

## ULUSAL EKONOMİLERİN BİRBİRLERİNE EKLEMLENMESİ VE ULUSLARARASI İLETİŞİM

\* Serdar KAYPAKOĞLU

Metinlerin tahta üzerine kazındığı bir baskı tekniği ile ilk düzenli yayınların Çin'de Tang döneminde (618-907), İmparatorluğun resmi yayın organı olarak gerçekleştirildiği ifade edilmektedir.<sup>1</sup> Ancak modern medyanın tarihinin 1440 yılında matbaanın bulunmasıyla başladığı ve bu buluşun bir devrim olarak görülmesine karşın, başlangıçta sadece mekanik bir çoğaltma işlemi olduğu, düzenli ve kollektif bir yayım için Gutenberg'in icadından sonra iki asrın geçmesi gerektiği belirtilmektedir.<sup>2</sup> Bu anlamda teknik olarak matbaanın bulunmasından çok, bu buluşa duyulan ihtiyaç arttığı ölçüde

---

\* *Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.*

<sup>1</sup> Roland CAYROL, *Les Médias*, Paris 1991, PUF, s. 26.

<sup>2</sup> Judith LAZAR, *Sociologie de la Communication*, Paris 1991, Armand Colin, s. 14. Düzenli ve kollektif ilk yayın olan 1631 yılında Théophraste Renaudot'un kurduğu *La Gazette*, hükümetin resmi organı olarak önce iki aylık sonra haftalık, önce dört sonra sekiz sayfa olarak yayımlandı. Gazetelerin yaygınlaşmasıyla sansür mekanizması da güçlendi, sansürçüler sadece metinleri kontrol etmiyor aynı zamanda yönlendiriyorlardı diğer yandan XVIII. yüzyıl basını konformist idi ve habere yönelik yorum yapılmıyordu. (a.g.e., s. 16)

baskı tekniğinin yaygınlaştığı ve yeni tekniklerin geliştirildiği söylenebilir. Nitekim Osmanlıya matbaanın girmesinin 1727 olarak belirtilmesine karşın, Yahudiler tarafından 1492 yılında ülkeye getirildiği ve İbranice Tevrat, tefsir, gramer ve tarih kitapları basıldığı, 1567'de Ermeniler'in ve 1627'de Rumlar'ın aynı teşebbüsü tekrarladıkları belirtilmektedir.<sup>3</sup> İlk Türkçe olarak yayınlanan gazete Takvim-i Vakayi'nin ise 1831'de haftalık olarak çıkartıldığı, 5 bin adet basılarak taşra eşrafı ve elçiliklere gönderildiği belirtilmektedir.<sup>4</sup> Bu anlamda düzenli ve kolektif ilk Türkçe yayın yine Avrupa'dan 2 yüzyıl sonra, Batılılaşma girişimlerinin başlaması ile gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan Osmanlı'nın son dönemlerinde Fransızca gazetelerin tirajlarının 6-8 bin, Rumca 4-12 bin, Ermenice 4-8 bin, Türkçe 10-15 bin olduğu ifade edilmektedir.<sup>5</sup> Bir başka ifade ile azınlıkların çıkardıkları gazetelerin toplam tirajı Türkçe gazetelerin çok üstündedir. Ş.Mardin Osmanlı İmparatorluğu'nda iki farklı kültürel dünyanın birbirleriyle fazla bir ilişkisi olmadan yanyana yaşadıklarını, bunlardan birinin kısmen sözlü olarak nakledilmiş edebî geleneklerin, folk-kültürün dünyası, diğerinin ise Divan edebiyatı diye adlandırılan küçük bir azınlığa yönelik "yüksek kültür" dünyası olduğunu ifade ederek iletişim araçlarını, ulemanın küçük bir grubu, yüksek dereceli memurlar ve hiçbir yere bağlı olmayan

<sup>3</sup> İsmet BİNARK, "Matbaanın Türkiye'ye Geç Girişinin Sebepleri", Yeni Türkiye, Kasım-Aralık 1996, s. 1612.

<sup>4</sup> Hıfzı TOPUZ, Türk Basın Sanayi, 2.B., İstanbul 1996, Gerçek Yayınevi, s. 7.

<sup>5</sup> E. G. MEARS aktaran Nete TUNÇAY, T.C.'de Tek Parti Yönetiminin Kurulması, 3.B., İstanbul 1992, Cem Yayınevi, s.232.

