

İZMİR KÜLTÜR SANAT VE EĞİTİM VAKFI (İKSEV)

**BİRİNCİ ULUSAL KÜLTÜR KONGRESİ
"DEMOKRASİ KÜLTÜRÜ VE GLOBALLEŞME"**

3 - 5 Kasım 1997

İZMİR

BELGE

DÜNYANIN TİCARİ MAL HALİNE GETİRİLMESİ

Ignacio RAMONET

Le Monde Diplomatique Başyazarı

(Çeviren : İlder K. AKBUĞ)

Bu yüzyıl sona ererken, dünyada en önemli güç ekonomi olmuştur. Bu güç, yarışma karmaşası haline gelen bu gezegende, bundan böyle, yalnızca neoliberalizm ve pazar kriterlerinin (rekabet, üreticilik, serbest değişim, verimlilik, vb.) toplumun yaşamasına izin vereceği bir ekonomi politikasının geçerli olduğu bir düşünce ideolojisine dayanmaktadır. Çağdaş ideolojinin bu sert çekirdeği üzerine, büyük kitle iletişim araçlarının da yardımıyla, yurttaşlara bu yeni dünya düzenini kabul ettirmeye yönelik yeni mitolojiler aşılanmıştır.

Zamanımızın ana karakterini belirleyen kelime ve nesnelerin, doğa ve kültürün, beden ve ruhun ticarî mal halinde yaygınlaştırılması; sembolik, politik ve toplumsal dayatmacılığı yeni ideolojik düzenin göbeğine oturtmuştur. Yeni teknolojilerin patlamasından ötürü dayatmacılık, büyük atılım içinde olan kitle iletişim araçlarının gücüne her zamankinden daha çok, dayanmaktadır. Dayatmacılığın sahnelenmesine ve benzer biçimde uygulanmasına; akıl ve sağduyu'yu yaralayan ve düşünceyi yıpratran yeni sansür ve göz korkutmaları, hissettirilmeyen ve aldatıcı bir şekilde, eklenmektedir.

Otoriter rejimlerden kısmen arındırılmış olan gezegenimizde demokrasi ve özgürlükler zafere ulaşmış gibi görünmekteyse de, aklın almayacağı bir şekilde sansür, kültür sömürgeciliği ve çok değişik şekiller altında düşünce oyunları, güçlü olarak ortaya çıkmaktadır. Yeni ve baştan çıkarıcı "kitlelerin afyonlanması", bir tür "dünyaların en iyisini" önermekte ve yurttaşı oyalayarak, yurttaşlık hak ve görevlerinden saptırmaktadır. Bu yeni çılgınlık çağında, iletişim teknolojisi her zamankinden daha merkezi bir rol üstlenmiştir. Gezenlerle iletişim kurulduğu bu gün, Avrupa'da bazı kültürlerin ölüm tehdidi altında olup olmadığını kendimize sormak zorundayız¹. Zira, yeni bir mültimedya çatışması ile karşı karşıya gelmesi, Avrupa'yı daha önce sinema ve televizyon alanlarında ABD'ye karşı uğradığı ve bugünkü kültür sömürgeciliğini kolaylaştıran büyük yenilgi kadar ağır bir yenilgiye sürükleyebilir. 1985'ten 1994'e kadar Onbeşler Avrupasında, Amerikan filmlerini görmek için sinemaya gidenlerin sayısı 400 milyondan 520 milyona çıkarak pazar payını %56'dan %76'ya

1. Bk. "L'Agonie de la culture ?, Manière de Voir, No.19, Eylül 1993.

şekilde, sermaye pazarlarında ve para akışı örneklerinde olduğu gibi birbirleriyle, tam olarak iç içe geçmiş bir iletişim ve bilişim pazarını hayal etmektedirler.

