklamcılık* (1995), *Bilgi Toplumunun Tarihi* (2004), *Gezegensel Ütopya Tarihi* (2005) ve *İletişimin Dünyasallaşması* (2005) gibi eserler yer alır. İletişim alanına özgü konuları, tarihsel ve uluslararası boyutlarıyla inceleyen Mattelart, yazılarında, iletişim süreçlerinin biçimlenmesinde etkin rol oynayan aktörlere ve ilişki ağlarına dikkatini yöneltir. Mattelart’ın çalışma konularını, iletişimin uluslararasılaşmasının tarihi, 1980’ler ve ertesinde iletişim alanında meydana gelen değişimler, dünya pazarlarının kontrolünde uluslararası şirketlerin gücü ve etkinliği, bağımlılık ve az gelişmişlik bağlamında üçüncü dünya ülkelerinin konumu ve kültürel emperyalizm ekseninde medya içeriklerinin ideolojisi başlıkları altında sıralamak olanaklıdır. Yazarın kaleme aldığı çok çeşitli çalışma konuları olmakla birlikte, bu makale, alan yazınına katkılarını iletişimin uluslararasılaşmasına yönelik düşünceleri üzerinden ele almaktadır.

Bilindiği gibi, iletişimin uluslararasılaşmasının nedensellik bağları, çoğunlukla, küreselleşme söyleminin yaygınlık kazandığı, 1980’li yılların koşullarında aranmaktadır. Mattelart’a göre ise tarih, insanoğlunun evrensel bir alan kurma arzusunun ne zaman başladığını göstermektedir ve bu süreç ancak geçmiş yıllara yapılan uzun bir yolculukla anlaşılabilir. Yazar, toplumların deneyimlediği ekonomik, siyasi, kültürel değişimleri ve iletişimin uluslararasılaşmasını, dinsel/cemaatsel ütopyalardan neoliberal ütopyalara doğru gerçekleşen değişim süreci üzerinden anlamlandırır. Mattelart, eserlerinde, köklü toplumsal değişimler ile iletişimin uluslararasılaşmasında kamusal ve özel pek çok aktörün etkili oluşuna değinirken aktörlerin, tarihin farklı dönemlerinde farklı idealleri öne sürdüklerini söyler. Bu idealler, bir dinin bütün mezheplerinin bir araya gelmesi idealinden; girişim etkinliği ve uluslararası iş bölümünün gerekliliğine doğru değişim gösterir (Mattelart, 2005a: 9).

“Keşif” yolculukları, Aydınlanma Çağı, Endüstri Toplumu ve 1980’ler ile ertesinde gerçekleşen kuralsızlaştırma günlerinden geçerek iletişimin uluslararasılaşmasını irdeleyen Mattelart, iletişimi, değişim süreçlerinde toplumsal örgüt denilen büyük gövdenin düzenleyici işlevi olarak ele alır. Mattelart’ın bu görüşleri, iletişim alanına özgü konuların ve genel olarak iletişimin tarihsel bir analizle ele alınmasının önemine ve gerekliliğine dikkat çeker. Makale, böyle bir önemden hareket ederek, yazarın iletişimin uluslararasılaşmasına yönelik düşüncelerini dört başlık etrafında incelemektedir. Bunlar: (i) *Sınırları Olmayan Bir Dünya Arzusu: Doğal İletişim ve Ticaret Hakkı*, (ii) *Aydınlanma Çağının Çocuğu: İletişimin Uluslararasılaşması, Yayılmacı Politikalar ve Uluslararası İletişim*, (iii) *Kuralsızlaştırma Süreci*, (iv) *Küreselleşme ve İletişim El Ele* olarak sıralanabilir. İletişimin uluslararasılaşmasını, Mattelart’tan hareketle, tarihsel ve toplumsal bağlamıyla ele alan bu çalışmanın, konuya ilişkin incelemelere, kuramsal bir zemin sağlamak açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

SINIRLARI OLMAYAN BİR DÜNYA ARZUSU: DOĞAL İLETİŞİM VE TİCARET HAKKI

Orta Çağ’ın son döneminde, feodal üretim tarzının bağrında, kapitalist üretim ilişkileri yeşermeye başlar. Bu döneme ilişkin olarak çizilmiş bir resimde, madenlerin sıvı hale getirilişini, çelik ve dokuma sanayinin ilerlemesini, ticari amaçlarla yapılan üretimin görece yükselişini, dönemin ocağı olan kentleri, servetin tacirlerin ve tefecilerin elinde toplanmaya başlamasını, önceden kendi hesabına çalışan çok sayıda üreticinin ücretli işçi haline gelişini görmek olanaklıdır. 15. yüzyıl, rönesansı kucaklamış, bilim ve tekniğin hızlı bir biçimde ilerleyişine, dünyanın doğadan edinilen deneyimlerle incelenmesine, matbaanın icadına ve pusulanın yetkinleştirilmesine şahit olmuştur. Artık, uzun yolculuklara elverişli gemiler, denizlere indirilmektedir. Aynı zamanda, okyanusların ötesindeki masal ülkeleri üzerine dilden dile söylenceler dolaşmaktadır (Zubritski vd., 2006: 202). Bu yüzyıl, o zamana değin mitlerle ve fantezilerle açıklanan yeni dünyalara açılmanın tam da zamanıdır.

Hubarman’ a göre (2009: 136), 16. yüzyılda, ilk sömürge kurucularından İspanya’nın dünyanın en güçlü ve zengin ülkesi olmasının nedeni, altına ve gümüşe duyduğu büyük tutkuda, yani sömürgelerin hazinelerinde bulunabilirdi. Bu yüzyılda, altın ve gümüş, endüstri ve ticaretin çarklarını gittikçe artan bir hızla döndürüyor; gemi yapımında kullanılan kereste, insanları doyuran buğday ile giyilen yün, altın ve gümüşle satın alınıyordu. Bir ülkenin zenginliğinin gücü ve indeksi olan altın ve gümüş, bir ülkeyi başka bir ülkeyi fethedebilecek kadar güçlü kılıyor, aynı zamanda “yeni” topraklara duyulan ilgiyi artırıyor.

Esasen Araplar, Hintliler, Çinliler, Vikingler ve Polinezyalılar, Avrupalılardan çok daha evvel okyanusların ötesine açılmışlardı. Ancak bu gelişmeler, “başarı” olarak kabul görmemiş, yerel bir önemin ötesine gidememiş ya da unutulmuştu. “Keşif yolculuklarını”, önceki yolculuklardan farklı kılan ise coğrafi incelemelerle, dünyadaki okyanusların tek bir denizcilik sistemine bağlanması olmuştu. Avrupa’nın denizlerde sağladığı egemenlik, onun yerleşilmiş her kıtaya etkisini ve yayılımını sağlamıştı (Arnold, 1995). Mattelart’ın (2005a: 19), toprağa bağlı ve içe dönük bir hükümlanlığa dayalı olan bir devlet formülünden çıkma eylemi olarak tanımladığı “keşif yolculukları”, sınırları olmayan bir dünya arzusu anlamına gelmekte ve küresel bir toplum içinde yeryüzündeki ulusçu çatışmaların giderilebileceği düşünülmekteydi. “Keşifler” gerçekleştirilirken, devreye sokulan söylemler ise “barbarlık ve insanlık dışılığa çare”, “çatışmasız bir bütünlük” ve “tek bir dinin bayrağı altında barış içinde yaşamak” olmuştu.