bazı entellektüellerin kontrol ettiklerini belirtmektedir.<sup>6</sup> Dolayısı ile XIX. yüzyılda Avrupa'da başlayan kitle iletişimin bu şartlarda Osmanlılar'da mümkün olamayacağı açıktır. Matbaanın Osmanlı İmparatorluğu'na geç girişinin (giriş tarihi 1727 olarak kabul edildiğinde) nedenleri arasında islâmiyet ve loncalara bağlı olarak çalışan hattat ve müzehhiblerin (yaldızcıların) meslek ve geçimlerini kaybetmek endişesi ile direnmeleri olduğu ifade edilmektedir.<sup>7</sup> Ancak günümüzde birçok İslâm devletinde gelişmiş baskı tekniklerinin kullanıldığı dikkate alınırsa İslâmın kendi başına belirleyici bir neden oluşturamayacağı açıktır. Hattat ve müzehhiblerin hoşnutsuzlukları açısından ise, matbaa öncesi Avrupa'da da bu tip mesleklerin bulunmasına karşın baskı teknikleri uygulanmaya ve geliştirilmeye devam edilmiştir. Bu anlamda söz konusu unsurların, matbaanın Osmanlı'ya geç girişini açıklayacak temel sebepler olarak görülemeyeceği belirtilebilir. F. Balle, Gutenberg'in matbaayı buluşu ile bu buluşun sanayi ölçeğinde kullanılışı arasında da dört asır geçtiğini, kitlesel basının doğuşunun XIX. yüzyılda gerçekleştiği ve bu oluşumun başlıca nedenlerinin tirajın artmasına imkân veren baskı tekniklerinin gelişmesi, toplumda gelir düzeyinin artması ve hem okuyucu hem de meraklı kitlenin artmasına neden olan eğitimin yaygınlaşması olduğunu söylüyor.<sup>8</sup> Osmanlı İmparatorluğu'nda küçük köylülüğün hakimiyeti olduğu ve bu

<sup>6</sup> Şerif MARDİN, *Türk Modernleşmesi*, 2.B., İstanbul 1992, İletişim Yayınları, s. 146, 147.

<sup>7</sup> İsmet BINÂRK, "Matbaanın Türkiye'ye Geç Girişinin Sebepleri", *Yeni Türkiye*, s. 1599, 1609.

<sup>8</sup> Francis BALLE, *Médias et Société*, 2.B., Paris 1980, Editions Montchrestien, s. 79, 89.

olgunun pazarlanabilir artık ürünün hacmini olduğu gibi, üretimin geçimlik ürünlerden ihraç ürünlerine geçiş hızını sınırladığı belirtilmektedir.<sup>9</sup> Diğer yandan geçim ekonomilerinde köylülerin esas olarak ihtiyaçlarını karşılamak için ürettiklerini, küçük bir artığı, satmak için değil beklenmedik durumlara hazırlıklı olmak için bir kenarda tuttuklarını; ne iktisadi verimlilikle, ne kâr oranı ve uzmanlaşma ile ilgilendiklerini söylenmektedir.<sup>10</sup> Dolayısıyla ağırlıklı olarak kendi kendine yeterli bir tarım toplumu özellikleri gösteren Osmanlı İmparatorluğu'nda, Avrupa'da XVIII. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan Sanayi Devrimi ve bunun sonucunda gelir dağılımında iyileşme ve eğitilmiş insana ihtiyaç sonucu eğitim kurumlarının yaygınlaşması gibi olguların söz konusu olmadığı ve buna bağlı olarak kitlesel iletişim gibi bir ihtiyacın da belirmeyeceği söylenebilir.

Matbaa öncesi Avrupa'da (ve dünyanın diğer bölgelerinde) dillerin çeşitliliğinin baş döndürücü bir boyutta olduğu ancak bunların yayın dili halinde derlenmesi mümkün olanlarının sayısının çok sınırlı olduğu ve kapitalizm kadar hiçbir şeyin, birbiriyle ilişkili halk dillerinin, dilbilim ve sözdiziminin dayattığı sınırlar içinde, matbaa yoluyla çoğaltılan ve piyasa aracılığı ile yaygınlaştırılmaya elverişli yayın dillerinin oluşmasına katkıda bulunmadığı ifade edilmektedir.<sup>11</sup> Diğer yandan matbaa sayesinde İtalyan

<sup>9</sup> Çağlar KEYDER, Türkiye'de Devlet ve Sınıflar, 4.B., İstanbul 1995, İletişim Yayınları, s. 47.

<sup>10</sup> Barry JONES aktaran André GÖRZ, İktisadi Aklın Eleştirisi, çev. Işık ERCÜDEN, İstanbul 1995, Ayrıntı Yayınları, s. 138.

<sup>11</sup> Benedict ANDERSON, Hayali Cemaatler -Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması-, çev.

Rönesans'ının yayılıp sürekli bir Avrupa Rönesansına dönüştüğü, Protestanların reform hareketinin başladığını ve bu nedenle Katolik kilisesinin kendine yeni bir verdiğini, modern kapitalizmin geliştiğini, Batı Avrupa'da keşifler devrinin açıldığını, aile yaşamı ve devlet politikasının değiştiği söylüyor, o ana dek mümkün olmayan hızlı bir bilgi yayılımı ile evrensel okuryazarlığın hedef alındığı, modern bilimlerin önünün açıldığı ve toplumsal ve zihinsel yaşamda başka birçok değişiklikler olduğu söyleniyor<sup>12</sup>. Gerçekten bütün bu değişimleri matbaanın bulunuşuna bağlamak çok çarpıcı bir yaklaşım ama matbaanın icadından düzenli ve kollektif yayınlar neden için iki yüzyıl, basının kitleselleşmesi için dört yüzyıl beklenildiğini ya da bütün bu değişimlerin neden yüzyıllar önce Çin'de başlamadığını açıklamıyor yani matbaanın toplumsal olayların akışını hızlandırdığı söylenebilirse de tüm toplumsal gelişmeleri bu buluşa dayandırmak zorlama bir yaklaşım olarak kabul edilebilir. Nitekim Osmanlı İmparatorluğu'na da matbaa yaklaşık olarak Avrupa ile aynı dönemde girdiği halde Avrupa'da söz konusu olan değişimler yaşanmamıştır.

