

ULUSLARARASI İLETİŞİM VE KÜRESEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Ceyda ILGAZ*

International Communication and Global Television Broadcasting

In the international communication, especially in the TV broadcasting, great media groups are playing an important role. Global TV broadcasting, are sending message at the same time to all the people. In this article we emphasize that the new order of the world is becoming a global order.

Key words: Global Television, International Communication

.....

*Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

“Bugün Batı’daki bizler, kanepeye oturup bir düğmeye basmakla egzotik olan Ötekini seyredabilmekteyiz; küresel haber medyası, hepimizi Ötekilerin garip adetlerini akşamdan akşama gözlemleyen salon antropologları ya da etnografları haline getirmiş bulunuyor. (Morley&Robins, 1997:26)

Dünya giderek hızlı bir değişim ve gelişim sürecine girmektedir. Temelini yeni iletişim teknolojilerinin oluşturduğu bu hızlı değişim sürecini ve bunun sonuçlarını günümüzde küresel boyutta ele almak gerekir.

“Elektronik alandaki bilimsel buluşlar ve bunların hızla sanayiye uygulanması dünya ölçeğinde bir iletişim ve bilgi patlamasına yol açmıştır. Artık dünyanın hiçbir yeri başka bir yerine uzak ve yabancı değildir. Son derece gelişmiş ve önemli ölçekte merkezileşmiş iletişim ağları her yere, her topluma ve insana ulaşmaktadır” (Şaylan,1994:101)

Uluslararası iletişimde özellikle televizyon alanında büyük medya şirketleri önemli rol oynamaktadır. Bu şirketler birbirleriyle yaptıkları ortaklıklarla kablolu yayın, televizyon ve sinema alanında daha güçlü konuma yerleşmektedir. Küresel medya şirketleri birbirleriyle yaptıkları ortaklıklarla, dünya çapında etkinliklerini ve piyasalarını genişletmekte ve böylece de daha fazla izleyiciye ulaşmaktadırlar. Örneğin “MTV ile dış pazarlara giriş yapan Viacom 63 ülkede yayın yaparak 240 milyon eve ulaşmaktadır. Rupert

Murdoch'un sahip olduğu News Corp ise 20th Century Fox film stüdyosu, Fox televizyon ağı ve Amerika gazeteleri ve dergilerinden oluşan bir grubu devamlı ileri götürecek bir ilgiye sahiptir." (Vivian, 1999:29)

MTV'nin yanı sıra dünya çapında yayın yapan CNN de küresel yayıncılık alanında önemli bir yere sahiptir. 24 saat yayın yapan ve merkezi Atlanta'da bulunan CNN'in, CNN Europe, CNN South East gibi bölgesel yayınlarının yanı sıra, yerel birlikteliklerle oluşturduğu CNN Türk gibi ülkesel yayınları da mevcuttur. "Uluslararası TV program üretiminde, ABD 1960'lı yılların ortalarından itibaren tüm diğer ülkelere nazaran iki kat daha fazla program ihraç ederek piyasaya hakim olmuştur." (İnceoğlu, 1998:144)

Gerek teknolojik gerek içerik açılarından dünyanın bir çok ülkesi, televizyon alanında etkinlik gösterebilmek için dışarıdan ithalata bağlı durumdadır. Kimi ülkelerin televizyon programlarına baktığımızda program içeriklerinin çoğunun yabancı kaynaklı olduğunu görmemiz mümkündür. Yabancı diziler, yabancı filmler, yabancı formatlı yarışma programları televizyon yayıncılığında önemli bir yer tutmaktadır. Bu durumda da televizyonun küresel bir izleyici kitlesi yarattığını söyleyebiliriz.

"Küresel televizyon, kamuoyunun oluşumunda özellikle bir role sahiptir. Blumler'e göre, küresel haber medyasının, sadece seçici odaklama ve gündem kurma etkisi yoktur. Onlar aynı zamanda dünya kamuoyunu gösteren ajanstırlar. Halen kitle iletişim araçları dünya kamuoyunun oluşumunda bir tekele sahip olup, kitle iletişim araçlarının belirli bir konuda dünya kamuoyunun görünümünü hakkında yayınları, günümüzde çok nadiren uluslararası

kamuoyu yoklamaları ile ikinci defa kontrol edilmektedir. Aslında, dünya kamuoyunun oluşumunda uluslararası kitle iletişim araçlarının oynadığı rol, kendi toplumlarındaki aynı rolün, küresel ölçekte bir uzantısıdır.” (Uluç, 2002:214)

Televizyonun tüm kitleler tarafından paylaşılan ve yeni türde bir kamusal yaşam biçimi yarattığı görüşü ileri sürülebilir. Küresel televizyonun bir dizi ekonomik ve kültürel pratik olarak yaygınlaşması dünya televizyon düzenini yeniden yapılandıran teknolojik ve politik gelişmelerle gerçekleşmiştir. Küresel medya ulusal-yerel öğelere karşılık küresel olandan yanadır. Görsel yayıncılık alanında hedefler küresel boyuttadır. Yapılan plan ve projelerde tüm dünyadaki izleyiciler hedef alınmaktadır ve uluslararası ortaklıklar giderek artmaktadır. Yeni medya düzeni artık küresel bir düzen haline gelmiştir.

“İzleyiciler için yeni medya düzeni, BSkyB, CNN, MTV ya da Cartoon Network gibi yeni ticari kanalların ortaya çıkmasıyla gözle görülür hale gelmiştir. Burada görülen, yeni hizmetler, yeni dağıtım sistemleri ve yeni ödeme biçimleriyle belirlenen yeni bir medya piyasasının doğuşudur.” (Morley&Robins,1997:32)

Sınır tanımayan küresel televizyon yayınları uluslararası alanda geniş kitlelere aynı anda seslenebilmektedir. Televizyon alanındaki gelişmeler iletişim endüstrisindeki tüm değişimlerin bir parçasıdır. Dünyadaki medya düzenine baktığımızda ekonomik yönden üstün olan ülkelerin bu alanda da önemli bir üstünlüğe sahip olduklarını söyleyebiliriz. Herhangi bir ülkede medya endüstrisinin gelişmesi tamamen ekonomik gelişmeyle ilişkilidir. Gelişmiş ülkelerin mali kaynakları medya endüstrisini besleyecek güce sahiptir.

Kaynakça

- İNCEOĞLU Yasemin, Medya ve Toplum, İstanbul, Der Yayınları, 1998.
- MORLEY David & ROBINS Kevin, Kimlik Mekanları, Çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997
- ŞAYLAN Gencay, Değişim Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi, Ankara, İmge Kitabevi, 1994
- ULUÇ Güliz, "Medya Yapılarının Küreselleşmesi", Doğu-Batı Düşünce Dergisi, Ankara, Felsefe, Sanat ve Kültür Yayınları, Şubat-Mart-Nisan 2002
- VIVIAN John, The Media of Mass Communication (fifth edition), Amerika, Allyn&Bacon, 1999