“Keşifler Çağını”, Avrupa’nın kendi dışındaki dünyalara ilişkin bilgisinin değişime uğradığı zamanlar olarak nitelemek olanaklıdır. 15. yüzyılın başında, Avrupalıların haritaları tahminden öteye gidemezken, 200 yıl içinde çizilen kıtalar, belli belirsiz biçimlerden, bugün bize son derece tanıdık gelen çizgilere dönüşmüştür (Arnold, 1995). Mattelart’ın andığı, Cenovalı denizci Kristof Kolomb, büyük keşiflerin önemli aktörlerinden biri olarak, krallığa hizmet ederken, yolculuklarını gerçekleştirmede ne matematik hesaplarından ne de dünya haritalarından faydalanmıştır. Ona göre, kutsal metinlerin ve İşaya’nın söyledikleri gerçekleşmiştir. Mattelart’a göre (2005a: 24), Kolomb, yolculuklarının gerekçesini, kutsal metinlere bağlayarak, açık projesini gizlemiştir.

Kutsal metinler tarafından esinlenmiş ve büyük yazgıların adamı olduğuna inanmış Büyük Amiral, bu özellikleriyle eski eskatolojik beklentileri gerçekleştirecektir...dinsel binyılcılık ve haçlı seferleri saplantısı altın tutkusuyla, ekonomik ve ticari hesaplarla (sözleşme yaparak Kolomb gelecekteki kârın onda birini daha baştan kendine ayırır) ve bir sömürge imparatorluğuna dayalı dünya hegemonyası kurmaya yönelik açık projesiyle çatışır. Hint Adaları’nın zenginliği, Hristiyan evrenselciliğinin bayrağı altında insanlığı yeniden bir araya getirmek için, Kudüs ve İsa’nın mezarının kurtuluşu yönünde kullanılmalıdır. Böylelikle Kolomb kendisini, İsrail tanrısının ismini ve şanını dünyanın öteki ucuna kadar taşımanın tanrısal misyonu ile çevrilmiş hisseder... Altınla birlikte ruhlar cennete gönderilebilir.

İspanya örneğinde, 16. yüzyıl, sömürgeleştirme biçimi ile ilgili bitmek bilmeyen tartışmalara şahit olmuştur. Şüphesiz ki, bu tartışmaların baş aktörlerinden biri de tanrıbilimcilerdir. Bu noktada, Mattelart (2005a: 35-39), Salamanca Üniversitesi tanrıbilimcisi Francisco de Vitoria’ya dikkatini yöneltir. Vitoria’da vücut bulan egemen söyleme göre, hiçbir ulus, özel bir mal sahibi gibi hareket ederek topraklarını çitle çeviremez ve dünya üzerinde varlık gösteren bütün insanların ortak birtakım hakları vardır. Mattelart, İspanyol

İmparatorluğu'nun tanrıbilim eşliğinde öne sürdüğü bu hakları, "savaş ve iletişim hakkı" olarak başlıklandırır. Doğal toplum ve doğal iletişim hakkına göre, *istila* edilen bölgeye gelenler, buraya yerleşebilmeli ve yer değiştirebilmelidirler. Bu göç hakkı, iletişim hakkının somut hale gelmesi anlamına gelir. Ticaret hakkına göre ise bölgeye gelenler, maddi malları takas edebilirler, altın madenlerini, nehirleri işletebilirler ve İncili yayma gibi fikirleri mübadele edebilirler. Yerliler, göç ve ticaret hakkına karşı çıkarlar ve İspanyolların onları ikna etme çabalarına karşılık vermezlerse, İspanyollar tarafından verilecek "haklı" bir mücadeleye de hazır olmalıdırlar. Mattelart'a göre, Salamanca Üniversitesi tanrıbilimcisi, bu düşünceleriyle, zamanının çok daha ötesine giden bir figürdür ve 16. yüzyılda, günümüz dünyasına çokça benzeyen, geniş çaplı ekonomik girişimlere açık, çoğul ve kozmopolit bir evren tasarımına girişir. Tanrıbilimci, insanları doğal toplum-doğal iletişim ve ticaret hakkıyla, soyut hukuk özneleri olarak eşit haklarla konumlar; ama bu eşitlik, emperyal güç ilişkileri içinde biçimsel kalır.

AYDINLANMA ÇAĞININ ÇOCUĞU: İLETİŞİMİN ULUSLARARASILAŞMASI

18. yüzyıla damgasını vuran; ancak bugünü anlamada da büyük bir öneme sahip olan Aydınlanma, Orta Çağ'ın egemen güçlerinin toplum tasarımı radikal bir eleştiri getirerek, dünyayı yorumlamada, dinsel otoritenin yerine, "akıl" ve pozitif bilimleri koyar. Geçmişten köklü bir kopuş anlamına gelmeyen Aydınlanma, temelini Rönesans'ın peşi sıra gerçekleşmiş olan bilimsel devrimde bulur. Yaygın olarak, modern toplumların başlangıcı ve temeli olarak kabul gören Aydınlanma'nın ana yurdu ise eski rejimin çöküşü, orta sınıfın refah seviyesi ve öz bilincinin artması gibi gelişmeler nedeniyle Fransa olur.

18. yüzyılda, Aydınlanma'nın bayrağını ön sıralarda taşıyanlar, şüphesiz ki, filozoflar olmuştur. Bu dönemde, filozoflar, sadece bilgi üzerine eğilmekle kalmamış, siyasi sistemi de değiştirmeyi arzulamışlardır. Onlar, bu istemleriyle, *Batıya Yön Veren Metinler-III (Alatlı, 2010)* başlıklı eserde, akademisyen, uzman, nedim ya da "beyefendi" olarak değil, kilise ve üniversitenin yerleşik düzenine karşı çıkarken, halka seslenen edipler, halka-indirgemeciler ve propagandacılar olarak nitelendirilmişlerdir. Bu çağın bir diğer önemli aktörü olan Fransız burjuvazisi ise yaşamlarını halkın talebiyle sağlayan öncü filozofların masraflarını karşılamada onlara yardımcı olmuşlardır. Öyleyse, burjuvazinin varlığı olmaksızın filozofların varlığının; filozoflar olmaksızın da burjuvazinin felsefi temelini sözüne etmek imkânsızdır. Geçmişin egemenliğine karşı yürütülen Aydınlanma düşünüşü ve hareketi hem burjuvazinin hem de filozofların özel mülkiyet, laiklik, ifade özgürlüğü vb. değerleri ve ilkeleri ile el ele ilerlemiştir.

Aydınlanma düşünüyü ve hareketi, insanları, köle haline getiren her türlü mit, önyargı ve hurafeden kurtarıp, daha “özgür” kılacak olan aklın düzenine sokmayı amaçlamıştır (Çiğdem, 1993: 11). Elbette ki, Aydınlanma, tarihte ileri doğru bir atılım, yaratıcılık bakımından dev bir çağ anlamına gelmektedir. Bu çağ, reform hareketini gerisinde bırakacak derin bir sarsıntı yaratır. Geçmişin otoritesini yerinden ederek, dünyaya rasyonalizm ve insancılık akımlarını aşılar. Aydınlanmanın yarattığı kültür, ilerlemeye duyulan inançta birleşir ve benimsediği ilkeler sadece ortaya çıktığı Avrupa’da değil, tüm dünyada etkili olur (Roberts, 2015: 328).