M. Guibernau duygusal bağlanma ve kimlik edinme işlevi açısından akrabalığın daha gelişkin bir biçimi olarak, Ortaçağ'da somut bir bölgeye bağlı toplulukların oluştuğunu; ama giderek pazarların oluşumu, ticaretin yoğunlaşması, savaşlar ve devletin kapsamının yavaş ama ilerici bir tarzda büyümesi aracılığı ile, kendini dışarda kalan gruplardan

İskender SAVAŞIR, İstanbul 1993, Metis Yayınları, s. 59.

<sup>12</sup> Elisabeth EISENSTEIN aktaran Walter J. ONG, Sözlü ve Yazılı Kültür, çev. Sema B. BANON, İstanbul 1995, Metis Yayınları, s. 140, 141.

farklılaştıran bir topluluk oluşturma bilincinin yani ulusların ortaya çıktığını ifade ediyor.<sup>13</sup> Gellner ulusal bilincin oluşumunda medyanın işlevini şu şekilde ifade ediyor: nakledilen özel mesajların içeriğine bakmaksızın, ulusçuluğun çekirdek fikrini otomatik olarak doğrudan iletişim araçlarının kendileri, yani soyut, merkezi, standartlaşmış ve bir kişiden kitleye iletişimin yaygınlığıdır; en önemli ve kalıcı mesaj nakledilenlerin dilinin ve üslubunun önemli olduğudur, ancak bunların ya da bu anlayışa sahip olanların ahlâki ve ekonomik topluluğa kabul edildiği ve buna sahip olmayanların dışarda bırakıldığıdır.<sup>14</sup> Yani iletişim araçlarının sadece varlığının bile ulus bilincinin oluşmasında önemli rol oynadığı söylenebilir. Ayrıca enformasyonun çokluğu karşısında medyanın, dünyada olan herşeye eşit bir ilgi gösteremediği ve bir seçme işleminin zorunluluk olduğu dolayısıyla konuların hiyerarşisi ve olayların sunulmuş zamanlamalarının düzenlenmek durumunda olduğu, ABD’de yapılan bir kamuoyu araştırmasında, bir sorunun dergilerin kapaklarında yer alması ile kamuoyunun bu soruna önem vermesi arasında çok net bir ilişki belirlendiği. “ABD’nin karşı karşıya olduğu en önemli sorunlar nelerdir?” sorusuna yanıtların, medyanın bakış açısını çok net bir biçimde yansıttığının görüldüğü belirtilmektedir.<sup>15</sup> Bu anlamda çoğulcu iletişim düzenlerinde de medyanın türdeşleştirme etkisi söz konusu olmaktadır. Diğer yandan ulus-devletlerin sadece

---

<sup>13</sup> Montserrat GUIBERNAU, “Milliyetçiliğin Politik Niteliği”, çev. Atif EVREN, İktisat Dergisi, Aralık 1996, s. 46.

<sup>14</sup> Ernest GELLNER, Uluslar ve Ulusçuluk, çev. Büşra E. BEHER, Günay ÖZDOĞAN, İstanbul 1992, İnsan Yayınları, s. 209.

<sup>15</sup> Judith LAZAR, Sociologie de la Communication de Masse, s. 151.

diğer devletlerce tanınmış sınırları ve hukuki bağımsızlıkları değil, aynı zamanda ulusal ekonomilerinin de olduğunu yani ulusal sınırlar içinde ekonominin çeşitli alanlarında güçlü bir karşılıklı bağımlılığın olduğu, ama bütünleşme ve kendi içinde merkezilik olarak anlaşılan dışa karşı bağımsızlık döneminin ulus-devletlerinin ekonomilerini dışa açması ile son bulduğu belirtiliyor.<sup>16</sup> Bir başka ifade ile üretimin artması ve ticaretin gelişmesiyle Ortaçağın feodal beyliklerinin ticaret için artık bir engel oluşturdukları, daha büyük bir pazar olan, ekonomisi birbirine eklemlenmiş ve merkezi yapıdaki modern devletlerin ortaya çıktığı ve daha sonra ulus bilincinin oluşmasına paralel olarak Fransız Devrimi ile ulus-devletlerin yaygınlaşmaya başladığı ve bu süreçte matbaanın (ya da medyanın) öneminin belirgin olduğu söylenebilir. Günümüzde ise ulusal ekonomilerin gerilediği, finansal ve sınai alanların artan bir şekilde çok uluslu şirketlerce kontrol edildiği, küresel olarak yönlendirildiği ve uluslararası bir biçimde bütünleştirildiği<sup>17</sup> bir süreçte iletişim teknolojilerindeki ve uluslararası iletişimdeki gelişmelerin de küreselleşme olarak tanımlanabilecek bu sürece (belirleyici olmasa da) önemli katkısı olduğu/olacağı belirtilebilir.

İrfan Erdoğan uluslararası iletişimde güçlü birkaç kapitalist ülke karşısında birçok ülkenin rekabet edebilecek durumda olmadığı, dolayısıyla bağımlı olduğu ve bu bağımlılığın getirdiği kültürel emperyalizmin ise ülkeler

---

<sup>16</sup>Serge LATOUCHE, *Occidentalisation du Monde*, Paris 1989, Editions La Découverte, s. 100, 102.

