

**DOI: 10.7596/taksad.v7i2.1417**

**Citation:** Kasap, F., Dolunay, A., & Mırçık, A. (2018). Küreselleşmenin Medya Üzerinde Etkileri: Küresel Medyaya "Sürükleniş". Journal of History Culture and Art Research, 7(2), 515-532. doi:http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v7i2.1417

## **Küreselleşmenin Medya Üzerinde Etkileri: Küresel Medyaya "Sürükleniş"**

### **The Effects of Globalization on Media: "Drifting" into the Global Media**

**Fevzi Kasap<sup>1</sup>, Ayhan Dolunay<sup>2</sup>, Ali Murat Mırçık<sup>3</sup>**

#### **Abstract**

Globalization affects the lives of individuals by showing themselves in many areas. The notion of globalization, which is particularly influential in the field of economy, politics and culture, has led to change and transformation through important influences both in the media and in the news cycle. In this context, with the globalization of the media, attempts have been made to create a uniform culture all over the world. Movies, TV programs, music video clips, have also changed in support of this argument. The global news cycle, which is in the hands of international agencies, causes an imbalance in the global flow as it is published due to the views of western imperialism of a certain capital. In this context, "news" is only in the hands of certain agencies; the dominance is maintained. In particular, although they are working to correct them on the effects of the global media and on the imbalances in the news cycle, they have not yet reached a sufficient level. Because of the international cycle of communication, the global media environment is in the hands of certain capitalists, imbalances are also felt in the environment. In this study, it will be discussed how the globalization phenomenon, especially the reflection of the media, and as a result, the news and other visual media messages affect the target audience. Following the identification of the situation, this structure will be referred to the work that can be described as "contradictions" and this particular emphasis on local / new media actors that may create alternatives will be addressed.

**Keywords:** Globalization, Media, Global media, News cycle, Inequality, Cultural imperialism, International News agencies.

<sup>1</sup> Doç. Dr. Near East University (Yakın Doğu Üniversitesi), İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanı, İletişim Araştırmaları Merkezi ve Sosyal Bilimler Etik Kurulu Üyesi. E-mail: fevzi.kasap@neu.edu.tr

<sup>2</sup> Near East University (Yakın Doğu Üniversitesi), Hukuk Danışmanı, İletişim Fakültesi Öğretim Görevlisi, İletişim Araştırmaları Merkezi Üyesi. E-mail: ayhan.dolunay@neu.edu.tr

<sup>3</sup> Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Görevlisi. E-mail: murat\_mircik@hotmail.com

## Öz

Küreselleşme, pek çok alanda kendini göstererek, bireylerin yaşamlarını etkilemektedir. Özellikle ekonomi, siyaset ve kültür alanında etkili olan küreselleşme kavramı, medyada ve haber döngüsünde de önemli etkileri vasıtasıyla değişim ve dönüşüme yol açmıştır. Buna kapsamda, medyanın küreselleşmesiyle birlikte, tüm dünya üzerinde tek tip bir kültür oluşturulması girişimleri de söz konusu olmuştur. Filmler, tv programları, müzik klipleri de bu savı destekler nitelikte değişimler göstermiştir. Uluslararası ajansların elinde olan küresel haber döngüsü ise belli bir sermayeye ait batı emperyalizmi görüşlerine bağlı olarak yayınlandığı için küresel akışta bir dengesizliğe sebep olmaktadır. Bu kapsamda, “haber” sadece belli ajansların elinde olup; söz konusu hakimiyet sürdürülmektedir. Özellikle, küresel medyanın etkilerinde ve haber döngüsündeki dengesizlikler üzerinde bunları düzeltmeye yönelik çalışmalar olsa da, henüz yeterli düzeye erişilememiştir. İletişimdeki uluslararası döngü, küresel medya ortamı belli sermayelerin elinde olduğu için ortamda dengesizlikler de kendini hissettirmektedir. Bu çalışmada küreselleşme olgusunun özellikle medyaya yansımaları ve bunun sonucunda haberlerin ve diğer görsel medya iletilerinin hedef kitleyi nasıl etkileyip, yönlendirdiği tartışılacak; durum tespiti ardından, bu yapıya “karşı çıkışlar” olarak nitelenebilecek çalışmalara değinilecek ve alternatif oluşturabilecek yerel/yeni medya aktörlerinin bu husustaki önemi ele alınacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Küreselleşme, Medya, Küresel medya, Haber döngüsü, Eşitsizlik, Kültürel emperyalizm, Uluslararası haber ajansları.

## GİRİŞ

Küreselleşme gündelik hayatın hemen her alanında kendisini gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşmenin etkisi medyadan sanata, kültürden siyasete, hemen her alanda kendini hissettirmektedir. Küreselleşme kavramı, öncelikle sınırları aşarak yayılan sosyal, siyasal ve ekonomik etkinlikler anlamına gelmektedir. Ülkeler arası mesafeyi kısaltan küreselleşme dünyayı McLuhan’ın ifadesi ile, küresel bir köy haline dönüştürmüştür.

Bu yapı içerisinde medya, küreselleşme sürecinden etkilenen en önemli alanlardan biridir. Özellikle çok uluslu şirketlerin medya sektörüne girmesi bu süreci hızlandırmıştır. Küresel şirketlerin medya kanalı sahibi olması, olaylara bu şirketlerin gözünden bakan tek tip bir haber döngüsünü de beraberinde getirmiştir. Ayrıca küreselleşme sürecinin medyada faaliyet göstermesi gösteri dünyasının da bu etkileşim sürecinden payını almasına sebep olmuştur. Bu çerçevede, küresel medya, kültür endüstrisinin yaptırımları ile birlikte, tek tip bir toplum algısı oluşturmaya çalışmaktadır. Toplumu oluşturan bireyler kapitalist kitle kültürüne uyum sağlayan, üretmeden, sadece tüketen bir hale dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Küreselleşmenin medyayla bütünleşmesi ile dünya, McLuhan’ın da ortaya koyduğu gibi küresel bir köy halini almış, “küçülmüş”tür. Medyanın ekonomik ve politik kaygıları küreselleşme ile birleşince uluslararası habercilikte de dengesizlik oluşturmaktadır. Bireyler ancak verili olanı kabul etmekte; sorgulama yetenekleri de yavaş yavaş bu anlayıştan ötürü yok olmaktadır.

Medyanın temel taşıyıcılığını üstlendiği “kitle kültürü bombardımanı”, toplumu ayrıştırıp parçalamakta ve kendi geleneksel kültürüne yabancılaştırmaktadır. Toplumsal çözülme, bireyleri birbirine bağlayan ortak değerlerin, geleneklerin ve göreneklerin çarpıtılması ya da abartılarak eğlencelik hale getirilmesi, erozyona uğraması, içinin boşaltılması ile kendini göstermektedir (Mora, 191; 2011).

## I. Genel Bilgiler

### A. Teorik Çerçeve

Bu çalışmada, pek çok disiplinde etkileri görülen küreselleşmenin, temelde medya alanında yarattığı etkiler çerçevesinde, sorgulanması gereken önemli bir husus olan, medyanın, küresel medyaya “sürüklenişi” ele alınacaktır.

Çalışma, McLuhan’ın Global Köy ve Baudrillard’ın Küresel Karşıtlık Oyunu yaklaşımları temelinde, küreselleşmenin medya ile olan etkileşimi çerçevesinde gelinen nokta olan, büyük sermaye grupları ve güçlü devletlerin, medya aracılığı ile insanları nasıl tek tipleştirme girişimi içerisinde olduğuna ilişkin incelemelere, içerik analizi yöntemi ile yer vermektedir.

### B. Medya Kavramı

Günümüzde sıklıkla kullanılan bir kavram haline gelen *medya*, haber alma ihtiyacı ile ortaya çıkan ve süreç içerisinde gelişen bir kavramdır. Haber alma ihtiyacını karşılamak amacı ile hayat bulan; gazete, dergi, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçlarının tamamını kapsayan genel bir ifade olarak kabul görmektedir.

Kitle iletişim araçlarının tamamını içerisine alan bu ifade, aynı zamanda, bu iletişimin gerçekleştirildiği ortamı da tanımlana genel bir kavram olarak kabul edilmektedir.

*“Medyanın bu araçsal özelliğinin yanı sıra, bir sektör olarak da kendine has bir varlık teşkil ettiğini belirtmek gerekir. Günümüz koşullarında medya, özellikle reklam kanalıyla beslenen, kitleleri kanalize etme ve harekete geçirme açısından eşsiz bir imkana sahip, milyonlarca dolarlık bir sektör haline gelmiştir”* (Medya Nedir, ty:).

Sanat, spor, bilim, magazin gibi alanları kucaklayan görsel ve işitsel araçların da bu alana dahil olmasıyla; medyanın, haber alma işlevinin ötesinde, büyük bir ekonomik alana, diğer bir ifade ile, günümüzde büyük bir sektöre dönüştüğünü belirtmek mümkündür. Bu haliyle, medyanın; genel olarak kitle iletişim araçlarını ve ortamını tanımlamanın ötesinde, ciddi ekonomik fonksiyonların devreye girdiği bir sektörün adı olarak da kabul gördüğünü ifade etmek olasıdır.

Medya içerisinde barındırdığı, her çeşit bilgiyi; bireye ve topluluklara aktaran araçtır. Medyanın araç olma noktasında, temel sorumluluk taşıdığı üç ana kol bulunmaktadır.

Toplulukları ve bireyi eğlendirme, bilgilendirme ve eğitmeyi amaçlayan medyanın sorumlulukları, *görsel, işitsel ve hem görsel hem işitsel* yöndedir.

### C. Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme, ekonomik, sosyal, akademik, kültürel alanlar başta olmak üzere hemen hemen alanda tartışılan bir konudur. Küreselleşme kavramının tam olarak ne anlama geldiği, hangi sebepten dolayı ortaya çıktığı, olumlu ve olumsuz etkileri küreselleşme ile ilgili tartışmaların başında gelmektedir.