Aydınlanma, ortaya çıkardığı sonuçlar bakımından, toplumları belli ölçülerde “ileriye”, “daha iyiye” götüren bir gelişme olarak kucaklansa da pek çok eleştirinin konusu olur. “*Aydınlanmanın Diyalektiği*” (1996) yapıtlarında, “Akıl Çağı’nın” derin ve anlamlı bir eleştirisini sunan Adorno ve Horkheimer’a göre, Aydınlanma, mücadele ettiği şeye, mite ve söyleneceye geri döner. “Akıl” ve pozitif bilimlerin önderliğinde, daha “adil” ve daha “özgür” bir dünya yaratmayı amaçlarken, kültür endüstrileri ya da aklın araçsal forma dönüşümü gibi modern toplumları niteleyen yeni tahakküm yapıları yaratır.

Konumuz bağlamında, Mattelart ise bu çağda, iletişimin uluslararasılaşmasının izlerini görmüştür. Ona göre, iletişimin uluslararasılaşması, evrensel bir alan kurulmasını tasarlayan, “Akıl” Çağı’ndan dünyaya gelir. Aydınlanma Çağı’nda, bir iç pazarın kurulmasıyla birlikte, iletişim sorunu, yollara ve kanallara uygulanır. Bu dönemde, kabul gören anlayış hem kişilerin hem de malların dolaşımını arzulayan “iyi huy” ve aklın muzaffer kılınmasıdır. Bunun tam tersine işaret eden “kötü huy” ise terbiye edilmelidir. Özlüce, Aydınlanma Çağı’nın yüceltileni, “alışverişin yaratıcı gücü düşüncesi” (Mattelart, 2005b: 15) olur. Mattelart’ın bu noktada örneği, devrimin hemen ertesindeki Fransadır; ancak ilkin devrim öncesine gitmek gerekir.

Murray Bookchin (2012: 324), devrim öncesinin ayrıntılı bir resmini sunduğu eserinde, Fransa’yı, idari kaoslarla dolu ve birbirinden farklı egemenliklerin oluşturduğu yamalı bir bohçaya benzetir. 1789 yılı öncesinde, Fransa’da bölgeler arasında hukuk sistemleri, alınan vergiler, konuşulan diller, ağırlık ve ölçü sistemleri bakımından büyük farklılıklar söz konusudur. Devrim öncesinde, kapitalist ilişkiler hızla tarıma yayılmaktadır. Fransa’da oluşum halinde olan burjuvazi ve proletarya, soylular ve ruhanilerin dışında kalan sınıflardır ve ayrıcalıkları yoktur. 18. yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde, mutlakiyet çözülürken, ülkede arka arkaya meydana gelen köylü ayaklanmaları söz konusudur.

Yukarıda da belirtildiği gibi, Mattelart, 1789’da feodal toplumun temeline yönelen ve cumhuriyetin inşası ile sonuçlanan devrimin hemen ertesinde, Fransa’yı biçimlendiren şeyin

tecimsel alışveriş olduğunu düşünür. Fransa, alışverişleri serbestleştirmek için, ulusal birliğini ve ulusal kimliğini oluşturarak hukuksal ilişkileri, paranın, malların, kişilerin dolaşımını ve dilini evrensel hale getirir. Mattelart'a göre, Fransa için alışverişleri serbestleştirmede sadece dilin kullanımını evrenselleştirmek yeterli değildir. Fransa, dilin kendisinde de bir devrim yapacaktır. İletişim tarihi bakımından önemli bir buluş olan ve telekomünikasyonun özü olarak (Mattelart, 2002a: 3) kabul gören optik telgraf, ilhamını evrensel bir dil modelinden, işaret dilinden alır.

Optik telgraf, toplumsal etkileri bakımından, devrim düşüncesinde buluşan insanlar arasındaki mesafeleri azaltmakla kucaklanır. Örneğin, Claude Chappe'a göre, telgrafın kuruluşu, Fransa'nın çok büyük olması nedeniyle, cumhuriyetin kurulabileceğine inanmayan gazetecilere verilebilecek en iyi yanıtıdır (Headrick, 2014: 190). Mattelart'a göre ise dönemin önemli aktörleri, optik telgrafın, kendisinden önce gelen baskı makinesi, barut, pusula gibi uygarlığın önündeki engelleri kaldırdığını belirtirler (Mattelart, 2005b: 16). Ancak, bu iyimser beklentilere karşı optik telgraf, uzunca bir süre devlet tekelinde olmuş (işletimi zaman içinde Savaş Bakanlığında; İç İşleri Bakanlığına devredilmiş) ve içeriği devlet mesajlarıyla sınırlı kalmıştır.

Günümüzde, iletişim teknolojilerinin, tek başına, demokrasi için potansiyel taşıyıp taşıyamayacağı sorusunun sıklıkla tartışıldığı bilinmektedir. Mattelart'a göre, bu tartışma hiç de yeni değildir. İletişim iyileştiği zaman demokrasinin de iyileşeceği düşüncesi, tarihsel pek çok döneme hâkim olmuş ve teknik kuşaklarla birlikte yenilenmiştir (Çeliker Saraç, 2022: 30). Örneğin, elektrikli telgrafla, sinyallerin dili, evrensel birliği kucaklar; uzak mesafelere iletişim, evrensel ortaklığın bir unsurudur. Hareketli görüntüler, yoksulluğu ve eğitime götüren yolların önündeki engelleri yıkar; zaman ve uzaklık iletişim araçları vasıtasıyla ortadan kalkar. Radyo yayın şebekeleri, tıpkı optik telgraf gibi Yunan agoralarını canlandırmakla selamlanır. Enformasyon toplumu, iletişim toplumu söylemi, demokrasinin koşulu olarak iletişimin dolaşımı görüşünde ısrar eder. İletişim, bir noktadan diğerine; bir toplumsal sınıftan öbürüne mesafeleri ortadan kaldırır. Kuralsızlaştırma ile yan yana ilerleyen küreselleşme sözcüğü, toplumların gündemine girdiği andan itibaren geçmişin siyasal ütopyalarının yerine iletişimi ikame eder. Bugün, internet üzerine yaygın düşüncenin yaptığı da budur. Bunlar, Mattelart'a göre (1997), iletişimin keramet sahibi işlevlerine dair söylemlerdir.

Nitekim, optik telgraf da devlet tekelindeyken, devrimciler onun sivil kullanımlarından yana olan bir tavır göstermişlerdir. Devrimcilere göre, Fransa'da yaşayanlar, optik telgraf aracılığıyla, kamusal bilgiye erişmeli ve isteklerini iletebilmelidirler. Böylelikle, Yunan

agoralarının koşullarına sahip olmak hayal olmaktan çıkacaktır ve bu büyük demokratik cumhuriyetlerin kurulmasının gerçekleşemeyeceğine duyulan inanca da bunu düşünen aktörlere de bir cevap olacaktır. Bu düşünce, Mattelart'a göre semaforun dolaylı etkisiyle ortaya çıkan bir demokrasi umududur (Mattelart, 1997: 69) ve bu iyimser beklenti, iletişim sistemleri üzerindeki hegemonyayı gizlemektedir. Optik telgrafın uzunca bir süre devlet tekelinde oluşu, alışverişleri olumsuz etkilemiş; ancak Fransa'nın benzer kurallar bütünü ile yamalı bohça görünümünden kurtulması, evrensel iletişime olanak tanımıştır. Alışverişlerin akışkanlığını serbestleştirmek amacı, aynı zamanda, yerel kullanım ve alışkanlıkların çeşitliliğini ortadan kaldırarak standartlaşmayı beraberinde getirmiştir.