<sup>17</sup>Jorge LARRAINE, *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*, çev. Neşe N. DOMANİÇ, İstanbul 1995, Sarmal Yayınevi, s. 209.

arasında varolan ekonomik ve siyasal ilişkiler düzenini destekleme yönünde hizmet gören bir süreç olduğunu<sup>18</sup> ileri sürmektedir . Güçlü kapitalist ülkelere eleştirel bakan bu yaklaşımda dikkat çeken bir unsurun, günümüzde, güçlü ülkelerle rekabet edemeyen ülkelerin de, kapitalist ya da kapitalist olma yolunda olduklarının vurgulanmaması olduğu belirtilebilir. Diğer yandan kültür emperyalizmine hedef olduğu söylenen ülkelerde iletişim özgürlüğünden pek söz edilmektedir. 1980'li yıllarda Afrika, dünyanın, iletişim araçlarının özgürleştirilmesine en fazla karşı koyan bölgesi olarak göze çarpmakta ve çok yaygın olan tek partili rejimlerin, ajans, radyo ve televizyonlara görüşlerini empoze etmeye alıştığı görülmektedir. Aynı yıllarda Latin Amerika, demokratik uygulamalara yeniden başlamıştır, ama şiddet ortamı, bölgeyi, gazeteciliğin icrası için en tehlikeli yer haline getirmiştir (bu dönemde dünyada öldürülen muhabirlerin 2/3'ü Latin Amerikalı olduğu belirtilmektedir). Ortadoğu ülkelerinde de çoğulculuk yoktur. Suudi Arabistan, İran, Irak ve Suriye'de iletişim araçları tamamen iktidarın egemenliği altındadır.<sup>19</sup> Türkiye'de de 24 Ocak kararları sonrası serbest piyasaya geçiş sürecinde basında indirimli kağıt fiyatlarının kalktığı<sup>20</sup>, varolan kısıtlamaların üzerine hergün yenilerinin eklendiği ve birçok insanın yazılarından ötürü ağır cezalara çarptırıldıkları ve yazı işleri müdürlerine verilen toplam cezaların bin yıllarla

<sup>18</sup> İrfan ERDOĞAN, Uluslararası İletişim, İstanbul 1995, Kaynak Yayınları, s. 257.

<sup>19</sup> Jean-Louis DONNADIEU, "Dünyada Enformasyon Özgürlüğü: Bir Demokrasi Göstergesi", Medya Dünyası, der. Jean-Marie CHARON, çev. Oya TATLIPINAR, İstanbul 1992, İletişim Yayınları, s. 199, 200.

<sup>20</sup> Hıfzı TOPUZ, Basında Tekelleşmeler, İstanbul 1989, TÜSES-İLAD, S. 67.



ifade edildiği belirtilmektedir.<sup>21</sup> Bir başka ifade ile serbest piyasa ekonomisine geçişin düşünce özgürlükleri ile paralel gitmediği görülmektedir. 1996 yılında dünyada 27 gazeteci öldürüldüğü, 24 ülkede 185 gazetecinin hapiste olduğu belirtilerek Türkiye'nin 1996 yılında 27 gazeteciyi daha hapse atarak toplam 78 gazeteci ile 1994 yılından beri sürdürdüğü bağımsız haberciliği cezalandıran ülkeler sıralamasında birinciliği, Etiyopya, Çin, Kuveyt, Nijerya ve Burma'yı geride bırakarak<sup>22</sup> kimseye kaptırmadığı görülmektedir. Bu anlamda Türkiye'de "bazı" yaklaşımlar için çoğulcu demokrasi olduğu (ya da bazı yaklaşımlar için demokrasi işlemediği) söylenebilir. Diğer yandan çoğulcu iletişim düzenlerinde reklâm gelirleri için amansız bir rekabet olduğu ve bu rekabetin sonucu televizyon programlarının çeşit olarak sınırlandırıldığı ve program yapılarının birbirlerine çok benzediği ifade edilmektedir.<sup>23</sup> V. Batmaz televizyonun, farklı demografik değişkenlere sahip olsalar da (yaşlı/genç, kadın/erkek, kentli/köylü vd.) kişileri, orta yol/ana kulvar (mainstreaming) olarak tanımlanabilen bir etki ile; kamuoyunun tartıştığı konularda ortak görüşe sahip duruma getirdiğini belirtiyor<sup>24</sup>. Bir başka ifade ile iletişim araçları içinde en geniş kesime ulaşma yeteneğine sahip televizyonun tek seslilik oluşturma gibi etkisine karşın (diğer iletişim araçları için de aynı işlevin söz konusu olduğu

<sup>21</sup>Güven Türk GÖRGÜLÜ, Basında Ekonomik Bağlılık, İstanbul 1991, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, s. 49.

<sup>22</sup>"Türkiye Yine Şampiyon", Radikal, 15 Mart 1997.

<sup>23</sup>Haluk GÜRGEN, "Reklâma Nasıl Bakalım", Yeni Türkiye, Eylül-Ekim 1996, 435.