Küreselleşme yabancı sermayenin hemen her sektörde kendini hem fikir olarak hem de para olarak hissettirmeye başlaması ile birlikte ülkelerin “git gide bir araya gelmesi” anlamına gelmektedir (Adams, 2008: 722). Diğer bir ifade ile küresel hale dönüşme süreci üretim alanlarına çok uluslu şirketlerin girmesiyle başlamıştır. Bununla birlikte, üretilen kavramlar yerel ya da bölgesel olmaktan çıkarak, “sınırsız bir konuma” gelmiştir. Bu durum da küreselleşme sürecini beraberinde getirmiştir.

Küreselleşme ile modernleşme kavramı birbirleri ile bir arada düşünülmesi gereken kavramlardır. Kapitalizm, sanayileşme, teknolojinin gelişmesi artık bir bütün olarak anılmaktadır. Bu da küreselleşmenin gücünü hemen her alanda hissettirmesine sebep olmaktadır (McGrew, 2008:72).

Dünyanın çeşitli bölgelerinde hayatlarını devam ettirmekte olan insanlar, sosyolojik ögeler ve ülkeler, küreselleşme ile birlikte birbirlerine bağımlı hale gelmiştir. Bu kapsamda, dünya üzerindeki sınırlar “lafta kalmış” ve yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamıştır.

Ancak, küreselleşme, insanların yanıltılması üzerine kuruludur. Süper güçlerin, gelişmekte olan ve geri kalmış ülkeler üzerinde oluşturduğu bir baskıdır. Bunun dışında küreselleşmeyi dünyadaki sınırların kalkması olarak da tanımlayanlar bulunmaktadır. İlk görüşü savunanlar genellikle sol görüşlü yazarlardır. İkinci görüş de sağ eğilimli, liberal yazarlar tarafından kaleme alınmıştır (Kutlu, 2003, 167).

Bu noktada belirtmek gerekir ki, küreselleşmenin olumlu yanları olduğu gibi, olumsuz yanları da bulunmaktadır. Küreselleşme, her ne kadar dünyayı küçültüp aynı anda pek çok şeyden haberdar olmayı sağlasa da ya da dünyanın pek çok ülkesiyle aynı özelliklerin paylaşılmasına neden olsa da, bunları çok uluslu şirketlerin birbirlerine benzeyen bakış açısıyla yaptığı için tek tip bir toplum yapılarının oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Küreselleşme, enformasyon toplumunu da beraberinde getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte insanların daha kolay denetlenebilir ve etki altına alınabilir olduğunu savunan görüşler de bulunmaktadır (Demir, 2014: 11).

Görüldüğü gibi küreselleşme insanoğlunun yaşantısını farklı yönlerden etkileyebilmektedir. Özellikle medyanın da etkisiyle kısa sürede yaygınlık gösteren küreselleşme kavramı bireylerin yaşantılarını olumlu ve olumsuz yönden etkileyebilmektedir.

Başka bir deyişle küreselleşme dünya ve insanlar üzerinde tekdüzeliğe gitme anlayışını beraberinde getirmiştir. Küresel kültürün yaygınlık göstermesiyle birlikte azalan mesafeler, birbirine benzetilmeye çalışılan hayatları ortaya çıkarmış; insanı, zamansal ve mekânsal açıdan kısıtlı bir sisteme indirgemıştır. Diğer bir ifade ile, insanların önündeki seçenekler azalmış; daha yerinde ifade ile azaltılmıştır.

#### **D. Küreselleşmenin Etkileri**

##### **1. Ekonomik Etkiler**

Küreselleşmenin etkilerinin en yoğun hissedildiği alanlardan biri de şüphesiz ekonomidir. Ülkelerin karşılıklı olarak etkileşimleri; ekonomik alanda da küreselleşmenin ve güçlü ülkelerin ekonomiyi yönetmelerine imkân sağlamıştır.

Ekonomi alanında yaşanan küreselleşme, dünya üzerinde ekonomik etkileşme ve paylaşımın hızla yaygınlaşması anlamına gelmektedir. Sermayenin büyük ölçüde artması ve teknolojideki gelişmeler yeni atılımların olmasını sağlamıştır. Dünyadaki sektörler yaygınlaşmaya başlamış; böylece küresel ekonomi kendini hissettirmeye başlamıştır. Çok uluslu şirketler güçlerini artırarak, piyasadaki varlığını daha da geniş alana yaymıştır (Strangar, 105:2006).

Çok uluslu şirketlerin oluşmasını sağlayan ekonomik küreselleşme süreci, bu şirketlerin pek çok alanda faaliyet göstermeye başlamasını da beraberinde getirmiştir. Hemen her ülke pazarında olan uluslararası ticaret faaliyetleri markalaşmayla birlikte bölgesel ve ulusal sermayeyi olumsuz etkileyebilmektedir.

Ticari faaliyetler, ekonomik alandaki küreselleşmenin başlatıcısı olmuştur. Ticaret, birbirlerine uzak olan ülkeleri, insanları, kültürleri bir araya getirmiş birbirleri arasında bağımlılık yaratmıştır. Böylece kültürel bir benzeşme de beraberinde gelmiştir (Waters, 1995:67).

Ticari faaliyetlerin gelişmesiyle birlikte, ülkeler arasındaki bağımlılık da artmıştır. Özellikle ekonomik yönden güçlü devletler, daha zayıf olan devletler üzerinde bir tahakküm kurmuş, kendi ürünlerinin seçilmesini reklam yoluyla meşru kılmıştır. Buna bağlı olarak küresel beğeniler ve yaşam tarzları ortaya çıkmıştır.

Ekonomi alanında yaşanan küreselleşme kendini parasal faaliyetler ve üretim alanında hissettirmektedir. Sermayenin küreselleşmesi, yüksek kazanç sağlamak amacıyla paranın herhangi bir kısıtlayıcıya uğramadan sınırları aşarak farklı yatırımlara yönelmesi anlamına gelirken, üretimin küreselleşmesi, herhangi bir ülkede faaliyet gösteren firmaların üretimin faaliyetlerinin sınırları aşması anlamına gelmektedir.

Yukarıda bahsedildiği gibi uluslararası ekonomik örgütler ve şirketlerin ortaya çıkması ekonomik açıdan tek bakış açılı bir yönetim anlayışı ortaya çıkarmıştır. Dünyadaki ekonomik düzen belli güçlerin elinde toplanmaya başlamıştır. Bu durumun sonucu olarak da ülkelerde, kişi başına düşen gelir oranlarında büyük bir uçurum ortaya çıkmıştır.

## 2. Siyasi Etkiler

Küreselleşme ile ilgili siyasi etkilerin ya da sorunların temelinde ekonomik sorunlar yatmaktadır. Küreselleşmenin en önemli siyasal etkisi ulus devlet kavramının yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamasıdır. Çünkü küreselleşme ile birlikte ülkeler arasındaki ilişki ağı sıklaşmış bölgesel ve ulusal anlayışlar yerine uluslararası değer ve yaptırımlara bırakmıştır.

Siyasi globalleşme ile birlikte ülkeler arasında siyasi ilişkiler artarak devam etmektedir. Bu durum da ulus-devlet anlayışından öte, yavaş yavaş paylaşım dayalı bir sistemin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Artık sahnede uluslararası ve üstü kuruluşlar bulunmaktadır. Böylece ülkeler arasında bir iş birliği ortaya çıkmıştır. Artık ülkeler arası çalışmalarda devlet egemenliğine ortak olunmuş, yine bu iş birliğinde kararlar alınırken dış dünya önemsenir olmuştur (Çiğdem, 2011: 86).

Küreselleşmenin siyasete yansımalarıyla birlikte ülkeler, birbirlerinin pazarlarında yer almaya başlamışlardır. Aslında, daha önce de değinildiği gibi bunun temelinde ekonomik küreselleşme bulunmaktadır. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin yıkılması süreci de küresel ekonomik pazarın kendini hissettirmesi ile başlamıştır. Ulus devletten çıkıp çok uluslu bir anlayışa giden siyasal küreselleşme ülkeler arasındaki ilişkilerde kendini hissettirmektedir.

Küreselleşmenin siyasi boyutta hissedilmeye başlamasıyla birlikte ulus devletlerin ayrıcalıklarının erozyona uğraması süreci kendini hissettirmiştir. Habermas'a göre üç boyut bulunmaktadır; Devlet artık özerkliğini kaybetmiştir. Alınan kararlar sınır dışını da etkilemeye başlamıştır. Demokratik yönetimlerde açıklar oluşmaya başlamıştır. Küreselleşmenin artmasıyla birlikte yönetim alanında bir güçsüzlük ve yetersizlik de beraberinde gelmiştir. (Habermas, 2000: 207).

Görüldüğü gibi küreselleşme süreci ulus devletlerinin yönetim anlayışındaki otoriteyi sarsmıştır. Bu çerçevede de, hükümetler ya da diğer ulusal yönetimler, yurtiçindeki etkisini yavaş yavaş kaybedebilmektedir.

Küreselleşmenin siyasal alanda kendini iyiden iyiye hissettirmesi ile birlikte egemenlik kavramı da kendi içinde değişikliklere uğramıştır. Siyasi globalleşme ile birlikte demokrasi ve insan hakları evrensel bir değer haline dönüşmüştür. Tüm bunlar tartışılırken, egemenlik tanımı da yeniden şekillenecektir.

## 3. Kültürel Etkiler

Küreselleşmenin ekonomik ve siyasal etkilerinin yanı sıra kültürel etkileri de bulunmaktadır. Özellikle uluslararası iletişim ağı ve küreselleşmenin medya sektörüne de yansımaları farklı kültürler üzerinde önemli etkilere yol açmıştır. Küreselleşme süreci, kültür üzerinde bir tekipleşmeyi beraberinde getirmektedir.