YAYILMACI POLİTİKALAR VE ULUSLARARASI İLETİŞİM

18. yüzyıl, Aydınlanma'yı ve alışverişlerin serbestliğini selamlarken; 19 ve 20. yüzyıl, endüstri toplumu olarak nitelendirilmiştir. Şüphesiz ki, endüstri toplumunun sözü edilince, akla ilk olarak, kavramı ortaya atan Saint-Simon gelmektedir. Fransız düşünür Saint-Simon, batı dünyasında, Aydınlanma felsefesinden sosyolojiye geçişi simgeler ve Fransa'da gerçekleşen devrimle ortaya çıkan yeni sorunlarla ilgilenir. Fransa'da geçmişin düzeni yıkılsa da yeni ayrıcalıkların korunması sorunu ile çatışmalar, çalkantılar baş göstermiştir. Saint-Simon, toplumsal ilerlemeye inanmış, gelecekte umut duymuş ve bunu Amerika'da kendisi deneyimlemiştir. Nihayetinde, endüstrinin sağladığı olanaklar, toplumların sorunlarına çözüm getirecektir.

Batı tarihinde toplumsal çekişmelere tanık olunmaktadır. Bu insanlığın endüstrinin getirdiği olanaklardan henüz yoksun olmasının sonucudur. Eldeki olanakların gerektiği gibi kullanılmaması sorunlara neden olmaktadır. Sınırlı zenginliklerin paylaşılması zorunlu olarak toplumsal sorunlara ve toplumda insanların yönetilmesine yol açmaktadır. Oysa endüstrinin gelişmesiyle endüstrinin getireceği olanaklarla bu sorunlar kendiliğinden ortadan kalkacaktır (Sezer, 2006: 87).

Ezeli Bir Vaat: İletişim Cennetleri (1997) başlıklı yazısında, Saint-Simon'u anan Mattelart, onun evrensel ortaklık ütopyasını ileri sürdüğünü söylemiştir. Saint-Simon'a göre, dünyayı koruyucu bir devlet değil, sanayiciler yönetmelidirler. Mattelart'a göre, endüstri toplumu görüşü, Aydınlanma Çağı'nın ardından gelen devrimci sapmaların "negatif bilgisinin" yarattığı krize karşı, insanların yönetiminde "pozitif bilgi"ye dayanmaktadır. İletişim ise bu krizden çıkışta, toplumun düzenleyici işlevi olur. 19. yüzyılın sonuna gelindiğinde, yükselen düşünceye göre, iletişim uluslararası arenada bir kurtarıcıdır. "Evreni sarmak", "Her şey buhar ve elektrikle" sloganları, Saint-Simon'un öğrencilerine aittir (Mattelart, 2005b: 29).

19. yüzyılın son çeyreğinden başlayarak, I. Dünya Savaşı'na kadar uzanan döneme ise dünya bütünleşme projelerinin damgasını vurduğu bilinmektedir. Mattelart, bu dönemde,

teknik ağların belirleyiciliğine dikkat çeker. Teknik ağlar, uygarlığın en önemli unsuru edilir; fakat temeli eşitsizliklerle doludur. Bu ağlar, karşılıklı bağımlılığın simgesidir ve içinde merkez her yer; çevre ise hiçbir yerdir. Eş deyişle, teknik ağlar, çevre ülkeler için merkez ülkelere bağımlılık; merkez ülkeler için “kardeşçe yaşadığımız yardımsever bir dünya” anlamına gelir:

“Uygarlık etkenleri” olarak ilan edilen teknik ağlar, içinde, “merkezinin her yer, çevresinin hiçbir yer” olabileceği bir uygarlığın yer aldığı bir dünyanın taslağını çizen ilk ütopyalara neden oldular...Yeryüzünü saran bu ağlar “karşılıklı bağımlılık” ve “uluslararasılık” simgesine dönüşür. Birileri için bu...”hepimizi taşıyan ve üzerinde kardeşçe yaşamın güzel olacağı, yardımsever bir dünyada” toplumsal dayanışma ağlarının çiçeklenmesi demektir. Birileri içinse, yeni iş bölümüne uymak zorunda olan ulusal pazarların zorunlu bağlantıları ve ulus-devletlerin onun işleyişi için uymak zorunda oldukları karşılıklı güvenlik paktlarıdır (Mattelart, 2005a: 21).

Savaşın bitiminde, çevre ülkelerin örgütlenmesinde en önemli güç, Amerika Birleşik Devletleri’dir. I. Dünya Savaşı sonrasında, Amerikan şirketlerinin dış ülkelerdeki yatırımlarının artmasıyla, reklam ajansları da uluslararası alanda etkinliklerini artırır. Mattelart’a göre, savaş sonrası yıllar, reklam sektörünün aktörlerinin birbirleriyle tam bir ekonomik ilişki içinde hareket ettiği yıllardır. Bu dönemde, reklamcılığın temel aktörlerinden reklamverenler ve reklam ajanslarına ek olarak endüstrinin mesleki çıkarlarını gözetten bir örgütlenme meydana gelir. Mattelart, genel olarak reklamcılığın ve bununla bağlantılı olarak meslek çıkarlarını korumaya yönelik olarak kurulan *International Advertising Association*’ın (Uluslararası Reklamcılık Birliği – IAA), birtakım yeni değerlerin ortaya çıkışına katkı sağladığını söyler. *Uluslararası Reklam Etkinliği Yasası*’nın pazarda benimsenmesiyle birlikte, ortaya çıkan yeni değerler, “demokratik pazar yeri”, “tecimsel anlatım özgürlüğü ve “malların özgür dolaşımı” olur. Aynı değerler, korumacı politikalara karşı filmlerin “özgürce” dolaşımını sağlamada da kullanılır:

...Örgütün görevlerinden biri de “Uluslararası Reklam Etkinliği Yasası”na uyulmasını ve reklamın ahlaka uygun olmasını sağlamaktır... Reklamların denetimini hükümete bırakan anlayışa karşıt olan ve “meslek ahlakı”, “öz düzenleme”, “öz denetim” kavramlarına öncelik veren bu yasa, uluslararası pazarda benimsenir. Bu kavramlarla birlikte demokrasiyle, demokratik pazar yeri, anlatım özgürlüğüyle, “tecimsel anlatım özgürlüğü”, yani özgürlük ve malların özgür dolaşımı arasında özdeşlik kuran yeni bir düşünce doğar. MPEA (Motion Picture Export Association) üyesi büyük şirketler, filmlerin serbest dolaşımına engel olan korumacı politikaları aşmak için bu usullamalara dayanacaktır (Mattelart, 2005b: 61).

I. Dünya savaşına kadar olan dönemde, teknik ağların belirleyiciliğine ve savaşın ardından reklamın uluslararasılaşması ile demokrasi, özgürlük ve ifade özgürlüğüyle yer değiştiren kavramlara yoğunlaşan Mattelart, iki büyük savaş sonrası dönemde, ABD’nin “az gelişmişlikle savaşım programına” ve paralelinde propagandanın yükselişine dikkat çeker. ABD, 1950’li yıllarda ve sonraki yıllarda, Orta Asya’da, “az gelişmişlikle savaşım” programını uygular. Mattelart, bu noktada, “gelişme” kavramı ve iletişim stratejilerinin temel amacıyla

ilgilenir. Ona göre (2005b: 74), savaş öncesinde, bir ulusun ulaştığı “kültür” ve “uygarlık” düzeyi anlamına gelen “gelişme”, artık ekonomik bir anlama sahiptir. Ancak, Amerikalı sosyologlarca kavram, yeniliğin yayılma süreci olarak kullanılır. Bu süreçte, iletişim ve medya stratejilerinin temel amacı da ilan edilir. İletişim, “az gelişmiş” toplumların, “geleneksel” bir kültür ve toplumdan, “çağdaş” bir topluma geçmesini sağlayacaktır. Eş deyişle, ABD bu dönemde, “geleneksel” olarak nitelendirdiği toplumları “çağdaşlaştırmak” gibi son derece “hayırsever” bir vazifeye soyunur ve iletişime “çağdaşlığın taşıyıcısı” görevi biçilir.