<sup>24</sup>Veysel BATMAZ, "Türk Televizyonu Gerçeği Yansıtıyor ve Tek Sesi", Yeni Türkiye, Eylül-Ekim 1996, s. 197.

belirtilebilir), Türkiye'de halen gazetecilerin hapse atılması söz konusu oluyorsa, toplumda çok ciddi sorunların olduğu söylenebilir.

Diğer yandan emperyalizm kavramının açık (ya da hukuksal dayanakları olan) politik kontrol amacıyla toprak ilhakını içerdiğini, bağımlılık kavramının ise, yabancı çıkarların ulusal ekonomi üzerindeki fiili kontrol olasılığına, karşı ulusal egemenliğin yeterli koruma sağlamamasını içerdiği<sup>25</sup> belirtilmektedir. İ. Erdoğan'ın bu ayırımı da dikkate almadığı ifade edilebilir. Ancak bu yaklaşım da eksiktir. Bir başka ifade ile günümüzde uluslar arasında bir bağımlılık sorunundan çok, uluslararası sermayeye eklemlenmiş ulusal büyük sermaye ile, serbest ticaret sonucu giderek yok olan küçük sermayenin direnişinin söz konusu olduğu belirtilebilir.

Bununla birlikte gerçekten, uluslararası dört büyük haber ajansı dünyadaki haber dolaşımında tekel durumundadır: Associated Press (ABD), United Press International (ABD), Reuter (İngiltere), France-Presse (Fransa). Herbir ajansın 100'den fazla ülkede büroları bulunmakta ve hergün ortalama 1,5 milyon ile 17 milyon arası kelime yayınlamaktadır. Ancak New York, Londra, Paris'ten Üçüncü Dünya ülkelerine gönderilen haberler, diğer ülkelerdeki bürolardan bu metropollere gönderilenlerden çok daha fazladır. Dolayısıyla hem sanayileşmiş ülke kamuoyları bu ajanslara bağımlı ülkeler hakkında eksik ya da taraflı bilgilendirilmekte, hem de bu haber ajanslarına bağımlı ülkeler birbirleri hakkında bilgi sahibi

---

<sup>25</sup> J. O. Boyd-BARRETT, "Cultural Dependency and the Mass Media", Culture, Society and the Media, ed. by Micheal GURVITCH, Tony BENNETT, James CURRAN, London 1990, Routhledge, s. 174.

olamamaktadırlar.<sup>26</sup> Yetersiz teknolojik ve ekonomik koşullar nedeniyle iletişim teknolojisi ve yığınsal iletim ürünleri üretemeyen ve çok büyük oranda başka kültüre bağımlı kalan ülkelerde, tüketici kültür konumuna düşme olgusunu Ersan İlal şu şekilde ifade ediyor: özellikle Amerikan kaynaklı diziler, iç piyasada maliyeti karşılanmış, maliyetten kopuk tüketim malları olarak, tüketici kültürlerin rekabet olanaklarını kırarak biçimde fiyatlarla oynayarak dışa satılmaktadır. Ortadoğu'da, Arap ülkelerinde dışa bağımlılık %45 dolayındadır ve Mısır gibi bazı ülkelerde bu yabancı programların %50'si ABD kökenlidir. Türkiye'de bağımlılık %60'ın üzerindedir ve giderek artmaktadır. ABD'de iki haftalık süre içinde 250 bin saatlik yayında yalnızca %2'si yabancıdır. Bunlar büyük çoğunlukla İngiliz belgeselleridir ve kamu televizyonunda gösterilmektedir. Avrupa'nın üretici kültürlerinde bu oran %20'nin altındadır. Buna karşın Güney Amerika'da yayınların ortalama %50'si dışa bağımlıdır ve bu programların 3/4'ü ABD kaynaklıdır.<sup>27</sup> Diğer yandan gelişmekte olan ülkelerde sömürülecek pek fazla bir medya kaynağı olmamasından ve alım-satımı garantileyen düzenlemelerin yetersizliğinden dolayı, bugün birçok medya araştırmacısının üzerinde anlaştığı olgunun, Amerikan ürünlerinin baş pazarının Avrupa olduğu ve Avrupa Birliği'nin de, ithal edilen kültür ve medya ürünlerine kota koyma çabasının bunun doğal sonucu olarak

---

<sup>26</sup> Francis BALLE, *Média et Société*, Paris 1980, Montchrestien, s. 386.

<sup>27</sup> Ersan İLAL, *İletişim, Yığınsal İletim Araçları ve Toplum*, İstanbul 1989, Der Yayınları, s. 76, 77.