Kültür endüstrisi kavramının medyaya yansması ve insanların yoğun bir şekilde medyanın etkisi altında kalması, kapitalist kitle kültürünü bireylere benimsetmiştir.

Talas'ın ifade ettiği gibi (2004:242), ekonomik alanda yaşanan küreselleşme, dünya üzerindeki en etkili küreselleşmedir. Bunun ardından da kültürel küreselleşme gelmektedir. Bir kere küreselleşme kültürel gelişmenin bir ürünüdür. Bunun yanında da kültür küreselleşmeden sürekli olarak etkilenmektedir. Dolayısıyla aralarında sıkı bir bağ bulunmaktadır.

Küreselleşmenin kültür alanına yansması iki farklı eleştiriyi de beraberinde getirmiştir. İlk görüş, kültürlerin birbirine benzemesini tek tip yani homojen bir kültür anlayışının oluşmaya başlaması ile ilgilidir. Bir diğer bakış açısı da kültürel küreselleşmeyi olumsuzlamaktadır. Buna göre küresel kültürle birlikte yüksek bir yaşam tarzı oluşmuş ve buna bağlı olarak da, küresel kültür, dünyada, yaşam standartlarını olumlu yönde etkilemiştir.

Globalleşme faaliyetleri ile birlikte, kültürde hızlı bir değişim ve gelişim ortaya çıkmıştır. Bu değişimlerle birlikte toplumsal hareketler de güçlenmiştir. Toplumun farklı noktalarında yer alan insanlar seslerini duyurabilmişlerdir. Ulus devlet anlayışı potasında eritilen çok kültürlülük tartışmaları yeniden oluşmaya başlamış; kültürlerarası bir çatışma ortaya çıkmıştır (Öncü, 2005: 7).

Küreselleşmenin kültürel hayata yansması tabu olan kavramların sıradanlaşabilmesine ve mahremiyet anlayışının değişmesine sebep olabilmektedir. Artık toplumlarda kültürel küreselleşme ile birlikte olaylara ve olgulara bakış açısı değişmiş; birçok kavram sıradan hale gelmiştir. Çünkü oluşturulmak istenen kültürel algı bunu hedeflemektedir.

Özellikle medya ile birlikte ulusal sınırların ortadan kalkması kültürel küreselleşme sürecini hızlandırmıştır. Çok uluslu şirketlerin tek taraflı bakış açıları dünya genelinde birbirine benzer bir kültürel yapı oluşturmaya çalışmaktadır. Kapitalist döngü ve kültür endüstrisi kavramı da bunun en önemli kanıtları arasında yer almaktadır.

Dünyada yaklaşık 3500 sözel ve 500 kadar yazılı dil bulunmasına rağmen, basılı malzemenin üçte ikisinden fazlasının İngilizce, Almanca, İspanyolca ve Fransızca yayımlanmasının, kültürel emperyalizmin önemli göstergelerinden biri olduğu söylenebilir (Akt. Mora 2011:58; Tomlinson,1999: 27-30). Bu bile kültürel küreselleşme kavramının ve veya küreselleşmenin kültür üzerindeki etkilerinin en önemli işaretidir. Dil yaşayan bir kültürdür ve insanların yaşam tarzları dillerine yansımaktadır.

Kültürel emperyalizm, belirli bir kültürel grup tarafından üretilen kültürel ürünlerin başka bir kültürel yapı tarafından hızla yok edilmesi anlamına gelmektedir. Bu durum da bir eşitsizliğe ve tek yönlülüğe sebep olmaktadır. Böylece ülkeler arasında ekonomik ve siyasal bakımdan var olan bağımlılık, kültürel emperyalizm ile desteklenerek gelişmektedir. Modernleşme ve az gelişme birbiriyle etkileşim halinde birbirini destekleyerek yeniden üreten bir yapıya dönüşür (Mora, 2011:86).

Giddens'a göre ise küreselleşme, modernitenin tüm dünyaya yayılmasıyla meydana gelmiş bir süreçtir. Robertson ise bu durumun tüm dünya üzerinde aynılaştırıcı bir süreç olmadığı savunur. Ona göre küreselleşme ve kültürel küreselleşme bir bilinç yükselmesi dönemidir.

Duruma bakılırsa küreselleşmenin yani kültürel küreselleşmenin, daha çok postmoderniteden etkilendiği görülmektedir. Çünkü uluslararası şirketlerin varlığı ve kültürel yayımda medya gibi çok önemli bir kavramın devreye girmesi lokal olan değerleri küresel boyuta taşıyarak, küresel ortak değerlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Dünya, medyanın ve onun oluşturduğu kültür endüstrilerinin yoğun bir şekilde etkisi altındadır. Çok uluslu güçlerin elinde bulunan medya kültürü tek tipleşmeye devam ettirmekte ve bir tüketim toplumu

oluşturmaktadır. Bu durum da ülkelerdeki kültürel farklılığı tehdit etmektedir. Bunun yanında medya sayesinde insanlar farklı kültürlerden de haberdar olabilmektedirler.

## II. Medya ve Küreselleşme Etkileşimi

### A. Küreselleşme Öncesi Medya

Daha önce de değinildiği gibi, medyanın küreselleşme sürecinden etkilendiği açıktır. Küreselleşme süreci, medyanın bir işletme haline gelmesine neden olmuştur. Medya bu süreçte daha çok kâr amacı güden bir kurum haline dönüşmüştür.

Küreselleşme öncesinde çok uluslu şirketlerin dünyadaki haber döngüsüne daha önce de değinilmiştir. Olaylar bu küresel şirketlerin tek yönlü bakış açısıyla verilmekte; olması gereken kavramlar yansıtılmaktadır.

Ekonomik ve politik süreçler devreye girdikten sonra medyanın belli bir tekelin altında olması olayların tek yönlü bir bakış açısıyla ele alınmasını beraberinde getirmiş, ancak olaylar genellikle ulusal boyutlarda olduğu için genel, tek düze bir habercilik ortamı tam da oluşmamıştı. Bu noktada, özellikle küresel haber ajanslarının ortaya koyduğu kalıplar da bulunmuyordu. Onların haberlerinin büyük bir çoğunluğu ekonomi üzerine gelişmiş; Küreselleşme öncesindeki haber döngüsünde belli ülkelerin hâkimiyeti olmadığı için haber çeşitliliği daha fazla olmuştu.

Küreselleşme, her alanda olduğu gibi medya sektöründe de kendini hissettirince; medyadaki düzen yeniden yapılanmıştır. “Alışık olunan” medya, küreselleşme sürecine göre kendine yeni bir kimlik belirlemiştir (Özkan, 2014:7).

Medya düzeni küreselleşmeden önce daha fazla ulusal ve bölgesel kimlik taşıyabilmekte olmasına karşın; küreselleşme süreci, medya ortamına ve haber döngüsüne belli bir standardizasyon getirmiştir.

Artık, dünya üzerindeki medya ve iletişim döngüsünü elinde bulunduran şirketler, kültürler üzerindeki etkilerini ürettikleri içeriklerle belirlemektedir. Ajans haberciliği de, bu alanda etkin bir rol oynamaktadır. Gücü elinde bulunduran haber ajansları uluslararası haber döngüsünü oluştururken olayı kendi bakış açıları ile kaleme almaktadır. Böylece tek tip bir kültürel bakış açısından haberler sunulmaktadır (Barrett, 1980: 12).

### B. McLuhan'ın Global Köy Yaklaşımı

McLuhan, *Medyayı Anlamak* adlı kitabında, “araçları”, insan vücudunun birer uzantısı olarak -hatta doğrudan insan beynindeki sinir sistemine bağlı olacak şekilde - değerlendirirken; insanın öz uzuvları ile yapamayacağı veya uzun sürede yapacağı işleri, araçlar vasıtasıyla kolaylıkla yapabileceğini belirtmektedir (Rigel, 2005: 18-19; Dolunay, Kasap & Keçeci, 2017: 11). Matbaa ile birlikte, bir alana toplanılarak toplu okuma alışkanlığının yitirildiğini, kitabın artık bireysel olarak kolaylıkla sahip olunabilen bir yapıya geldiğini ve bu sayede de, insanların toplu okumalar yerine, köşelerine çekilerek kitap okuduklarını yani insanların sosyallikten, asosyal bir yapıya geçtiğini ifade eden McLuhan; telgraf ile birlikte yeni bir çağ başladığını ve insanların yeniden sosyalleşmeye başladığını savunmaktadır (Rigel, 2005: 17; Dolunay, Kasap & Keçeci, 2017: 11).

Telgrafın icadını izleyen dönemde, icatları birer devrim niteliğinde kabul edilen kitle iletişim araçlarının, her zaman olduğu gibi, önceki buluşu geliştirdiği veya tamamen ortadan kaldırdığını savunan McLuhan; bu sürecin, kitle iletişim araçları sayesinde, tıpkı küçük bir köyde olduğu gibi, dünya çapında insanların bir birlerinden haberdar olmasına yol açacağını; böylece dünyanın, “global köy” haline geleceğini ifade etmektedir. Bu savdaki esas sorgulama; global köyün, “Texas” mı olacağı yoksa, global köy ile “evrensel bir ortak görüş”e sahip, “dünya vatandaşlığı”na mı ulaşılacağıdır (Dolunay & Kasap & Keçeci, 2017: 11).

Medyanın gelişimi ve özellikle internetin de yaygınlaşması ile birlikte gelinen noktada, gerçekten de dünya genelinde bireyler, bir birlerinden çok kısa süreler içinde haberdar olabilmekte (Çelik & Tonta, 1996: 1; Dolunay, Kasap & Keçeci, 2017: 11); küçük bir köydeki gibi, her an herkes bir birinin nerede olduğunu, ne yaptığını ve ne düşündüğünü, sosyal medya aracılığı ile gerçekleşen paylaşımlar/gönderiler üzerinden öğrenebilmektedir.