KURALSIZLAŞTIRMA SÜRECİ, KÜRESELLEŞME VE İLETİŞİM EL ELE

1980’li yıllar, neo-liberal ütopyaları selamlar. Yükselen yeni değerler, şirketlerin değerleridir. Neo-liberal ideolojinin zaferini ilan etmesiyle, koruyucu devleti ve kamu hizmetini onaylayan önceki dönemin yerini, özel sektörü ve çıkarlarını gözeten yeni bir dönem alır. 1980’li yıllar, dünyada, toplumsal yaşamın pek çok alanı gibi medyanın da yeni politikalar öncülüğünde düzenlendiği yıllardır. Bu dönemde, sermayenin medya üzerindeki denetimi ve kontrolü artar. O zamana değin, yaygın olarak benimsenen kamu hizmeti yayıncılık modelinin yanına ticari yayıncılık eklenir, medyanın ürünleri kâr güdüsü temelinde magazinleşir ve medya çıktılarının ucundaki izlerkitle, kamu hizmeti yayıncılığının seslendiği vatandaştan, müşteriye dönüşür. Demokrasinin ve kamu hizmeti yayıncılığının temel sloganı olarak bilinen ifade özgürlüğünün yerini alan ise ticari ifade özgürlüğü olur (Çeliker Saraç, 2021: 184).

1980’li yıllarda, toplumsal yaşamda ve medya alanında değişim rüzgârları eserken, uluslararası alanda yayımcı politikalar da hız kesmeden devam eder. Bu süreçte, yaratılan yeni kavram, Mattelart’ın deyişiyle (2002b: 603), kuralsızlaştırma sürecinden bağımsız olmayan ve onunla el ele yürüyen küreselleşme olur. Küreselleşmeyi, “ideolojik bir hazırgiyim” olarak tanımlayan Mattelart, öncelikle, küresel sözcüğünün nereden geldiği üzerine düşünmenin önemine dikkat çeker ve bu noktada iki eseri anar. Ona göre, 1969 yılında yayınlanan *Küresel Köyde Savaş ve Barış* ve *İki Çağ Arasında: Teknotronik Çağda Amerika’nın Rolü* eserleri, küresel sözcüğünü alıp tahta çıkarmıştır.

Marshall McLuhan’ın *Küresel Köyde Savaş ve Barış*’ının peşi sıra, Amerikan kamuoyunda yükselen slogan, iletişim devrimi olur. Bu devrimle, tüketimin zaferi ilan edilmiş, gençlerin sesi yükselmiş, bireysel yargılama çağı başlamış ve bu devrim, politik devrimin sonu olmuştur. Zbigniew Brzezinski ise *Teknotronik Çağda Amerika’nın Rolü* başlıklı çalışmasında, “global kent” kavramını kullanır. Eserin varsayımına göre, bilgisayarın, televizyon alıcısının ve telekomünikasyonun ürünü olan teknotronik ağlarla birlikte, yerküre karşılıklı bağımlı

ilişkiler düğümüne dönüşecektir (Mattelart, 1999: 194). Brzezinski, ayrıca, “global kent” ile ABD’yi yan yana getirir ve bu kavramın, “emperyalizm” kavramını geçersizleştirdiğini söyler:

Brzezinski’nin temel tezi şöyleydi: Başkan J.F. Kennedy, tüm dünyayı bir iç politika sorunu olarak gördüğü için küresel çağın ilk başkanıydı; Birleşik Devletler dünya ağlarını kontrol ettiğinden, “tarihteki ilk küresel toplum”; “en çok iletişim kuran toplum”du; ABD’nin temsil ettiği “küresel toplum” modeli diğer ulusların kaderini belirliyordu; ABD’den kaynağını alan yeni evrensel değerler kaçınılmaz olarak bir bütün olarak insanlığın hayal gücünü cezbedecek ve ardından onları taklit edecektir. Hikâyenin kıssadan hissesi: güç diplomasisi dönemi sona ermişti; emperyalizm, Amerikanlaştırma ve Amerikan barışı kavramlarının modası geçmişti; yaşasın yeni “ağ diplomasisi” değer kazanmıştı (Mattelart, 2002b: 599).

1960’ların sonunda yayınlanan ve Mattelart’ın küresel sözcüğünün çıkış noktası olarak gördüğü iki eseri andıktan sonra, döneme damgasını vuran düşünce biçimlerini anlamak açısından biraz daha gerilere, Daniell Bell’in düşüncelerine gitmek gerekmektedir. Çünkü, Mattelart’a göre (2002b: 599), Brzezinski, bilgi toplumu kavramına meşruiyet kazandıran jeopolitik bir sistemi, küresel bir toplum olarak açıkça sunar ve onun teknotronic devrim üzerine yayınladığı kitabı, dünya çapında bir hegemonya stratejisi olarak ifade edilen “ideolojinin sonu” söyleminin nihai sonucu olarak okunabilir. Ek olarak, Atlantik ötesinde dünyaya gelen “iletişim devrimi” sloganı da son siyasal devrim ütopyalarını yıkma görevini üstlenir ve böylelikle “ideolojinin sonu” tezi ortak betimlemelerde sürdürülür (Çakmak, 2021: 207).

Bell’in “ideolojinin sonu” tezine göre, Marksizm, siyasi olarak tükenmiş; kavramları, Amerika’da yaşanan bir çok çatışmayı ve yeni gelişmeyi açıklamada eski gücünü kaybetmiştir. Yeni kuşaklar, artık, ideolojiler ekseninde değil, teknolojik yenilikler ve pratik yararlaraya yönelik olarak yaşamaktadırlar. 19. yüzyılda, entelektüeller tarafından tasarlanan ideolojilerin yerini, 20. yüzyılda, siyasi liderler tarafından yaratılan yeni ideolojiler almıştır. Eski ideolojilerin itici gücünü sosyal eşitlik ve özgürlük oluştururken, yeni ideolojilerin itici güçleri iktisadi gelişme ve milli güç olmuştur (Bell, 2013: 442).

Bell, aynı zamanda, endüstri-ötesi toplum anlayışına da popülerlik kazandırmıştır. Bell, “*İdeolojinin Sonu*” eserini takip eden, “*The Coming of Post-Industrial Society*” (1973) ve “*Labour in Post Industrial Society*” (1974) başlıklı yazılarında, endüstri-ötesi toplum anlayışı ve sınıfların yeniden tanımlanmasının gerekliliği üzerinde durmuştur. Bell’e göre, hizmet ve iletişim sektörlerinin ağırlık kazanmasıyla nitelenen endüstri ötesi toplumun en temel unsuru bilgi üretimiye, yükselen “yeni” bilgi sınıfı, sanatçılar, bilim insanları, öğretmenler, hizmet çalışanları ve medya işçileridir (Çeliker Saraç ve Aksoy, 2021: 141)

Daniel Bell’in endüstri ötesi toplum görüşüne yaslanan “ideolojinin sonu” tezi, 1989 yılına gelindiğinde, Francis Fukuyama’nın düşünceleriyle, “tarihin sonu”na dönüşmüştür.

