

Bölüm 10

KÜRESEL MEDYA VE DEĞİŞEN HABERCİLİK DİNAMİKLERİ

Petek DURGEÇ¹

Giriş

Küreselleşme, ekonomik yapı içindeki tüm sektörleri etkilediği gibi medya sektörünü de etkilemiş ve medyada birtakım yapısal değişimlerin gerçekleşmesine neden olmuştur. Dünya üzerindeki coğrafi sınırların önemini yitirmesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte mekân kavramı da önemini yitirmiştir. Artık bireyler dünyanın neresinde olursa olsun dünyada olup biten olaylarının izleyebilme ve olaylardan haberdar olabilmek şansına sahiptir. Son yirmi yıldır yaşanmamış bir küreselleşme hareketi sonucunda hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin temel noktası yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerdir.

Küreselleşmeyi günümüzde geldiği noktaya taşıyan en önemli araç olarak karşımıza çıkan medya, küreselleşmenin yayılcı politikasına paralel olarak faaliyet gösteren en önemli olgulardan biridir. Medya aracılığıyla toplumlar arasındaki sınırlar kalkmakta ve toplumlar birbirlerinden daha kolay haberdar olabilmektedir. Bu süreçte, tüm sektörlerde olduğu gibi medya alanında da satın almalar, ortaklıklar veya birleşmeler yaygın olarak görülmektedir.

Yirminci yüzyılda iletişimin küreselleşmesi, esas olarak büyük ölçekli iletişim holdinglerinin faaliyetlerinin sürüklendiği bir süreçtir. İletişim holdingleri çalışmalarını kendi ülkelerinden başka bölgelere genişletmiş ve bazı büyük endüstriyel ve finansal şirketler enformasyon ve iletişim sektöründe önemli kazançlar sağlamıştır. Dev şirketler, birleşmeler, satın almalar ve başka ortaklık biçimleriyle o ana kadar görülmedik bir noktaya ulaşmışlardır ve iletişimin küreselleşmesinde üç alandaki teknolojik gelişmelerin belirleyiciliği dikkat çekmektedir. Bunlar, elektronik kodlu enformasyonu taşımak için geliştirilen kablo sistemlerinin döşenmesi, uyduların artan kullanımı ve enformasyon işleme, biriktirme ve canlandırma ile ilgili sayısal yöntemlerin kullanımındaki artış olarak gösterilebilir.

Küreselleşen medya sistemini irdeleyen bu çalışmada, haberin küreselleşme sürecinin ortaya çıkardığı sonuçların ortaya konması hedeflenmiştir. Kaynak taraması yöntemiyle yapılan çalışma kapsamında, öncelikle küreselleşme kavramı ve bu kavramın boyutları ortaya konulmuş, ardından küreselleşen habercilik olgusu tartışmaya açılmıştır.

¹Araştırma Görevlisi Dr. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü. petekdurgec@gmail.com

temelini yeni iletişim-enformasyon teknolojilerinin oluşturduğu bu hızlı değişim sürecine ayak uydurmak gerekmektedir. Küresel dünyanın kullandığı en önemli kitle iletişim aracı ise internet olarak ön plana çıkmaktadır.

Küreselleşme sürecinde tüm işletmeler yeni pazarlar bulup karlarını artırmak amacıyla yayılcı bir mantık içinde faaliyet göstermektedirler. Medya işletmeleri de bu zihniyetle yola çıkarak farklı ülkelerde yatırım yapma yolunu seçmişlerdir. Bu yatırımlar genellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yapılmıştır. Ayrıca medya şirketleri bu yatırımların dışında kendileriyle aynı güçte veya daha güçlü olan şirketlerle de stratejik yatırımlara girmişlerdir. Türkiye'deki medyanın, gelecek süreçte, küresel medya şirketlerinin daha da daha da artacak satın alma ve ortaklık girişimleriyle karşılaşacağı şimdiden anlaşılmaktadır.

Haberin küreselleşme süreci, genel olarak küreselleşme sürecinin bir parçasıdır. Küreselleşme süreciye dünya toplumlarının birbiriyle bütünleşmesini, farklı kültürlerin birbirine açılmasını ve birbirinden eskisinden daha fazla haberdar olmasını gerektirir. Birbiri hakkında daha fazla bilgi sahibi olan toplumların birbirini anlaması ve karşılıklı diyalog geliştirmesi de daha kolay olacaktır. Ancak, ülkeler arasındaki tanıma, haberdar olma, bilmesüreçlerinin tek yönlü olduğu bir sistemde çoğulcu, demokratik ve dengeli ilişkilerin kurulmasının zor olacağı açıktır. Bu bağlamda dengeli, çok kültürlü ve çoğulcu bir küresel haber akışının varlığından söz edebilmek için dünya genelinde ülkeler arasındaki iletişim anlamındaki eşitsizliklerin de ortadan kaldırılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Alemdar, K. & Kaya, R. (1993). *Radyo ve Televizyonda Yeni Düzen*. Ankara: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayınları.
- Bülbül, A. R. (2000). *Uluslararası İletişim*. Konya: Damla Ofset. s. 18
- Carlsson, U. (2003). *The Rise and Fall of NWICO: From a Vision of International Regulation to a Reality of Multilevel Governance*. *Nordicom Review*, 24(2), 31-67.
- Erbay, Y. (2011). *Küreselleşme Sürecini Anlamaya Yardımcı Bazı Kavramlar*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram Ve Araştırma Dergisi, Sayı:32.
- Erdoğan, İ. (1995). *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Mahiroğulları, A. (2005). *Küreselleşmenin Kültürel Değerler Üzerine Etkisi*. Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi. Sayı:50. s. 1277
- Milward, B. (2003). *Globalisation? Internationalisation and Monopoly Capitalism: Historical Processes and Capitalist Dynamism*. U K: Edward Elgar Publishing Limited.
- Morley, D. & Robins, K. (1997). *Kimlik Mekânları*. Emrehan Zeybekoğlu (çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Niray, N. & Bayram, Y. (2009). *Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum ve İslam*. Siyasal Kültür Yazıları (Der.) Nasır Niray. İstanbul: Derin Yay.
- Özkan, A. (2006). *Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri*. Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi Stratejik Raporu. No:15.
- Petras, J. & Veltmeyer, H. (2006). *21. Yüzyılda Emperyalizm Maskesi Düşürülen Küreselleşme*. (Çev) Özkan Akpınar. İstanbul: Mephisto Yayıncılık.
- Sparks, C. (2007). *Globalization, Development and the Mass Media*. London: Sage.
- Sugur, N. (1995). *Küreselleşme Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme*. Birikim Dergisi. Sayı:73
- Taylan, H. H. & Arklan, Ü. (2008). *Medya ve kültür: kültürün medya aracılığıyla küreselleşmesi*. Sosyal Bilimler Dergisi.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Dost Kitabevi.
- Varol, F. *Haberin Küreselleşmesi: Kuramsal Bir Değerlendirme*, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2 (s.77-92).