Peki, *ortak bir görüşe sahip dünya vatandaşlığı*?

McLuhan'a göre, "global köy"ümüzün esas yöneticileri, uluslararası büyük şirketler olacaktır; günümüzde, bu sav da, gerçekliği olan bir yapıya erişmiştir. Öyle ki, özelden genele doğru (çevremizden, toplumumuzdan; diğer ülkelerdeki bireylerin oluşturduğu toplumlara ve resmin tümüne; "hepimize") bakıldığında, "o büyük şirketler" tarafından yaratılan markaları taşıyan gözlükler, saatler, telefonlar, bilgisayarlar, arabalar kullanılmaktadır. "Mutluluğa kapak açarak" içeceğimizi; "ateş bizi çağırarak" hazır gıdamızı tüketiyoruz. "Faklı düşünerek" bir cep telefonu alıyor ve bir yeni modeli çıkınca, henüz telefonumuz eskimeden yeni bir telefon ediniyoruz. Diğer bir ifade ile, ortak bir görüşe sahip dünya vatandaşları olmak yerine; "tüketim toplumu"na dönüştük/dönüşüyoruz (Dolunay & Kasap & Keçeci, 2017: 11). Ve tüm bu dönüşümün temelinde yer alan unsurlardan biri de medyadır. Görülmektedir ki, bir yönüyle, ekonomik küreselleşmenin getirisi ile, kapitalist sistem medyayı araç olarak kullanırken; diğer yönüyle medya da, sermaye gruplarının çıkarlarına hizmet etmekten geri kalmamıştır.

Bu noktadan sonra, hususu daha "karanlık" bir perspektiften değerlendiren Baudrillard'ın yaklaşımına değinmekte fayda bulunmaktadır.

### C. Baudrillard'ın "Küresel Karşıtlık Oyunu" Vurgusu

Ünlü Fransız düşünür ve sosyolog J. Baudrillard, küresel gücü değerlendirebilmek için; öncelikle hâkimiyet ve hegemonya kavramlarını ele almak gerektiğini ileri sürmüştür. Bu kapsamda, Baudrillard, hâkimiyette söz konusu olan efendi-köle ilişkisinde, devrim niteliğinde bir değişimin söz konusu olduğunu; insan haklarının "göklere çıkartıldığı" ve istisnasız tüm arzuların gerçekleştirildiği, sanal bir özgürleşim süreci içerisine girildiğini belirtmektedir. Hâkimiyet tüm dayanaklarını yitirirken, hegemonya süreci baş göstermiş; bu yapıda, efendi-köle ilişkisinin eski formu ortadan kalkmış olsa da; "özgürleşmiş köle"nin *efendiyi içselleştirmesi* söz konusu olmuştur. Buradaki temel çelişki; "tam bir özgürlük" ülküsüyle, hegemonik bir düzene boyun eğiş ve bu boyun eğişin getirdiği "istediğini yapma" noktasında karşımıza çıkmaktadır (Baudrillard, 2015: 14).

Büyüme ve durmayan hızlanma çerçevesinde, sanal anlamda istenilen her şeye sahip olma durumu söz konusu olmuştur. Modernleşme ile ortaya çıkmış zihinsel ve maddi düzen tamamen değişmiş oluyor. Çünkü bu zamana değin gereksinimlerin karşılanmasına odaklanılmış ve olanaklar yetersiz kalırken ve buna karşı isyanlar-direnişler çıkma tehlikesi hep varken; artık, tam tersi bir süreç söz konusudur. Her şeyi bir anda gerçekleştirebilme gücü, sıradan bir bireyin keyif alma yeteneğini aşmış geçmiştir. Ancak, insanlığın uzun süreli yokluktan geldiği nokta, hiçbir şeyi gerçekleştirmenin imkânsız olmadığı hissi verdiği gibi; kölelikten "özgürlüğe" ulaşan süreç, insanı tam anlamıyla özgür hissettirmemiştir (Baudrillard, 2015: 16).

Tüm bu değişimle günümüzde, bıkkınlık, doyunluk, isyan ve başkaldırıyı yutan bir bütünsel durum söz konusudur. Yokluk ve başkaldırı yerini, bolluk ve koşulsuz bir teslimiyete bırakmıştır. Üstelik tüm bunlar, bize "iyilik" olarak gösterilmiştir. Başka bir ifade ile her şey bizim iyiliğimiz içindir. Diğer yandan, "bizi düşünen, refahımızı, güvenliğimizi ve bolluk içinde yaşamamızı sağlayan" ama bunlar için bizi geri ödenmesi olanaksız "borca batıran" iktidarlara karşı direnemez noktaya gelinmiştir. Dikkat edilmesi ve direnilmesi gereken temel nokta şudur: Bize aşırı iyilik olarak lanse edilen şeyler, aslında mutlak kötülüğün ta kendisidir (Baudrillard, 2015: 16).



Eski anlamlarından oldukça farklılaşan bu iyilik ve kötülükten, iyi görünümlü mutlak kötülüğü (Baudrillard, 2015: 18); diğer bir ifade ile, ihtiyaçların çok ötesinde tüketim noktasına gelinmesini; tüketim toplumunu, besleyen en önemli unsurlardan biri de medyadır. Çünkü meselenin temelinde yaygınlaşan imkânlar, iletişim olanakları yer almaktadır. Medya, sektörel açıdan düşünüldüğünde, hep daha fazlası olduğunu ve daha fazlasına erişmenin mümkün olacağını vurgulamış, egemenlikten hegemonyaya ulaşmada önemli bir katkı sağlamıştır. Böylece bu yeni küresel düzende, yinelemek gerekir ki, doyuma ulaşmış, mutsuz, statü sahibi olmak adına harcama yaparak ihtiyacından fazlasını edinen bireyler yaratılmıştır. Ezcümle, Baudrillard'dan hareketle, ahlaki ve teolojik açıdan bilinegelen iyilik-kötülük kavramları, küreselleşme ile büyük bir değişim geçirmiştir. Bu kapsamda, ABD ve Avrupa'daki gibi "gelişmiş" demokrasi anlayışlarının, 3. Dünya ülkelerine yönelik, "iyilik" olarak sunduğu hususların (demokrasi götürme; insan haklarını geliştirme, özgürlük sağlama), simülatif bir eylemden öteye geçmediği anlaşılmaktadır. Bu denli detaylandırılan tüm bu süreçlerin ise, medya-küresel medyanın önemli katkısı ile oluşturulduğunu ifade etmek yerinde olacaktır.

#### **D. Yeni Küresel Medya Düzeni**

Küreselleşme her alanda olduğu gibi medya sektöründe de kendini hissettirmektedir. Özellikle uluslararası şirketlerin medya sektörüne girmesi ve buna bağlı olarak uluslararası haber ajanslarının ortaya çıkması, haber döngüsünde büyük değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Bölgesel ve ulusal düzeyde olan haberler bir anda tüm dünya geneline yayılmaya başlamıştır. İnsanlar artık belli bir bakış açısıyla eşik bekçileri tarafından yapılan küresel haberler izlemeye başlamışlardır. Dünyanın herhangi bir noktasında meydana gelen bir gelişme yeni iletişim teknolojileri sayesinde oturma odasına kadar gelebilmektedir. Özellikle televizyonun yaygınlık göstermesi, internet ile birlikte baş gösteren sosyal medya ağları sayesinde küresel habercilik anlayışı hız kazanmış ve yaygınlık göstermiştir. Ancak uluslararası haber döngüsünün belli bir görüşe sahip şirketlerin elinde bulunması olayların sadece birbirlerine benzer bakış açısıyla yansıtılmasına sebep olmaktadır. Ya da olayların bazıları hiç gündeme bile gelmemektedir. Haber içeriğinde kısıtlamalar yapılmaktadır. Bu bir tür kapitalist döngünün göstergesidir. Uluslararası medya sistemini elinde bulunduran güçler haber içeriklerini kendi görüş ve düşünceleri doğrultusunda değiştirirler bu da uluslararası haber döngüsünün dengesiz olmasına neden olmaktadır. Bunun yanında film, sinema, belgesel ve diğer program türlerinin de yayın gücünü elinde bulunduran medya kanalları kapitalist kitle kültürünün getirdiği anlayışa göre yayın yapmaktadırlar.

Göstergelerden yoğun bir şekilde yararlanan gösteri dünyasında Amerikan hakimiyetinin etkisi yoğun bir şekilde hissedilmekte ve genellikle bu ülkeden çıkan formatlar dünyanın hemen her yerine yayılmaktadır. Hedef kitleye kurmaca bir dünya sunulmakta; hedef kitle ise verili olanı bir fenomen olarak kabul edilip bu durumun doğruluğunu ya da yanlışlığını sorgulamamaktadır.

Tüm bu süreçlerden elbette ki haber de etkilenmiş ve küresel bir boyut kazanmıştır. Bu da habercilik anlayışında bazı değişikliklere sebep olmuştur. Haber artık kalıplarını kırmış ve uluslararası bir boyut kazanmıştır. Haber, özellikle 1980 sonrası başlayan özel sektör girişimleri ile birlikte küreselleşme sürecini de hızlandırmış, insanlar dünyanın öbür ucundaki bir gelişmeyi oturdukları yerden takip eder duruma gelmiştir (OECD, 2010). Başka bir deyişle küreselleşmeyle birlikte medyada tek düze bir yayıncılık anlayışı boy göstermeye başlamıştır. Özellikle uluslararası şirketlerin medya sektörüne girmesiyle birlikte yerel, bölgesel ve ulusal haberlerin yerini dünyanın pek çok yerine yayılcılık gösteren uluslararası haberler almıştır.