Fukuyama'ya göre, Doğu Avrupa ve Sovyetler Birliği örneğinde meydana gelen olaylar, sosyalizmin çöküşünü gösterdiği kadar, tarihin sonuna da işaret etmektedir. Liberalizm, Amerikan ve Fransız Devrimleri'nden bu yana, Orta Çağ teokrasisine, faşizme ve sosyalizme üstün gelmiştir. Liberalizmin son rakibinin de tarihin tozlu raflarındaki yerini almasıyla, toplumsal sınıflar ve sınıfların üzerinde yükseldikleri ideolojiler bağlamında, tarih sona ermektedir. İnsanların bir arada yaşama sorununa nihayet bir çözüm sunan ise liberal-demokratik kapitalizmdir. İnsanlar, bundan böyle, temel ilgilerini sanata ve felsefeye değil, karmaşık tüketim isteklerinin oluşmasına ve bu isteklerin tatminine yönelteceklerdir (Bertram ve Chitty, 2006: 10).

Mattelart'a göre, Fukuyama'nın tarihin sonunu ilan etmesinden kısa bir süre sonra, Berlin Duvarı'nın yıkılışı ve evrensel komünizmin başarısızlığı, bundan böyle mümkün olan tek şey olarak küreselleşmeyi onaylamıştır. Bu yıllarda, tarihteki benzer bir idealin, yani "insanlığı küresel bir toplulukta birleştirme" idealinin taşıyıcısı büyük imparatorluklar ve kurucu dinler değil, pazarın ta kendisidir ve sözü geçen ideal, 1980'li yıllarda sıkça tekrarlanan bir nakarata dönüşmüştür:

Bu nakarat 80'li yıllardaki ekonomik savaşın haçlıları tarafından her şekilde tekrarlandı ve kuralsızlaştırma ve özelleştirme sürecinin doruk noktasında vahşi megatekellerin destanını meşru kıldı. Global events'in (küresel olaylar) hatırı sayılır yardımıyla tarihin bittiği ilan edildi. Komünist sistemin mutlak üstünlüğüne olan inanış pes etmiş olduğundan, pankapitalizmin kaçınılmaz zaferine dair eski vahiy nihayet amacına ulaşmıştı. Gönenç küreselleşmeyle birleştiğinden, bundan böyle insanlığı krizden çekip kurtarmak ve gelecek mutlu günlere kavuşturmak ticari aklın faillerine düşecekti (Mattelart, 2005a: 17).

Mattelart, 1980'li yıllarda, küreselleşme doktrininin inşasında ve iletişim sistemlerinin sonraki yıllardaki geleceği açısından reklamcılığın büyük bir rolünün olduğunu düşünmektedir. Ona göre, küreselleşme doktrininin doğuşu reklam duyuruları eşliğinde olmuş ve küreselleşme söyleminin taşıyıcılığını büyük reklam şirketleri yapmıştır. Mattelart (2002: 163-164), Nilgün Tütal Cheviron'la gerçekleştirdiği bir röportajda, küreselleşme doktrininin inşasının başladığı bir dönemde, reklamcılık çalışmanın zorunlu olduğunu ve bu nedenle, *Beyin İğfal Şebekesi: Uluslararası Reklamcılık* kitabını yazdığını anlatmıştır. Mattelart'ın kitabını yayınladığı 1989 yılında, Avrupa'da ve büyük uluslararası örgütlerde, kitle iletişimi alanında kuralların kaldırılması gündeme getirilmiştir. Avrupa'da gerçekleştirilen ilk tartışmalar, reklam düzenlemelerine yönelik olmuş ve reklam lobileri, daha sonra teknolojiye yönelik olarak yapılacak tartışmaların en önemli aktörü haline gelmiştir. Reklam lobileri, Avrupa Topluluğu'nda "ticari ifade özgürlüğü"nü kabul ettirerek, toplumsal yaşamı piyasanın düzenlemesi yaklaşımlarını meşrulaştırmışlardır.

Küreselleşme ve kuralsızlaştırma, 1990'lı yılların sonu ve 2000'lerin başında da yoluna koşarak devam etmiştir. Mattelart'a göre (2002), bu dönemde alandaki en temel ve en radikal değişiklik telekomünikasyonun tamamen kuralsızlaştırılması olmuştur. Farklı iletişim araçlarına aynı anda sahip olan büyük gruplar hem ağ operatörlerini hem de içerik endüstrilerini tek bir yerde toplamaya başlamışlardır. Bir başka ifadeyle, hızlı küreselleşme, medya endüstrisinde giderek tekelleşmeye yol açmıştır. Bu süreçte, Amerika örneğinde, uluslararası şirketlerden olan Disney, AOL Time Warner, Viacom, News Corporation, Bertelsmann, General Electric, Sony, AT&T-Liberty Media ve Vivendi Universal gibi dünyadaki belli başlı film stüdyolarının, televizyon şebekelerinin, müzik şirketlerinin bütününe; kablolu kanalların, dergilerin, reklam yayını yapan televizyon istasyonlarının ve kitap yayıncılarının önemli bir kısmına sahip olmuştur. 2000 yılında, 162 milyar dolar değerindeki AOL ve Time Warner arasındaki birleşmeyle birlikte ise on beş firma daha önceki sisteme eklenmiştir (Herman ve Chomsky, 2012: 17). Mattelart (2004: 91), 2000 yılına damgasını vuran AOL ve Time Warner birleşmesine dikkat çekerken, AOL'un tutkusunun şirketin duvarlarında yazılı olduğunun sözünü etmiştir: "AOL everywhere, for everyone". Büyük uluslararası şirketlerin herkes için her yerde oluşu, iletişim alanının demokratikleşmesi, içeriklerindeki çeşitlilik ve izlerkitlenin seçme özgürlüğünden ziyade, insanların medya kullanımlarını az sayıda firmanın kontrol etmesi, denetlemesi ve medya içeriklerinin tektipleşmesi anlamına gelmiştir.

Son olarak, 1990'lı yıllardaki önemli bir diğer gelişmenin, internetin askeri alandan çıkarak özelleşmeye başlaması olduğu bilinmektedir. Mattelart, 1995 yılında yayınlanan, *Ezeli Bir Vaat: İletişim Cennetleri* (1997) başlıklı yazısına internet alanındaki bu gelişmeye göndermede bulunan bir girişle başlamış ve o yıllarda internete ve iletişime biçilen rolü anlatmıştır. Bu not, günümüzü ve günümüzde iletişim, internet ve demokrasiyi yan yana getiren yaygın düşüncüyü anlamak bakımından da son derece önem taşımaktadır. Makalede de sunulduğu gibi, 1960'lardan 1980'lere, "ideolojinin sonu", "iletişim devrimi", "tarihin sonu" gibi tezlerle, politik devrimin sonu ilan edilmiş ve kimi düşünürler, büyük siyasi ütopyaların yakın zamanlardaki bu çöküşüyle, iletişimi "eski" ütopyaların yerine ikame etmeyi önermişlerdir. İletişim, insanlar arasındaki uzaklıkları kaldırarak etkileşime olanak tanımakta ve toplumsal uyumu yaratmaktadır. İletişim, toplumu tehdit eden çözümlere ve kaoslara karşı adeta bir panzehirdir. Mattelart'a göre (1997: 69), bu düşüncede, internet gibi etkileşimli şebekelerde insanların uyum ve dayanışma içinde yaşayacağı öngörülmektedir. Teknolojinin büyüklü dünyasının ve sınırsız hayal gücünün etkisiyle söylenen şey, toplumsal sınıfların silineceği, çatışmaların ortadan kalkacağı ve demokratik sanal toplumların kucaklanacağıdır.

