

## **GÜNÜMÜZ İLETİŞİM SİSTEMLERİNDEKİ GELİŞMELER VE DOĞURDUĞU SORUNLAR**

\* Güliz AKSUN

Beyin gücü ekonomisinin geçerli olduğu yaşadığımız sanayi sonrası toplumda en önemli kaynak bilgi, en önemli alt yapı ise iletişim alt yapısı olup, buna koşut biçimde iletişim endüstrileri sınırları aşarak uluslararası nitelik kazanmışlardır.

1980'li yıllarda teknolojik gelişmede sağlanan hızlanmayla bir yandan bilgisayar ve iletişim endüstrilerinin artan bir şekilde iç içe girmesi, diğer yandan da yasal ve ekonomik düzenlemelerin serbestleştirilmesi ile iletişimin bir çok pazarında yerleşmek (bir veya bir kaç piyasada varolmak yetmemekte, farklı alanlarda faaliyetlerde bulunmak gerekmektedir) ve bu alanda önemli cirolara ulaşmak amacındaki gruplar ortaya çıkmıştır. Enformasyon teknolojilerinin gelişimi ile yayın alanındaki tekelleşme eğilimleri arasındaki korelasyon, maliyetleri yüksek iletişim uydularını, kablo ağlarını ve büyük bilgisayar sistemlerini kullanan güçlü ve çok uluslu şirketleri avantajlı duruma getirmiştir.

Gerçekten de, 1980'lerden günümüze kadar iletişim alanında başat olan olgu, ileri teknolojiler ve bunlara sahip uluslararası (transnational) şirketlerdir. Bunda etken olan faktör ise, ekonomik hayata devlet müdahalesi olmaksızın arz ve talebin birbirlerini dengeleyeceği serbest piyasa sisteminin benimsenmiş olmasıdır. İletişim alanında da devlet müdahalesini sonuçlayacak yasal düzenlemelerden kaçınılarak (deregulation) serbest piyasa koşulları geçerli kılınmıştır. Deregulation sonucu, bu alanda devlet müdahalesi ve yayın alanını düzenlemek için oluşturulan yasal kurallar en aza indirilmiştir.

Köklü bir kamu yayıncılığı anlayışına sahip olan Batı Avrupa ülkelerinde de yayıncılığın ticarileşmesi ile devletçi yayın politikaları terk edilerek, devletin yayın alanına müdahalesini engelleyen liberal yasal düzenlemeler getirilmiştir. Kamusal yayın kuruluşlarının egemenliğindeki Batı Avrupa ülkelerinde yayın alanının ticari kuruluşlara da açılması "ticarileşme" olarak adlandırılmaktadır <sup>1</sup>.

Uzun yıllar boyunca kamu tekeli olayını yaşayan Avrupa yayıncılığı, özel yayın kuruluşlarının devreye girmesi ile farklı koşullarla karşı karşıya kalmıştır. Bu yeni koşullar beraberinde farklı örgütlenme yapılarını getirmiş ve nitelikten çok niceliğin önemli olduğu, kâr elde etmeye yönelik bir ticari piyasa oluşmuştur. Bu piyasada egemen olan ise, mümkün olan en çok izleyiciye ulaşmak, programların reklam gelirlerini

---

<sup>1</sup> Denis McQuail, "Western Europe: 'Mixed Model' Under Threat", *Questioning*

The Media: A Critical Introduction, der. J.Downing, A.Muhammadi, A.Sreberny Mohammadi, Londra 1990, s.133

arttırarak daha çok para kazanmaktır. Esas olan, güzel ve doğru olanı yakalamak değil "nasıl yapılırsa daha çok satar, daha fazla insana ulaşır?" sorusudur.

Birbiriyle rekabet eden programlar iyi iş yapmıyorlarsa ya başka bir zaman dilimine aktarılmaktadırlar ya da sponsorlarını yitirmekte veya değerli reklam gelirlerinin bir bölümünden olmaktadır. Örneğin, bu pazarda rekabet eden bir kanalın, tek bir rating puanı yitirmesi halinde 1 milyon ABD Doları tutarı bir gelir kaybıyla karşı karşıya kalması mümkündür <sup>2</sup>.