Medya endüstrisi kapitalist işleyin bir parçası haline gelmiştir. Artık haber verme işlevinin yanında ticari ve kâr yapma amacı da gütmektedir. Kamusal işlevinin yanında, gelir kaynağı reklam verenler ve tüketiciler tarafından sağlanmaktadır. Medya mevcut toplum üzerinden bir tüketim toplumu ortaya çıkarmıştır.

Böylece tüketim sürekli hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları sayesinde toplum birbirine benzetilmeye çalışılarak; ortak beğeniler, ortak bakış açıları meydana getirilmeye çalışılmıştır (Kadioğlu, 2014:26).

Medya kapitalist ekonomi ile birlikte küresel bir güç haline gelmiş ve belirli çevrelerin propaganda aracı olma işlevini üstlenmiştir. Medya ve iletişim araçlarından artık kapitalist bir endüstri gibi davranması beklenmektedir.

Diğer yandan, küreselleşmenin temel araçlarından medya, insanları yönlendirebilmekte, bir araya getirme, parçalayabilme, aktif ya da pasif konuma sokabilmektedir. Kültürel emperyalizm, özellikle üçüncü dünya ülkelerine sürekli olarak empoze edilmekte, batılı anlayışın genele hakim olması sağlanmaya çalışılmaktadır. Medya sayesinde gücü elinde tutan şirketler özellikle geride kalmış ülkelere doğru bir yayın gerçekleştirmektedir. Haber döngüsü ve eğlence anlayışı yeniden üretilerek verilmektedir (Mora, 2011: 193).

Küreselleşmenin medyaya yansımalarıyla birlikte çok kültürlülük kavramının zarar gördüğü ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle medya kitleleri yönlendirmektedir. Küreselleşmenin de medyada kendini hissettirmeye başlamasıyla birlikte, medyanın gücü iyice artmıştır. Uluslararası sermaye gücünün de etkisiyle medya daha fazla kitleye hitap etmeye başlamıştır.

Medya alanında yaşanan küreselleşme, kendini ilk olarak haberleşme alanında hissettirir. Kitle iletişim araçlarına ulaşabilen herkes dünya üzerinde olup biten her şeyden anında bilgi sahibi olabilmektedir. Teknolojik alanda yaşanan gelişmelerden sonra insanlar en yakınındaki bir gelişmeyi bile kitle iletişim araçlarından öğrenmeyi tercih etmektedir. Böylece yakın mesafeler bile uzaklaşmaktadır. Ama herkes her şeyden belli bakış açılarının çerçevesinden haberdardır. İnsanların çevresi bir anda tüm dünya olmuştur (Karahisar, 2011).

Görüldüğü gibi, medyada yaşanan küreselleşme ile birlikte geleneksel değerlerin post modern anlayışla birlikte bir yayılım gösterdiği anlaşılmaktadır. İnsanlarda mekanik bilgilendirme anlayışı ortaya çıkmıştır. Televizyonların ve diğer kitle iletişim araçlarının tek düze bilgilendirme anlayışı insanların her konuda aynı bilgileri elde etmesine neden olmuştur. Bu anlayış insanları sorgulayıcı nitelikten de uzaklaştırarak; verili olanı doğrudan kabul etme sürecine getirmiştir.

Bütün bunlar medyanın tek elde toplanmasından kaynaklanmaktadır. Uluslararası medya ve diğer içeriklerin döngüsü de bu süreci hızlandırmışlardır. İnsanların bakış açısı kısıtlanmış ve birbirlerine benzer hale getirilmeye çalışılmıştır.

### **1. Uluslararası Haber Ajansları ve Haber Döngüsü Üzerindeki Etkileri**

Haber ajansları, abonelerine haber, görüntü ve fotoğrafları belli bir ücret karşılığında satarak var olmayı amaçlayan kuruluşlardır. Haber ajansları her an bütün haberleri toplaması mümkün olamayan medya kuruluşları açısından oldukça önem arz etmektedir. Özellikle çok uluslu şirketlerin faaliyetinin bir ürünü olan “batıya ait” haber ajanları tüm dünya üzerinde hegemonyasını kurmuştur. Olaylar bu haber ajanslarının bakış açısıyla aktarılmaktadır. United Press International (UPI), Agance France Press (AFP), Agance Press (AP), Reuters gibi büyük ve uluslararası güce sahip haber ajansları dünyadaki haber döngüsünü elinde bulundurmaktadır.

Gelişen teknolojiyle birlikte uluslararası boyutta haberin aktarımının hız ve yaygınlık kazandığı bir gerçek olup; bu bağlamda gerek ekonomik gerekse teknolojik yönlerden önemli üstünlüklere sahip olan batılı haber ajanslarının etkinlikleri göz ardı edilememektedir. Dünyanın birçok yerinde çok sayıda muhabir bulundurabilen, teknolojik açıdan son derece donanımlı olan haber ajansları bu sayede oldukça geniş bir kitleye hizmet götürebilmektedir. Her alanda olduğu gibi iletişim alanında da gelişmiş ülkeler her zaman yönlendirici

konumundadır. Günümüzde artık internet aracılığıyla habercilik daha da gelişmekte, haber ajansları daha çok insana haber hizmeti götürmek durumunda kalmaktadır (Büyükbaykal, 2011:17).

Medyanın ve dolayısıyla haber döngüsünün içeriklerinin, uluslararası ajansların elinde olması, herhangi bir olay meydana geldiğinde, “anında” tüm dünyaya yayılmasını sağlasa da bu olayların tek, benzer bakış açısıyla verilmesi oldukça ilgi çekicidir. Bu durum dünya üzerinde eşit olmayan ve dengesiz bir haber döngüsünün meydana gelmesine neden olmaktadır.

Naom Chomsky’nin başını çektiği bir grup iletişimci, medyanın artık uluslararası şirketlerin denetiminden çıkıp halkın denetimine girmesi gerektiğini ortaya atan bir görüşü savunmuşlar; medyanın küreselleşmesine karşı çıkmışlardır. İmmediast olarak bu yaklaşım kuralları şu şekilde sıralanmıştır: *Medyanın küresel döngüdeki yöntem anlayışını deşifre etmek, bireyleri medya okuryazarlığı konusunda bilinçlendirmek, medya iletilerine karşı bir direniş oluşturmak, kitle iletişim araçlarının yayınları üzerinde kamu etkisini artırmak, kütüphanelerin kurulması ve medyanın halkın denetimine geçmesi* (Chomsky, 1995:19).

Bu yaklaşım incelendiğinde, pek de gerçekleşmesi mümkün gibi görünmemektedir. Ancak, uluslararası haber döngüsündeki eşitsizlik özellikle iletişim dünyasında tepkiler toplamıştır. Tek taraflı bakış açısıyla sunulan haberlerin toplum üzerinde yarattığı olumsuz etki fark edilmiştir.

Medya artık günümüzde bilgi aktarma işlevinden çok eğlendirme işlevine bürünmüştür. Haberler bile eğlence kavramıyla karışık verilmekte bu kavrama haber ve eğlence kavramlarının birleşimi olan “habeğlence” denilmektedir (Tılıç, 1998:53).

Görüldüğü gibi haberin içeriğinde de değişimler söz konusudur. Artık eşitsiz döngünün yanında bir de haber içeriklerinin “ciddiyetini” kaybetmesi durumu da ortaya çıkabilmektedir. İnsanların “vakit geçirmesi” için yapılan bu haberler, gerçek algısını olumsuz yönde etkileyebilmekte ve sorgulama yeteneğinin ortadan kalkmasına neden olabilmektedir.

Dünya üzerindeki ekonomik döngünün değişmeye başlamasından sonra, gazetecilik ve habercilik de kabuk değiştirmiştir. Üç büyük haber ajansı olarak Associated Press, Reuters ve Agance France Press, arasından en güçlü olan AP olarak kabul edilmektedir. (Yüksel, 2014:36).

Konunun en ilgi çekici noktalarından biri de bilgilendirme ve farkındalık yaratma ürünü olan haberin, sermayenin bir ürünü haline gelmesidir. Bu durum uluslararası boyutlara da taşınınca elbette etki gücü daha fazla olacaktır. Haber döngüsünün UPI, AFP, AP ve Reuters gibi ajanların elinde olması sermaye hakimiyetinin daha çok batı üzerinde olduğunu göstermektedir. Bu ajansların hepsi ait oldukları ülkelerin hükümetleri tarafından desteklenmektedir. Bu da ajansların, bağlı buldukları ülkelerdeki egemen görüşün çerçevesinden haber yaptıklarını göstermektedir.

Dünya üzerinde faaliyet gösteren Reuters ve onu takip eden diğer ajansları genellikle büyük şirketler, bankalar takip etmektedir. Buna bağlı olarak ajanslar da ticarete ve para döngüsüne yönelik haberler ve görsellere yer vermektedir. Böylece haber döngüsünü elinde bulunduran bu ajansların habercilik/gazetecilik anlayışları üzerinde bir tartışma oluşmuştur (White, 1997; 128).

Başka bir deyişle haber ajansları artık tamamen kapitalizme hizmet eden kuruluşlar haline gelmiştir. Ekonomi ağırlıklı haberler de vermesi bunun sağlam kanıtlarından biri olarak gösterilebilmektedir. Tüm bunlar birlikte düşünüldüğünde uluslararası haber ajanslarının kurulma amaçlarının tekrar tartışılması gerekmektedir.