değerlendirildiğini belirtiyor.<sup>28</sup> Ancak 1980 sonrası global düzeyde serbest piyasa ekonomilerinin yaygınlaştığı ve Doğu Bloğunun çöküşünden sonra bu olgunun daha da belirginleştiği dolayısı ile 80 sonrasında, geri kalmış ülkelerin de ABD'nin ürünleri için önemli bir pazar oluşturdukları söylenebilir. Fransa'da 1989 yılında televizyonda yayınlanan filmlerin %31'nin ABD kökenli olduğu, İtalya'da bu oranın % 52, Almanya'da ise % 40 olduğu belirtilmektedir.<sup>29</sup> Philip Schlesinger Avrupa'nın yabancı ürünlere kota koyma yaklaşımının, alttan alta yerli üretim ve istihdam kapasitelerinin korunmasını içerdiğini belirtmektedir.<sup>30</sup> Diğer yandan, Meltem Ahıska, Türkiye'de televizyon kanallarındaki birçok yarışma, müzik hatta haber programlarının, kökenleri Amerikan televizyonlarına dayanan belirli formüllerin, formatların kopyalanması yoluyla üretildiğini belirterek, içerik olarak yerleştirilse de, belirli biçimlerin kendi sınırlarını ve bir biçimin bizatihi taşıdığı anlamları başka kültürel ortamlara dayattığını söylemektedir.<sup>31</sup> Diğer bir deyişle, sadece maliyetten kopuk olma olgusunun ABD kaynaklı tüketim ürünlerinin diğer ülkelerdeki yaygınlığını açıklayamayacağı söylenebilir. Son dönemde dikkati çeken bir başka olgu medya alanında amerikan pazarının ele geçirilme dalgasıdır. ABD'de 1984-89 yılları arasında gerçekleştirilen 50 satın alımın toplam

<sup>28</sup> Meltem AHISKA, "Medya, Küresellik ve Yerellik", Toplum ve Bilim, Cüz 1995, s. 14.

<sup>29</sup> Jean-Marc VERNIER, "Sinema Filmleri ve Küçük Ekran", Medya Dünyası, der. Jean-Marie CHARON, çev. Oya TATLIPINAR, İstanbul 1992, İletişim Yayınları, s. 54.

<sup>30</sup> Philip SCHLESINGER, Medya, Devlet ve Ulus, çev. Mehmet KÜÇÜK, İstanbul 1994, Ayrintı Yayınları, s. 241.

<sup>31</sup> Meltem AHISKA, "Medya, Küresellik ve Yerellik", Toplum ve Bilim, s. 15.

değeri 59 milyar dolara ulaşmış ve bu satın alımların %37'si yabancı gruplar tarafından yapılmıştır.<sup>32</sup> Dolayısıyla bir devletin ağırlığını hissettirmesinden çok, çokuluslu firmaların ağırlığının söz konusu olduğu söylenebilir. Bunun yanısıra Armand Mattelard, Güney'de çok sayıda hükümetin, sivil toplumu ve kendi iletişim düzenlerine uygun formları bulmayı bir kenara bırakarak, vahşi kapitalizm koşulları içinde, pazar mekanizmaları yoluyla görsel işitsel sistemler ve uzaktan haberleşme araçlarının düzenlenmesi ilkesine teslim olmayı tercih ettiklerini ve bazı Amerikalı ve Avrupalı rakiplerinden hiç de aşağı kalmayan biçimde, iletişim araçları ile ilgili kaynaklarının %60'undan fazlasını tek başına elinde tutan yerel multimedya gruplarının ortaya çıktığını belirtmektedir.<sup>33</sup> Bugün Hindistan, Mısır, Meksika, Brezilya gibi birçok Güney ülkesi medya malzemesi üretmekte ve ihraç etmektedir. Brezilya'nın en büyük televizyon kuruluşu TV Globo, 128 ülkeye televizyon dizileri ihraç etmekte ki bunların arasında Küba, Çin, Sovyetler Birliği, Doğu Almanya bulunmaktadır. Hint film endüstrisi, geniş bir ihracat pazarıyla dünyadaki en üretken film endüstrisi olma ünü vardır (1985'de 400 film). Hint filmleri Hindistan'ın zengin kültürel geçmişini yansıtmış fakat aynı zamanda özgün Hint stiline yabancı elemanları da dâhil ederek, sanatsal filmler ve popüler sinema arasındaki zaman zaman yaratıcı olabilen çekişmeyi biraz da düalist bir şekilde korumuştur. Latin Amerika televizyon dizilerinin

<sup>32</sup>Robert PILON, "Gruplar ve Stratejiler", Medya Dünyası, s. 218.

<sup>33</sup>Armand MATTELARD, "İletişim ve İletişim Araçları: Tehlikeli Bir Konu", Medya Dünyası, s. 22.

ABD'nin İspanyolca kanallarındaki üstünlüğü, ya da Brezilya'da oluşturulan iletim ürünlerinin Portekize akışı, tersine kültür emperyalizmi olarak nitelendirilebilmektedir.<sup>34</sup> Bununla birlikte UNESCO'nun tüm ülkeler arasında 1987 yılında, basın-yayım, televizyon, radyo ve sinema alanında en çok ciro yapan ilk 78 firma arasında, Güney ülkeleri bulunmamaktadır. Bu 78 firmadan 48'i ABD ve Japonya geri kalanlar ise Batı Avrupa, Kanada ve Avusturya kökenlidir.<sup>35</sup> Türkiye'de uluslararası tekellerin olmamasına karşın, ülke içinde iletişim sektöründe önemli bir yoğunlaşmanın söz konusu olduğu söylenebilir. Doğan Grubunun 8 gazete ile satış payının yüzde 46.53, Sabah Grubunun 9 gazete ile satış payının yüzde 36,2 olduğu (toplam yüzde 82.73) belirtilmektedir.<sup>36</sup> Diğer yandan 1996 yılında Yaysat ile Birleşik Basın Dağıtım birleştiği ve Bir Yay Birleşik Basın Dağıtım A.Ş. oluşturularak Türkiye'de eğilimi ne olursa olsun, bütün yayınların dağıtımını tek elde toplamıştır.<sup>37</sup> Uzan Grubu, Erol Aksoy, Doğan Grubu ve İhlas Grubunun televizyon yayınlarında, gazete ve dergilerde gerek ekonomik ve gerekse de yayınların tiraj ve izlenme oranlarında diğer küçük ve orta ölçekli şirketlerin çok önünde oldukları ifade edilmektedir.<sup>38</sup> Bu anlamda gelişmiş kapitalist ülkelerin kültür emperyalizminden söz ederken, ulusal

---

<sup>34</sup>Annabelle Sreberny-MOHAMMADI, "The Global and the Local in International Communications", Mass Media and Society, ed. by James CURRAN and Micheal GURVITCH; London 1992, Edward Arnold, s. 121.