SONUÇ

Armand Mattelart, iletişimi, tarih ve toplumdan bağımsız bir alan olarak görmez ve üzerine eğildiği uluslararasılaşma meselesini, tarihin farklı dönemlerinin ekonomik ve ideolojik yapılarının analiziyle birleştirerek ele alır. “Keşif” yolculukları, Aydınlanma Çağı, Endüstri Toplumu ve kuralısızlaştırma günlerinden geçen Mattelart, ilişki ağlarının ortaya çıkmasına ve bunların dünya ölçeğinde nasıl yayıldığına eğilir. Yazar, eserlerinde içine dünyaya geldiği tarihsel dönemde etkili olan pek çok toplumsal, siyasal aktörü, düşünürü ve iletişim teknolojilerini incelikli bir biçimde ele alır ve bu örneklerin her birini bir makaleye sığdırmak pek de olanaklı değildir. Ancak, Mattelart’ın eserlerinden çıkarılabilecek en önemli sonuçlardan biri, insanoğlunun evrensel bir alan peşine düşmesi arzusunun ve iletişimin uluslararasılaşmasının temellerinin yakın geçmişten çok daha gerilere gittiği ve bu sürecin tarihe yapılacak bir yolculukla anlaşılmasının gerekliliğidir.

Mattelart, iletişimin uluslararasılaşmasının tarihini, “Keşifler” çağından yola çıkıp kuralısızlaştırma günlerine gelerek dinsel ve cemaatsel ütopyalardan; neo-liberal ütopyalara geçiş süreci üzerinden okur. Aynı zamanda, toplumların uzun soluklu deneyimlerinde, iletişimin düzenleyici bir işleve sahip olduğuna dikkat çeker. Örneğin, “Keşifler” çağında, dinsel ve cemaatsel ütopyaların yaratılmasında baş aktörlerden biri olan Tanrıbilimciler eşliğinde, karşılaşılan “yeni” topraklara girmek ve bu topraklardaki zenginlikleri elde etmek için belirlenen, doğal iletişim ve ticaret hakkıyla, bugünü pek fazla aratmayan bir evren tasarımına girişilmiştir.

Toplumların yaşadığı uzun deneyimler neticesinde, dünyanın Tanrıbilimciler eşliğinde değil, akıl ve pozitif bilimler önderliğinde yönetilmesi düşüncesinin doğduğu bilinmektedir. Mattelart’a göre, Aydınlanma Çağı, eski düzeni yerinden etse de güç ve iktidar yapılarının temel amacı değişmemiştir. Temel amaç, tecimsel alışverişken; sözde amaç, insanların Ortaçağın yarattığı köle zincirlerinden kurtulmasıyla, “özgürlük” içinde yaşayacakları olmuştur. Aydınlanma Çağının temel değerini, alışveriş oluşturmuş; iletişim sorunu, yollara ve kanallara uygulanırken, bu çağa ve devrime damgasını vuran “yeni” iletişim teknolojileri ya da araçları, demokrasinin güvencesi olarak kabul görmüştür.

Mattelart, Aydınlanmanın, insanlığa vadettiği özgürlükleri tam anlamıyla gerçekleştirememesiyle yerini alan düşüncenin yerkürenin sanayicilerle endüstri toplumu olarak yönetilmesi düşüncesi olduğunu belirtmiştir. 19. yüzyılın sonlarından başlayarak iki büyük savaş sonrası döneme odaklanan yazara göre, bu süreci dünya bütünleşme projeleri ve teknik ağlarla anmak olanaklıdır. Bu dönemde, merkez ve çevre ülkelerden oluşan bir dünyanın

taslağı çizilirken, uygarlık etkenleri olarak görülen teknik ağlar, “uluslararasılık” simgesine dönüşmüştür. Özellikle, iki büyük savaş sonrası dönemde, reklamın uluslararasılaşmasıyla birlikte, demokrasi, ifade özgürlüğü gibi kavramlarla yer değiştiren ve yüceltilen değer, ticari özgürlükler olmuştur. Bu süreçte, medya, “az gelişmiş” toplumların “çağdaştırılması” vazifesine soyunmuştur.

İdeolojinin sonu ve tarihin sonunun ilan edilmesinin ardından ise küreselleşme onaylanmıştır. Mattelart’a göre, neoliberal politikalarla biçimlenen dünyada, insanlığı küresel bir toplulukta birleştirme düşüncesinin taşıyıcısı, kurucu dinler ve büyük imparatorluklardan; pazarın aktörlerine doğru değişim göstermiştir. Neoliberal politikaların toplumsal yaşamın pek çok alanını biçimlendirdiği 1980’li yıllarda ve ardından, kuralsızlaştırma süreci, küreselleşme ve iletişim yan yana ilerlemiş hem kuralsızlaştırma sürecinin değerlerinin yayılmasında hem de küreselleşme doktrininin inşasında, reklamcılık endüstrisinin aktörlerinin önemli bir rolü olmuştur. Bu dönemde de iletişim ve teknoloji alanındaki her yenilik, uyum ve dayanışma içinde bir arada yaşayacağımız düşüncesiyle kucaklanmıştır. Bu düşünce, iletişim sistemleri üzerindeki kontrol ve denetimi gizlemeye hizmet ederken, kuralsızlaştırma ve küreselleşmenin getirdiği sonuçlardan biri de insanların medya deneyimlerini az sayıdaki firmanın denetlemesi olmuştur.

Mattelart (1997), andığı toplumsal dönemlerin bütünleşik bir parçası olan iletişim ya da iletişim teknolojilerinin, 19. yüzyılın başından bu yana, bir yandan ekonomik krizlere çare olurken, diğer yandan dinin yerini alarak insanları birleştiren bir unsur ve demokrasinin güvencesi olarak kabul gördüğünü belirtmiştir. İletişimle birlikte demokrasinin de iyileşeceği düşüncesi, yeni teknolojilerle ve teknik kuşaklarla birlikte yenilenerek hep var olmuştur. İletişim, kuralsızlaştırma günlerine gelindiğinde, geçmişin siyasal ütopyalarının yerine ikame edilmiştir. Mattelart’a göre, iletişimi ve teknolojik araçları odağa yerleştirerek, bir toplumdan ya da bir sınıftan diğerine uzaklığın ortadan kalkacağı, insanların birlikte daha “özgür”, “daha iyi”, “daha demokratik” bir toplumda yaşayacağı söyleminin üretimi ve yeniden üretimi, esasen, iletişim sistemleri üzerindeki hegemonyayı gizlemeye yaramıştır.