Genel olarak İngiltere, Fransa, Amerika gibi ülkelerin etkisinde bulunan uluslararası haber ajansları dünyadaki haber döngüsünü ellerinde bulundurmaktadırlar. Bu döngünün sadece belli güçlerin elinde bulunması da habercilik anlayışını olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Ülkelerde hakim olan medya sistemleri bulunmaktadır. Uluslararası haber ajansları belli “küresel oyunların” en önemli aktörlerinden biri

olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, “olması gerekeni” haber yaparak, dünya üzerindeki hedef kitleye tek tip haber sunulmasını sağlanmaktadır. Hedef kitle de zaman içerisinde olaylara bu sunulu olan haberlerin yarattığı perspektiften bakmaya başlayarak, sorgulama yeteneklerini kaybeden noktaya gelmektedir. Uluslararası haber ajanslarının ortaya çıkması ve süreç içerisinde belli sermaye güçlerinin elinde olması durumu; haber ajanslarının kuruluş amaçlarında büyük değişikliklere neden olmuştur.

Amerikan sinema filmleri ve yazılım programlarından Japon çizgi filmlerine, İngiliz ihracı İngilizce programlarına kadar “yabancıların” kültürel hakimiyeti söz konusudur. Basın yayın organlarında AP, AFP, UPI, REUTERS gibi uluslararası boyutta etkinlik gösteren ajansların ürettiği enformasyon öncelikli görülmekte; asıl gündemi belirlemekte, toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Ancak tek yönlü ve dengesiz iletişim akışında asıl üzerinde düşünülmesi gereken nokta, batı kaynaklı haberlerin yoğun bombardımanı altında yaşarken, yerel kültürlerle ilgili olgu ve olayların haber yapılmamasıdır. Ve yapılan haberler de, daha çok bu ülkeler hakkında olumsuz imaj yaratabilecek niteliktedir.

## 2. Görsel Medya ve Küreselleşme

Haberlerde olduğu gibi diğer kitle iletişim araçları ve medyanın, iletişim alanının diğer dalları da küreselleşmeden paylarını almışlardır. Film endüstrisi ve televizyon programları da küreselleşme kavramından etkilenmişlerdir. Film endüstrisi ve televizyon görsel gücü sayesinde fikir ve düşünceleri inşalara daha rahat empoze edebilmektedir. Haber ajanslarındaki gibi film endüstrisi ve diğer televizyon programı formatlarının neredeyse tamamına yakını ABD ve Avrupa menşelidir. Dolayısıyla bu ülkelerde üretilen film ve diğer televizyon programları, kitleleri etkileyip belli bir düşüncenin etrafında toplamayı amaçlamaktadır. Okuma yazma da gerektirmeyen bu görsel araçlar daha fazla insana ulaşabilmekte ve etkileyebilmektedir. Filmler ve televizyon programları üretildikleri ülkelerin belirli kültürel kodlarını taşımakta ya da “olması gereken” kültürü bünyelerinde barındırmaktadır. Ve bu kültür özelliklerinin de hedef kitle tarafından benimsenmesi hedeflenmektedir. Kültür endüstrisi ve medyanın desteklediği kültür emperyalizmi bunu gerektirmektedir. Filmlere, kliplere ve diğer programlara gizlenmiş ve/veya açık halde verilen mesajlar da bu durumu hızlandırmaktadır.

Küreselleşme, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte hız kazanmıştır. Eğlencenin giderek kâr getiren bir hale dönüşmesinde en güçlü kavram medyanın görsel bir güce sahip olması şeklinde değerlendirilmektedir.

Dünya geneline bakıldığında Amerika'nın başı çektiği bir izlenme tarzı tercih edilmektedir. Amerika çıkışlı sinema filmleri ve televizyon programları tüm dünyaya yayılmıştır. Yıldız Savaşları, Rocky, Rambo, Yıldız Savaşları vb. filmler hemen hemen tüm dünya ülkelerinde kalabalık izleyici kitlesine ulaşmıştır (Webster, 1995:20).

Televizyon programları arasına yerleştirilen reklamlar aracılığıyla izleyiciler gördükleri yaşamları taklit etmeleri için tüketme konusunda ikna edilmektedir. Yine müzik kliplerinde pop ya da rock starların hayatlarına özendirilecek kodlar yerleştirilmektedir. O kadar ileri noktada bu yaklaşım kendini hissettirmektedir ki, onların yediklerini yeme, içtiklerini içme, giydiklerini giyme, tüm dünya geneline yayılmış bir küreselleşme süreci üzerindeki medyanın etkisini gözler önüne sermektedir. Küresel beslenme alışkanlıkları, giyim tarzlarının büyük bir çoğunluğu medya aracılığıyla oluşturulmuştur. Hem üretim hem de tüketim küreselleşmiştir. (Yaylagül, 2008: 170-177).

Görüldüğü gibi, küreselleşme süreci medyanın her alanında kendisini hissettirmektedir. Farklı kimlik algısı gibi kavramlar başta olmak üzere televizyon programları ve filmler hedef kitleye fenomen olan bir yaşam tarzı ortaya sunmaktadır. Yayınlan televizyon dizileri, televizyon programları ve filmler bir çok insanın fazlaca etkilenmesine neden olmuş; özellikle yeni iletişim teknolojilerinin gündelik hayata girmeye başlamasıyla

birlikte 2000'li yıllarda hedef kitle görsel medya ürünlerinden daha fazla etkilenmeye başlamıştır. Bu durum kişilerin kimlikleri üzerinde de etkilerde bulunmaktadır.

İzleyiciler için yeni medya düzeni, BSKyB, CNN, MTV ya da Cartoon Network gibi yeni ticari kanalların ortaya çıkmasıyla gözle görülür hale gelmiştir (Morley&Robins, 1997: 32). Başka bir deyişle medya düzenine bomba gibi düşen bu kanallar, güçlü ve etkileyici bir medya sisteminin oluşmasını sağlamıştır. Tüm dünya genelinde milyarlarca izleyicisi olan bu kanalların etki ve yönlendirme gücü oldukça önemlidir.

Sınır tanımayan küresel televizyon, yayınlan uluslararası alanda geniş kitlelere aynı anda seslenebilmektedir. Televizyon alanındaki gelişmeler iletişim endüstrisindeki tüm değişimlerin temel bir parçası olup; dünyadaki televizyon ve genel başlıkla medya düzenine baktığımızda ekonomik yönden üstün olan ülkelerin bu alanda da önemli bir üstünlüğe sahip olduklarını söylemek mümkündür. Herhangi bir ülkede medya endüstrisinin gelişmesi tamamen ekonomik gelişmeyle ilişkilidir. Gelişmiş ülkelerin mali kaynakları medya endüstrisini besleyecek güce sahiptir (Ilgaz, 2014: 5).

### III. Karşı Çıktılar ve Yerel Medyanın Önemi

#### A. Eşitsiz ve Dengesiz Haber Düzenine Karşı Çıktılar

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve buna bağlı olarak medyada yaşanan küreselleşme uluslararası haber döngüsünde bazı değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Ve bu durum beraberinde, daha önce de değinildiği gibi eşitsiz ve tek tip bir düzen getiren yeni iletişim düzenine karşı çıktılarını getirmiştir.

Medya alanında yaşanan küreselleşme toplum üzerinde olumsuz etkide bulunarak; toplum üzerinde her gün giderek artan bir kutuplaşmaya sebep olmaktadır. (Mattelart, 2001: 100)

İletişim sistemlerindeki değişiklikler dünya üzerindeki iletişim ağına yeni bir anlayış getirmiştir. Bu anlayış medyayı kendi görevlerinden uzaklaştırıp sadece bazı çıkarılara hizmet eden bir sektör haline gelmesine neden olmuştur. Bu şekilde eşitsiz bir ortam da beraberinde gelmiştir.

Medya düzeni yerel kültürleri zenginleştirmek yerine daha da zayıflamasına yol açmaktadır. Çünkü modernleşme yönlü bir iletişim ağı yerine hazır içerikler bulunmaktadır. Özellikle uluslararası iletişim ağı bunun gerçekleşmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kitleler bilinçten uzaklaştırılarak bir standarda alıştırılmaktadır (Sungur, 2008: 22). Medya iletilerinin küreselleşmesi süreciyle birlikte ortaya çıkan tek yönlü iletişim modelleri, belli eşik beklentilerinin mutfağından çıkan kalıplaşmış haberler, var olan düzene karşı çıktılarını da beraberinde getirmiştir. Tüm bunlar tartışılırken dikkatle üzerinde durulması gereken bir diğer nokta da medyanın hangi mesajları gizlediğidir. Özellikle eleştirel medya çalışmaları, hedef kitlenin tarafsız ve doğru bir şekilde bilgilendirilmesinin yerine, belli çıkarılara hizmet edecek şekilde haberlerin yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır (Dirik, 2007: 63).

Medyadaki bu tarz bir dönüşümü en çok eleştiren ve karşı çıkan taraflardan biri de eleştirel yaklaşımlardır. Medyanın içeriklerinin oluşum süreci küreselleşme ile birlikte iyice değişiklik göstermeye başlamıştır. Hedef kitle bir bütün olarak görülmüş, belli biçimdeki haberler ve belli bir kültür düzeni yaratılmaya çalışılmıştır.

Frankfurt Okulu medyanın sahiplik yapısıyla ve buna bağlı olarak oluşturulan haber ve diğer içeriklerin sadece belli bir görüşün bakış açısıyla çıktığını ve kitleleri kültürel açıdan olumsuz etkilediğini savunmaktadır. Bu durum günümüzdeki küresel medya ile kendini iyiden iyiye hissettirmiştir. Artık insanlar medya aracılığıyla pasifize edilmiş; sorgulamadan uzaklaşmışlardır.