<sup>35</sup>a.g.e., s. 125.

<sup>36</sup>Neşe KARS, "Televizyonda Sermaye ve Haber", Yeni Türkiye, Eylül-Ekim 1996, s. 503.

<sup>37</sup>Hıfzı TOPUZ, Türk Basın Tarihi, 2.B., İstanbul 1996, Gerçek Yayınevi, s. 209, 210.

<sup>38</sup>Neşe KARS, "Televizyonda Sermaye ve Haber", s. 503.

tekellerin olumsuz etkilerinin dikkatlerden kaçabildiği (ve zaman zaman da bilinçli olarak bu tip bir söylemin kullanıldığı) söylenebilir. Diğer yandan doğrudan uydu yayımlarının, yeterli yatırımları yapabilecek gelişmiş ülkelerin "kültürel emperyalizm"ini yoğunlaştıracağı düşünülebilir. Ancak dil engelleri ve farklı eğilimlere sahip izleyici kitleleri, tüm dünyaya yapılan yayınların, büyük gösteri programları ve uluslararası önemi olan olaylarla sınırlı kalması, farklı kültürlerle hitap eden ulusal ve bölgesel yayınlara geniş alan bırakması daha olası görünmektedir.<sup>39</sup> Buna bağlı olarak, dilin başlı başına bir engel teşkil edebileceği söylenebilir. Zira doğru bir çeviri yapabilmek için, çeviriyi yapanın dili ve kültüründe benzer deneyimler ve gerçeklikler olması gerektiği, çevirinin sadece bir dilden diğerine değil, fakat bir "kültür-dil"den diğer "kültür dil"e yapıldığı belirtilmektedir.<sup>40</sup> Diğer bir deyişle yabancı televizyon programlarının çevirileri yapılarak bir ülkede yayımlansa bile, iletmek istenen mesajın istenilen şekilde algılanması mümkün olamayabilecektir. Bir başka ifade ile mesajlar gerçekten istenilen şekilde algılanıyorsa ya da bir ABD kaynaklı film Türkiye'de de Amerikalıların algıladığı biçimde (bu iki ülke toplumları homojen bir yapıda olduğunu varsayarak) algılanıyorsa, bu durum yabancı bir yayının etkilerinden çok, kültürel bir benzeşmenin varlığını gösterdiği söylenebilir. Diğer yandan küresel bir seyirciyi hedefleyen televizyon programlarının, yerel toplulukların sivillik

<sup>39</sup>Jean CAZENEUVE, L'Homme Téléspectateur, Paris 1974, Denoël/Gonthier, s. 116.

<sup>40</sup>Jean-René LADMIRAL, Edmond Marc LIPIANSKY, La Communication Interculturelle, Paris 1989, Armand Colin, s. 29.

taşımayan en genel ortak paydalarını temel aldığı; satışı garantilemek için en klâsik formüllere, en ilkel güdülere yani en ilkel ortaya paydaya yönelindikleri ve sadece araya ufak tefek ilginçlikler yerleştirdikleri belirtilmektedir.<sup>41</sup> Bir başka ifade Doğu Bloku'nun çöküşünden sonra pazar ekonomisi ve çoğulcu demokratik yönetim temelinde bir sistemin global olarak yaygınlaştığı ve bunun sonucunda kültürel benzeşmelerin söz konusu olabildiği söylenebilse de, iletişim ürünlerinin dünya ölçeğinde pazarlanabilmesi için ayrıca bilinçli bir çabanın gerektiği ifade edilebilir. Örneğin Türkiye'de 1992 Eylül-1993 Eylül arası sinemalarda gösterime giren 153 filmde 144'ünün yabancı olduğu, çekilen 13 Türk filminden sadece 9'unun vizyona girme olanağı bulabildiği, hasılatlar karşılaştırıldığında ise durumun daha da belirginleştiği belirtiliyor.<sup>42</sup> Sinema seyircisinin %78,5'inin lise ve yüksek tahsilli olduğu ve %88,9'unun 15-30 yaş arası bulunduğu ortaya çıkmaktadır.<sup>43</sup> Diğer bir deyişle yapılan Türk filmleri söz konusu seyirciyi etkileyememekte, ona ulaşamamaktadır. Kalan kesimin de zaten sinemaya gitme alışkanlığı olmadığı görülüyor. Bu olgunun, yabancı filmlerin maliyetlerinin düşük, ya da yerli yapımların maliyetlerinin yüksek olmasıyla açıklanabileceğini düşünmüyoruz. Nitekim Eşkiya, İstanbul Kanatlarımın Altında gibi yerli filmlerin ABD yapımı filmler ile Türkiye'de, izleyici

<sup>41</sup> Meltem AHİSKA, "Medya, Küresellik ve Yerellik", s. 19.