Yeni kültür araçları (CD-ROM, öğretici oyunlar, küçük ev bilgisayarları, video disk okuyucuları, bilgisayar ağları, mültimedya terminalleri, kültür hizmeti verebilen İnternet ağı, vb.) ile yeni hizmetler (evde ya da iş yerinde veri bankalarından yararlanma, İnternet hizmetleri, vb.) bilgisayar, televizyon, telefon ve uydunun bir araya getirilmesinden doğmuştur.

Bütün bunlar, "ifade özgürlüğü"nü anlamını bile değiştirmiştir. Yurtttaşların ifade özgürlüğü, yeni bir "insan hakkı" gibi sunulan, "ticari reklam özgürlüğü" ile karşı karşıya gelmiştir. "Tüketicinin mutlak egemenliği" ile demokrasinin garanti altına aldığı vatandaş iradesi arasında devamlı bir gerginlik gözlemlenmektedir.

"Ticari reklam özgürlüğü" ile ilgili bu dayatma artık, ilan verenler, reklam ajansları, medya gibi meslekler arası grupların lobby'ciliklerinden kaynaklanmaktadır.² Bu özgürlük, enformasyon akışı konusunda, Amerikan diplomasisince icad edilen ve iletişimle ilgili eşitsizliklere pek önem vermeyen eski prensipten ayrılamaz. Kısacası, dünya ile bütünleşme doktrini, ticaret yapma özgürlüğü ile aynı çizgide yer almaktadır. Zaten, iletişimi bir "hizmet" olarak kabul edilen Dünya Ticaret Örgütü de (Organisation Mondiale du Commerce-OMC), yeni iletişim düzeni üzerinde görüşmelerin yapıldığı bir merkez durumuna gelmiştir.

İletişim devleri, vahşi bir rekabete giriştiler. Gelecekte dünyaya egemen olacak ölçüler, uzayın kullanımının özel mülkiyetçe ele geçirilmesi. Büyük firmalar, uzayı sömürgeleştirerek, İnterneti ele geçirmeyi tasarlamaktadırlar.³ Zira uydu alanındaki kesin savaş, İnterneti oluşturan bilgisayar, televizyon ve telefon gibi üç endüstri dalındaki kontrolü sağlamak için yapılacaktır. İnterneti kontrol edebilecek grup; yarının iletişim dünyasına, yurttaşın düşünme özgürlüğü ve kültürüne getireceği bütün riskler pahasına, hakim olacaktır.

Mültimedyanın meydan okumasıyla patlayan böyle bir ihtiras fırtınasından, yazılı basın kendini kurtarabilir miydi? Büyük gazetelerin çoğu, şimdiden mega iletişim gruplarının eline geçmiş; halen bağımsız kalabilen sayılı gazete ise, reklam gelirlerinin git gide azalması sonucu zayıf düştüklerinden parasal güçler tarafından ele geçirilmek için göz altına alınmışlardır. Yapılan bir anket, Fransızların iletişim araçlarına olan güveninin yitirildiğini ortaya koymaktadır.⁴ Bir yılda basının olayları aksettirme şekline inananların yüzdesi 15 puan kay-

2. Bk. Armand Mattelard, "Les nouveaux scénarios de la commnucation mondiale," *Le Monde diplomatique*, Ağustos 1996.

3.Bk. "Internet, l'extase et l'effroi", *Manière de Voir*, Özel Sayı, Ekim 1996.

4. *La Croix*, 24 Ocak 1995.

bederek % 56'dan % 45'e, aynı şekilde televizyondaki düşme de 15 puan olarak % 60'tan %45'e inmiştir.

Böyle bir güvensizlik, vatandaşın kanmadığını göstermekte ve iletişim araçlarının kendisini yönlendirmesine karşı dayandığını ortaya koymaktadır. Acaba, egemen olan ideolojinin kendilerini kuşatmasına da aynı şekilde dayanabilecekler midir? İnsan doğasına aykırı neo-liberal topluma karşı mücadele etmek için, bazı sanatkar ve yaratıcılar tarafından kendilerine önerilen yolları izlemeyi acaba başarabilecekler midir?