Gelişmemiş ülkeler ekonomik yetersizliklerinden ötürü gelişmiş ülkeler tarafından sağlanan enformasyonu kabul etmek durumunda kalmışlardır. Bu süreç içerisinde, verilen enformasyonla (haberlerle) yalnızca toplumlar aydınlatılmamakta; aynı zamanda yönlendirilmektedir. Gelişmiş ülkeler bu özelliği kendi çıkarları için kullanarak; verdikleri haberlerde gelişmemiş ülkelerle ilgili doğal afet, iç savaş, açlık, gibi o ülkenin dünya

kamuoyunda prestijini zedeleyecek haberler yayımlanmaktadır. Böylelikle sömürgecilik iletişim alanına da yansımış; dış politika ve uluslararası ilişkilerde gözlemci, katılımcı ve hatta tarafları bir araya getiren bir güç haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları verdikleri bir haberle bir ulusun imajını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Böylelikle iletişim emperyalist ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında egemenlik ilişkisinin bir boyutu durumuna gelmiştir (Gönenç, 2015:56).

Görüldüğü gibi iletişim dünya üzerinde belli ülkelerin elindedir. Bu durum özellikle iletişim alanında çalışmalar yapan, Eleştirel Yaklaşımlar, İngiliz Kültürel Çalışmalar, Frankfurt Okulu gibi akımların dikkatini çekmiştir. Bunun için bazı kuruluşlar iletişim düzeni konusunda öneriler sunmuşlardır.

Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni'nin (NWICO) amacı, tüm dünya üzerindeki insanların iletişim olanaklarından eşit bir şekilde yararlanması sağlayacak bir sistem kurmadır. Bu kuruluşun diğer bir amacı da medya iletilerinin kültürel tekdüzeleşmeye sebep olmasını engellemektir (Ansah, 1991: 205).

UNESCO'nun bir girişimi olan Yeni İletişim Düzeni'nin, günümüz emperyalist dünyasında pek de başarılı olduğu söylemek mümkün görülmemektedir. İletişim sektörüne daha fazla gücün girmesi, sermayenin artması, iletişim teknolojilerinin gelişmesi, yeni alternatiflerin ortaya çıkması, küresel iletişim döngüsünü daha da hızlandırmıştır.

Yeni iletişim teknolojileri ve bunun getirdiği küresel medya anlayışı birden fazla çalışmayı da beraberinde getirmiştir. Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni'nin yanında insanların dengesiz haberleşme düzeninden olumsuz etkilenmesini istemeyen MacBride Raporu gündeme gelmiştir.

MacBride Raporu iletişimin ve yeni medya sistemlerinin eşitlikçi bir yapıya sahip olmasını; bunun demokrasinin bir gereği olduğunu savunmuştur. Haberleşme sistemlerindeki yaptırımların ve tek yönlü bakış açısının ortadan kalkmasının daha özgürlükçü bir yapıyı da beraberinde getireceğini belirtmiştir.

2000'lerde gelir dağılımındaki adaletsizliğin iletişim sektörüne de yansıdığını ortaya koyan WSIS, iletişimdeki sermayeleşme kavramına dikkat çekmiştir. Sermaye yönünden kuvvetli olanlar iletişim döngüsünü hak olmaktan çıkarmış ve ayrıcalık konumuna getirmiştir. Bu durum da kültürel kodları olumsuz etkilemektedir.

Genel olarak belli başlı iletişim düzenlerine bakıldığında bunların pek de başarılı olduğu söylenemeyecektir. Çünkü artık iletişim sadece araçlardan ibaret değildir; onun verdiği mesajlar da çok önemlidir ve bu mesajlar toplumsal düzeni etkilemektedir. Medyanın küresel gücü hedef kitlenin büyük bir kısmını yönlendirebilmektedir. İletişim düzenlerinin ortaya koyduğu ve savunduğu kavramlar, her geçen gün biraz daha başarısız olmakta; ancak, gerçeğe de dikkat çekmektedir.

## **B. Yeni/Yerel Medya Aktörleri**

Küreselleşme sürecinde medya büyük bir değişim göstermiş ve etkisi tüm dünyaya yayılmıştır. Medya sektöründe elbette küresel gücün varlığı yadsınamaz, ancak ulusal, bölgesel ve yerel medyanın da varlığın da kabul edilmesi gerekmektedir.

Yerel medya toplumun küçük yapılanmaları hakkında temsil özelliğine sahip olduğu için önemli bir konumda yer almaktadır. Küresel medya güçlerinin yanında varlığını devam ettiren yerel medya önemli siyasal araçlardan biri olma niteliğini haizdir. Özellikle ulusal basının her alanda etkisini gösterdiği ana akım anlayış karşısında farklı olma özelliğini sürdüren yerel/alternatif medya tüm dünyada diğer medya güçlerinin yanında bir yer edinmeye çalışmaktadır (Alankuş, 1998:111).

Globalleşen medya ortamında lokal kalabilmek, medya kanalları açısından oldukça önem arz etmektedir. Ulusal medya ne kadar tek tipleşmiş gibi görünse de; yerel medyada ürünler hem ulaşılabilirlik hem de farklılık açısından önemli özellikler gösterebilmektedir. Ulusal medyada aynı olay hakkında birbirlerine benzer manşetler atılırken, yerel medyada bu durum nadir olarak yaşanabilmektedir. Yerel ve bölgesel

medyanın bu yapısı hedef kitlenin de ilgisini çekmeye başlamıştır. Yerel ve bölgesel medya kuruluşları yayınladıkları bölgelerdeki ya da il-ilçe merkezlerinde meydana gelen olayları ulusal, uluslararası boyutlara taşıyabilmektedir. Yerel, bölgesel medya alternatif bir söylemi de beraberinde getirmektedir. Bu durum, küresel medyanın sahip olduğu katı hegemonik ortamı biraz olsun yumuşatabilmektedir.

Montreal’de bulunan Videazimut ve Deep Fish gibi küresel olandan daha kısıtlı alan medya aktörleri, günümüzde hala önemli bir noktada yer almaktadır.

Ulusal, bölgesel ve yerel değerler taşıyan medya sistemleri ülkelerle ilgili haberleri gündeme getirmektedir. Yine farklı yörelere ait kültürel özellikler ve bunların insanlara duyurulması medya araçları sayesinde gerçekleşmekte; bu noktada, yerel, bölgesel ve ulusal medya demokrasinin en önemli aktörleri olabilmektedir. Çünkü, onlar, farklı özellikleri yansıtabilmektedir. Ekonomik ve politik kaygıların ve ana akım yaklaşımların etkisinde kalmayan lokal ölçekteki medya ürünleri bu konuda oldukça ilgi çekicidir.

Bu yönde, yine San Fransisco’daki Küresel İletişim Örgütü çevrecilere hizmet eden bir yayın kuruluşu olarak işlevini devam ettirmektedir. 1988 yılında kurulan Alternatif İletişim Ağı (ALTERNET) de, ABD’deki, bilgi servisi veren 100’den fazla haftalık bağımsız yayın organını kapsayan bir ağ olarak, medya tekellerine bir karşı duruşun ifadesi olarak hizmet vermektedir (Başaran, 1998: 47-48). Türkiye’de ise, BİA (Bağımsız İletişim Ağı) kurulmuştur. 56 radyo, 12 gazete ve 6 yerel televizyonun öncülüğünde kurulan BİA günümüzde pek çok yerel/bölgesel medya kanalın bünyesinde barındırmaktadır.

Görüldüğü gibi pek çok yerel/bölgesel kuruluş küresel medyanın karşısında var olmayı sürdürebilmektedir. Ancak bu tarz örgütlü çalışmaların daha da yayılması gerekmektedir. Kültürel alanda tekdüzeleşmeyi beraberinde getiren küresel anlayışa farklı alternatifler sunulması ve farklı bir medyanın de varlığı göstermek küresel döngüyü etkileyecek gibi görünmektedir. Yine internet kullanımının ucuzlaşması ve buna bağlı olarak yaygınlık göstermesi de bölgesel ve yerel olanın, küresel medyanın karşısında bir alternatif oluşturmasına zemin hazırlayabilmektedir.

## SONUÇ

Küreselleşme tüm dünya üzerindeki kültürlerin, yaşam tarzlarının, siyasi yapının, ekonomik özelliklerin karşılıklı etkileşim ve iletişim çerçevesinde birbirine bağımlı hale gelmesi olarak tanımlanabilmektedir. Kültürlerin, yaşam tarzlarının empoze edilmesi; tek tip bir yaşam tarzının oluşması ve lokal kültürlerin yavaş yavaş ortadan kaybolmaya başlaması da küreselleşme sürecinin en önemli etkilerinden biridir. Özellikle medya alanında yaşanan küreselleşme, küreselleşme sürecinin daha da hızlanmasını sağlamıştır. Kültür endüstrisinin kitlelere sunduğu yaşam tarzı, çok uluslu şirketlerin tek taraflı habercilik anlayışları, hedef kitleyi küreselleşme yönünde olumsuz etkilemiştir. Belirli bakış açılarıyla çıkan tek yönlü dengesiz haber akışı, haberlerin belli haber ajanslarının elinde olması, çeşitliliği azaltmış ve hedef kitlenin bilinçlenmesinin önüne geçmiştir.

Film, müzik, tv programları gibi sektörleri de elinde bulunduran Amerika Birleşik Devletleri ve güçlü Avrupa ülkeleri bu tarz görselliği ağır basan iletişim araçlarına kendi yaşam kültürleri ya da oluşturmak istedikleri kültürel anlayışın kodlarını yüklemişlerdir. Böylece verili olanı sorgulamadan kabul eden hedef kitlenin daha da hızlı etkilenmesine yol açılmıştır.

Kapitalist kitle kültürü medya aracılığıyla tek tip bir yaşam tarzı oluşturmaya çalışmalarını güçlü şekilde sürdürmektedir. Tüketim ağırlıklı bu anlayış her geçen gün daha da hızla yayılmaktadır. Bunun da en büyük araçlarından biri şüphesiz medyadır.