<sup>42</sup> Atilla İLHAN, "Ekranlar Amerikaya Teslim", Meydan, 11 Kasım 1993.

<sup>43</sup> Sinema Yıllığı 93, İstanbul 1994, TÜRSAK, s. 72.



ve hasılat açısından başabaş bir rekabete<sup>44</sup> girebildiği görülmektedir.

Uluslararası alanda iletişim özgürlüğünün henüz sağlanmadığı da gözlemlenmektedir. Uydular aracılığı ile doğrudan yayın olgusunda ortaya çıkan gerçek uzlaşmazlığın, ulusal egemenlik ile haberleşme özgürlüğü arasında olduğu, uydular aracılığı ile uluslararası doğrudan yayınların, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği düzenlemeleri ile, teknik ve hukuksal açıdan, alıcı devletlerin ön rızaları ve teknik işbirliği olmaksızın güç hale getirildiği belirtilerek bu konuda haberleşme özgürlüğünün mevcudiyeti kabul edilmekle birlikte, bu hakkın mutlak niteliklerle donatılmış görünmediği, bir devletin haberleşme özgürlüğünü kullanırken, bir başka devlet kendisinin kültürel, sosyal, ekonomik ve politik değerlerine zarar verilmesini kabul etmeyebileceği ifade edilmektedir.<sup>45</sup> Ticaret ve Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması çerçevesinde 1986 yılında başlayan Uruguay Round sonucunda da, iletişim araçları hizmetlerinin serbest dolaşımına ilişkin bir konsensüsle ilgili imkânların henüz uzak görüldüğü<sup>46</sup> belirtilmektedir. Bununla birlikte gelecekte iletişim teknolojilerinin alacağı biçimi internet ağının simgelediği, bu ağ üzerinde hareketli görüntülerin, radyo programlarının, basılı yayınların elektronik ortamda dağıtılmasının mümkün olacağı belirtilerek (bu ağa bağlı bilgisayarların hızla arttığı 1981'de

<sup>44</sup>Selda SAKA, "Eşkiya, Bodyguard'ı Dövdü", Yeni Yüzyıl, 12 Şubat 1997.

<sup>45</sup>Mesut ÖNEN, "Uydu Yayınları ve Hukuksal Sorunlar", Devlet Media İlişkileri 10. Seminer Tutanakları, İstanbul 1988, Hürriyet Ofset, s. 80.

<sup>46</sup>Ivan BERNIER, "GATT İletişim Araçları ile İlgileniyor", Medya Dünyası, der. Jean-Marie CHARON, çev. Oya TATLIPINAR, İstanbul 1992, İletişim Yayınları, s. 248.

213 iken 1995'de 6 milyon 642 bine yükseldiği ifade edilmektedir), bilgisayar ve bilgisayar hizmetlerinde toplam dünya pazarının 200 milyar dolar olduğu ve 2000 yılında 2400 milyar dolara ulaşacağını tahmin edildiği ve dünyadaki bilgi bankalarının yüzde 80'inin fiziki olarak ABD'de olduğu, 1980'den bu yana bu bilgi stokunun özel kesime devredilerek piyasaya sunulur duruma getirildiği ve bu olgunun da bilginin daha da pahalılaşması ve serbest ulaşılan bilgilerin daralması anlamına geldiği söylenmektedir.<sup>47</sup> Bu anlamda böyle bir yapılanma ile yeni iletişim biçiminin yaygınlaşmasının, ulusal egemenlik konusundaki direnmeleri büyük ölçüde geçersizleştireceği belirtilebilir.

Sonuç olarak nasıl ulus-devletlerin oluşumunda baskı tekniklerinin gelişmesinin önemli bir rol oynadığı söylenebilirse, günümüzde küreselleşme olarak tanımlanan süreçte, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin belirgin bir işlevi olduğu belirtilebilir. Ancak ulus-devletlerin oluşumuna ve bunu takip eden değişimlere matbaanın neden olduğu gibi bir iddia öne sürülemeyeceği gibi, iletişim teknolojileri geliştiği için küreselleşme olgusunun ortaya çıktığı biçiminde bir söylem de tutarlı bir yaklaşım olarak görülemeyebilecektir. Diğer yandan teknoloji geliştirmek açısından fazla şansları olmayan geri kalmış ülke firmalarının, film endüstrisi ve televizyon programları konusunda gelişmiş ülke kökenli firmalar kadar potansiyellerinin olduğu, ancak bunun için belirgin bir çaba harcanması gerektiği, bununla birlikte günümüzde ABD kaynaklı film ve televizyon programlarının da çarpıcı bir

<sup>47</sup>Haluk GERAY, "Yeni İletişim Teknolojilerinde Eğilimler: İnternet, Gİİ ve Türkiye", Yeni Türkiye, Eylül-Ekim 1996, s. 61, 62, 81, 82.

üstünlüğü olduğu ve bu üstünlüğün ABD'nin sosyal-ekonomik sisteminin global düzeyde yaygınlaşması ile paralel gittiği (orijinalin taklitlerden daha geçerli olmasının da etkisi ile) ifade edilebilir.