KAYNAKÇA

- Arnold, D. (1995). Coğrafi Keşifler Tarihi. Çev: Osman Bahadır. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Bell, D. (1973). The Coming of Postindustrial Society. Newyork: Basic Books.
- Bell, D. (1974). Labour in Post-industrial Society. The Worker in “Post-Industrial” Capitalizm: Liberal and Radical Responses. Der. B. Silverman and M. Yanowitch. New York: The Free Press.
- Bell, D. (2013). İdeolojinin Sonu: Ellilerdeki Siyasi Fikirlerin Tükenişine Dair. Çev: Volkan Hacıoğlu. Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Bertram, C. ve Chitty, A. (ed.). (2006). Tarihin Sonu Mu? Fukuyama-Marx-Modernite. Çev: Kâmil Kurtul. Ankara: İmge Kitabevi.
- Bookchin, M. (2012). Köylü İsyanlarından Fransız Devrimine. Çev: Sezgin Ata. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Çakmak, F. (2021). Armand Mattelart’ın “Dünyasallaşma” Aforizması ve Dijital İletişim Sürecinde Kültür Endüstrisinden Gözetim Toplumuna. Dijital İletişime Kuramsal ve Kavramsal Yaklaşımlar. Ed. A. Küngerü ve T. Sepetci. Ankara: Nobel.
- Çeliker Saraç, D. ve Aksoy, S. Dijital Medya Platformu İncelemelerinde Emek Tartışmaları: Ekonomi Politik Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 2021, 8 (1), 133-156.
- Çeliker Saraç, D. (2021). İnternet, Şirketler ve Gazetecilik Örneklerinde Herman ve Chomsky’nin Propaganda Modeli. Dijital İletişime Kuramsal ve Kavramsal Yaklaşımlar. Ed. A. Küngerü ve T. Sepetci. Ankara: Nobel.
- Çeliker Saraç, D. (2022). Toplumsal Boyutlarıyla Dijital Medya Platformlarını Anlamak. Dijital Okuryazarlık. Ed. G. Karaoğlu. İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Çiğdem, A. (1993). Aydınlanma Felsefesi. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Headrick, D. (2014). Optik Telgraf. İletişim Tarihi. Der. D. Crowley ve P. Heyer. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2012). Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası. Çev: Ender Abadoğlu. İstanbul: bgst Yayınları.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. (1996). Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar II. Çev: Oğuz Özgül. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Huberman, L. (2009). Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla. Çev: Murat Belge. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mattelart, A. (1991). Reklamcılık. Çev: Fatoş Ersoy. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mattelart, A. (1995). Beyin İğfal Şebekesi: Uluslararası Reklamcılık. Çev: Işın Gürbüz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mattelart, A. (1997). Ezeli Bir Vaat: İletişim Cennetleri. (E. Peker, çev.), Defter Dergisi. Sayı: 29, 69-73.
- Mattelart, A. (1999). Şebekelerin Küreselleşmesinin Getirdikleri. (B. Odabaş, çev.), Marmara İletişim. 191-200.
- Mattelart, A. (2002a). Mapping World Communication: War, Progress, Culture. Çev: Susan Emanuel and James A. Cohen. London: University of Minnesota Press.

- Mattelart, A. (2002b). An Archaeology of the Global Era: Constructing a Belief. *Media, Culture & Society*. Vol: 24, 591-612.
- Mattelart, A. (2004). *Bilgi Toplumunun Tarihi*. Çev: Halime Yücel. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mattelart, A. (2005a). *Gezegensel Ütopya Tarihi: Kehanetsel Kentten Küresel Topluma*. Çev: Şule Çiltaş. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mattelart, A. (2005b). *İletişimin Dünyasallaşması*. Çev: Halime Yücel. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Roberts, J. M. (2015). *Avrupa Tarihi*. Çev: Fethi Aytuna. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Sezer, B. (2006). *Sosyolojinin Ana Başlıkları*. İstanbul: Kızılelma Yayıncılık.
- Tutal, N. (2002). Armand Mattelart'la Söyleşi. *Kültür ve İletişim*. 5/1, 157-178.
- Zubritski, Y. vd. (2006). *İlkel, Köleci ve Feodal Toplum*. Çev: Sevim Belli. Eriş Yayınları.

EXTENDED ABSTRACT

The internationalization of communication is mostly explained by the conditions of the 1980s when the globalization discourse became widespread all over the world. However, Armand Mattelart thinks a long journey back to the past years is needed to understand this process. According to him, when one looks at history, it is possible to see where the desire for a space without borders started. Mattelart interprets the history of the internationalization of communication, starting from the Age of Discovery and Enlightenment, from past to present, through the transition process from religious and communal utopias to neo-liberal utopias.

This thought of Mattelart draws attention to both the importance and necessity of dealing with the issues specific to the field of communication from a historical perspective. Undoubtedly, the internationalization of communication cannot be understood by looking at the recent past. This study examines the internationalization of communication under four headings by emphasizing the importance of treating the topic from a historical perspective and examining Mattelart's works on the subject. These titles are *Desire for a World Without Borders: Natural Communication and the Right to Trade*, *Child of the Age of Enlightenment: Internationalization of Communication, Expansionary Policies and International Communication and Deregulation Process*, *Globalization and Communication Hand in Hand*. According to Mattelart, It should also be emphasized that communication has always had a regulatory function as an integrated part of societies in societies's long-term experiences changing from religious and communal utopias towards neoliberal utopias.

According to the results of the study based on Mattelart's contributions, although concepts such as internationalization and globalization were frequently repeated during the years of deregulation, the aim of uniting the world in a global community goes back much further. What has changed from the past to the present is the glorification of very different ideals and values in accordance with the economic and political structure of the periods. For example, in the "Age of Discovery", with the help of theologians, who are the main actors in the creation of religious and communal utopias, a universe design that is quite different from modern day design, was aimed through the natural right of communication and trade determined to occupy the "new" lands and capture wealth in these lands.

As a result of the long experiences of societies, it has been well understood that the world should be governed by reason and positive sciences, not by theologians. According to Mattelart, although it is said that the Age of Enlightenment brought many changes, the dream of establishing a universal space in the context of power relations has not changed. The internationalization of communication in today's world dates from the Age of Enlightenment, and the idea that aimed the circulation of people and products succeeded in this period. The main value of the Age of Enlightenment became shopping; While the communication problem was related to the roads and channels, the "new" communication technologies or tools that left mark on this era and the revolution were regarded as the assurance of democracy.

Since the idea of a society "free from the chains" promised by the age of enlightenment did not realize, Mattelart stated that the idea of a society "free from the chains" was substituted with the idea of ruling the world in the company of industrialists. According to the author, who focused on the two great post-war periods starting from the end of the 19th century, it is possible to relate this process to world integration projects and technical networks. In this period, while a world consisting of central and peripheral countries was being designed, technical networks, which were seen as factors of civilization, turned into the symbol of "internationalism". In particular, in the post-war period, with the internationalization of advertising, the new value replaced and glorified by concepts such as democracy and freedom of expression has become commercial freedoms. The media, on the other hand, served the aim of "modernizing" the "underdeveloped" societies in this process.

After declaring the end of ideology and the end of history, globalization has been affirmed as the only possible target. According to Mattelart, the means of the idea of uniting humanity in a global community has changed from the founding religions and great empires to the actors of the market. In the 1980s and afterwards, when neoliberal policies shaped many areas of social life, the deregulation process, globalization and communication were implemented together, and the actors of the advertising industry played an important role both in the spread of the values of the deregulation process and in the construction of the globalization doctrine. In this period, every innovation in the field of communication and technology has been embraced with the idea that we will live together in harmony and solidarity. While this notion serves to disguise supervision and control over communication systems, one of the consequences of deregulation and globalization is that few firms control people's media experiences.