Uluslararası haber ajansları, -özellikle batıya ait olan UPI, AP, Reuters ve AFP- uluslararası haber döngüsünün büyük bir kısmını elinde bulundurmaktadır. Olaylar bu çok uluslu şirketlerde çalışan eşik bekçileri tarafından, olduğu gibi değil, “olması gerektiği gibi” yansıtılmaktadır. Bu durum da haber akışında dengesizliğe neden

olmaktadır. Haberler belli bir düşüncenin, ideolojinin bakış açısına göre yeniden üretilmektedir. Dünya üzerinde meydana gelen her olay bu ajanslar tarafından habere dönüştürülmemekte; döngüye sadece belli konuların girmesi söz konusu olmaktadır. Bu kapsamda, iletişim araçlarına ulaşabilen hedef kitle sadece bu ajanslardan servis edilen bilgilerle olaylardan haberdar olmaktadır. Daha önce de değinildiği gibi sorgulama yeteneğini medyanın oluşturduğu gerçeklik algısı nedeniyle yavaş yavaş kaybeden kitle, olayları “tamamen gerçek” olarak algılayıp; kabul edebilmektedir.

Ancak var olan küresel medya sistemine bazı karşı çıkışlar da söz konusudur. Özellikle Eleştirel Yaklaşımcılar, İngiliz Kültürel Çalışmacılar ve Frankfurt Okulu medyanın belirli sermayenin elinde olmasına ve her türlü ürünün bu bakış açısıyla yansıtılmasını eleştirmişlerdir. Birbirine benzer iletilerin var olmasını ve bunların hedef kitleye doğrudan gönderilip onların da bu iletilerden etkilenmesini, kültür endüstrisi ve dolayısıyla kültür emperyalizmi ile bağlantılanmışlardır. Gerçekten de medyanın küreselleşmesi ile birlikte kültürde bir tekdüzeleşme meydana gelmiştir. Benzer yeme içme alışkanlıkları, benzer moda akımları, olaylar karşısında verilen ortak tepkiler bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir.

Küresel iletişim anlayışına, var olan uluslararası iletişim düzeninin durumunun farkında olup yeni bir anlayış getirmek isteyen öneriler de olmuştur. Özellikle Yeni İletişim ve Enformasyon Düzeni, MacBride Raporu, World Summit of Information Society – Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi gibi yaklaşımlar medyadaki küresel sisteme ve dengesiz döngüye dikkat çekmeye çalışmışlardır. Ancak gücün belirli sermayelerin elinde olması bu yaklaşımların başarılarına gölge düşürmüştür.

Diğer yandan, yerel ve bölgesel medya, halen, küresel akıştaki yoğun dengesiz döngüye alternatif oluşturabilecek niteliği haizdir. Küresel medya karşısında varlıklarını sürdürebilmeleri için yerel ve bölgesel medya kuruluşları, Vidéazimut, The Deep Fish, Çok-Kültürlü Avrupa için Kamusal Yayıncılık (Public Broadcasting for a Multicultural Europe), ALTERNET, BIA gibi oluşumlarla desteklenmiştir. Birçok yerel kanal bu oluşumlar üzerinden yayın yapabilmektedir. Böylece yerel ve bölgesel olan, küresel akışın yanında daha fazla bilgi sahibi olunması açısından alternatif oluşturmaktadır.

Küreselleşme, kültür, siyaset, ekonomi alanında olduğu gibi medya alanında da yoğun şekilde hissettiren; olumlu etkileri de bulunmasına karşın; çok uluslu şirketlerin ve batı emperyalizminin etkisi altında olması yönünden, dengesizlik oluşturmaktadır. Yani meydana gelen olaylar habere dönüştürülürken olması gerektiği gibi hedef kitleye yansıtılmaktadır. Bu durum da haberde doğruluk kavramını ortadan kaldırmaktadır. Film, müzik ve diğer görsel programlar da kültürel benzeşmeleri sıklaştırmakta ya da hakim kültürün insanlar üzerinde egemen olmasını sağlamaktadır. Kültürel emperyalizm sayesinde küresel medya bir kâr aracı haline dönüşmüştür. Medyadaki bu döngü üzerindeki eleştirel yaklaşımlar ve çeşitli oluşumlar da kurulmaya çalışılsa da bunlar yetersiz gibi görünmektedir.

McLuhan'ın savunduğu gibi, küreselleşme, uydu teknolojisi ile birlikte, diğer ifade ile uydu yayıncılığı, internet yayıncılığı, yeni medya ile birlikte, bilginin kolay dolaşımını ve bireylerin yakınlaşmasını sağlamıştır. Ancak, diğer yandan da, Baudrillard'ın değindiği gibi tüketim ve bilinçsiz tüketimi hızlandırmıştır. Ortada, masumane olarak yorumlanacak bir durum değil; aksine, gizli amaç olarak dünyadaki dengeleri, kendi çıkarları doğrultusunda düzenleme amacı yer almaktadır.

ABD – AB çıkarları doğrultusunda; insan hakları, demokrasiyi geliştirme görünümü altında farklı noktalara gidilmesi yerine; ülkelerde yerel önlemler alınmalı, sivil toplum örgütleri ve diğer iç kurumların yorumları dikkate alınarak düzenlemeler ve yerinde önlemler alınması durumunda, iyi ve kötü kavramlarının tartışılabilirliği ortadan kalkabilecek; daha adil bir medya düzeni sağlanabilecektir.



## KAYNAKÇA / REFERENCES

- Alankuş, S. (2008). *Barış Gazeteciliği El Kitabı*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı.
- Ansah, P. (1999). *Uluslararası İletişimde Haklar ve Değerler Mücadelesi* (Çev ve Der: Kaplan, Y.). Kayseri: Rey Yayıncısı.
- Bağçe, H. E. (2006). *Franfurt Okulu*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2005). *Can Çekişen Küresel Güç* (Çev. Oğuz Adanır). Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme-Toplumsal Sonuçları* (Çev: Yılmaz, A.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boyd, B. O. (1980). *The International New Agencies*. Londra: Constable.
- Chomsky, N. (1999). *Medya Denetimi* (Çev: Şen, S.). İstanbul: Tüm Zaman Yayıncılık.
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği* (Çev: Yılmaz A. ve Akınbay, O.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Çiğdem, G. (2011). Küresel ve Ekonomik Krizler ve Etkileri, Medya ve Medya İşletmelerine Yansımaları, Marmara Üniversitesi Gazetecilik ABD., Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Dirik, Ç. (2007). *Küreselleşme Çerçevesinde Küresel Medya-Türk Medyası İlişkisi*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Dolunay, A.; Kasap, F. & Keçeci, G. (2017). Freedom of mass communication in the digital age in the case of the internet: "freedom house" and the USA example. *Sustainability*, 9(10), 1739
- Gönenç, Ö. (2014). Medyanın Kamuoyu Oluşturma Üzerindeki Etkisi, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21(2), 57-62.
- Görgen, M. A. (2013). Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu, Küreselleşmeyi Yöneten 3 Ana Kurum: IMF, Dünya Bankası, DTÖ, *SDÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 119-134.
- Habermas, J. (2000). *İletişimsel Eylem Kuramı* (Çev: Tüzmen, M). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Harvey, P. (1999). *Postmodernliğin Sonuçları* (Çev: Savran, S.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Held, D. & McGrew, A. (2008). *Küresel Dönüşümler*. Ankara: Phonix Yayınları.
- İlgaz, C. (2014). Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Yaşam, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 48-66.
- Kaderoğlu, B. Ç. (2015). NWICO'dan WSIS'e Uluslararası İletişim Dönüşümünde Mücadele. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Kadioğlu, Z. (2014). *Medya Sermayesinin Yayılmacılığı ve Türk Medyası*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları,
- Keane, J. (2000). *Medya ve Demokrasi* (Çev: Şahin, H.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kutlu, Ö. (2011). *Kamu Yönetiminde Küreselleşme* (Der: Çukurçayır, M. A.), Küresel Sistemde Siyaset ve Ekonomi. Konya: Çizgi Yayınları.
- Mattelart, A. (2001). *İletişimin Dünyasallaşması* (Çev: Yücel H.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Medya Nedir (ty.). Eriřim adresi: <http://www.medyahukuku.org/makale/medya-nedir/>

Mora, N. (2011). *Medya alışmaları, Medya Pedagojisi ve Kültürel İletişim*, Ankara: Nobel Yayınları.

Morley, D. & Robins, K. (1997). *Kimlik Mekanları* (ev: Zeybekođlu E.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Öncü, A. & Weyland, P. (2005). *Küreselleřen Kentlerde Yaşam Alanları ve Kimlik Mücadeleleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Rigel, N. (Ed.) 2005. *Kadife Karanlık (21. Yüzyıl İletişim ağını Aydınlatan Kuramcılar)*. İstanbul: Su Yayınları.

Samuel, A. (2008). Globalization and Income Inequality Implications for Intellectual Property Right, *Journal of Policy Modeling*, 30(5), 111-117.

Strager, M. B. (2006). *Küreselleşme*. Ankara: Dost Kitabevi.

Sungur, S. (2014) Kültürel Emperyalizm, Küreselleşme ve Yeni Dünya Düzeni, Beykent Üniversitesi, *Stratejik Arařtırmalar Dergisi*, 2(1), 113-142.

Tılıç, D. (1998). *Utaniyorum Ama Gazeteciyim*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Tomlison, J. (2013). *Küreselleşme ve Kültür* (ev: Eker, A.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tonta, Y. & elik, A. (1996). Düřünce zgrlđ, Bilgi Edinme zgrlđ ve Bilgi Hizmetleri. *Bilgi Edinme zgrlđ* içinde; Türk Kütüphaneciler Derneđi Ankara Őubesi: Ankara, 1–13.

Waters, M. (2001). *Küreselleşme*. London: Routledge.

Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yüksel, H. (2014). Haber Ajanları İlişkisinin Dönüşümü, *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 33-56.