Serbest piyasa ilkeleri çerçevesinde yaşanan deregulation ile, devletin yayın tekeli yerini dev medya tekellerine bırakırken, bu durum serbest piyasa ekonomisini doğuran liberal felsefenin zincirleme gelişen kaçınılmaz bir sonucuydu. Giderek tekelerde toplanan medya sistemleri çok sesliliklerini kaybederek, liberal felsefenin özündeki serbest düşünce pazarı ilkesine karşıt bir yapılaşma içine girdiler. Bir başka deyişle özgürlüğün kendisi özgürlüğü yok etmeye başladı <sup>3</sup>. Bu bozuk ve çarpık yapılaşma içinde pazar mekanizması hiç bir zaman beklendiği gibi serbest ve düzgün bir şekilde işlemeyip, aynı tür içeriklerin çok sayıda üretilmesiyle çeşitlilik, çoğulculuk, çok seslilik sağlanamamaktadır. Bunun sonucu olarak, iletişim özgürlüğü tehlikeye girerken, antidemokratikleşme kaçınılmaz

---

<sup>2</sup> Marilyn J. Matelski, *TV Haberciliğinde Etik*, Çeviren Bahar Öcal Düzgören, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1996, s.25

<sup>3</sup> Hülya Yengin, *Ekranın Büyüsü-Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının*

Bo-  
yutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar, Der yayımları, İstanbul 1994, s.31

olmaktadır.

Yeni ve farklı değil, tekdüze ve birbirinin aynı olanı izlemek zorunda kaldığımız medya kuruluşlarının bugünkü örgütlenme yapılarına, sermaye kuruluşları, üretici firmalar ve reklam ajanslarıyla olan ilişkilerine baktığımızda, medyayı kontrol edenlerin (kitle iletişim araçları sahiplerinin) çıkarlarının korunduğu gözlemlenmektedir.

John Keane'de sınırlanmamış rekabet ve medyada sermaye yo-ğunlaşmasının (tekelleşme) kaçınılmaz olduğu günümüzde bireylerin etkili ve doğrudan kararlarıyla tercihlerini kullanabilmelerinin ve yeni kuruluşların pazara girme özgürlüklerinin içi boş temenniler olduğunu belirterek, iletişim pazarlarının durmadan açıklık, evrensellik ve anlaşılabilirlik iddialarıyla hiç bağdaşmayan çelişkiler ve ikilimler yarattığını ifade etmektedir <sup>4</sup>.

Yayıncılığını büyük finansman gerektirmesi, kullanılan teknolojilerin maliyetlerinin bu kadar yüksek olması rekabeti bü-yük ölçüde engelleyerek, ancak çok büyük şirketlerin bu piyasada ayakta kalabilmelerini sonuçlamaktadır. Böylelikle bünyelerinde tekelleşme eğilimi bulunan yayın kuruluşlarının finanse edilmesinde mülkiyet ve kontrolün kalıpları, bir kaç endüstri devinin bizim ne göreceğimize, okuyacağımıza, duyacağımıza, sonuçta ne hakkında ve ne şekilde düşüneceğimize karar vermelerine yol açmaktadır.

Enformasyonun kendisinin alınıp satılan bir meta haline geldiğini söyleyen Eco'ya göre, iletişim olayının bütünüyle büyük bir endüstriye dönüşmesi ile ekonomik gücün, üretim

<sup>4</sup> John Keane, *Medya ve Demokrasi*, Çeviren Haluk Şahin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1993, s.73

araçlarını ellerinde bulunduranlardan, enformasyon üreten kitle iletişim araçlarını kontrol edenlerin ellerine geçmesi sonucu, bu insanlar sadece üretim araçlarını ellerine geçirmiş olmakla kalmamaktadır. Bu olay, aynı zamanda yabancılaşma sorununa yol açtığından enformasyonun anlamını da değiştirmektedir. Böylelikle üretilen enformasyonda bir anlam kaybı olmaktadır 5.

Sermayenin rasyoneli gereği, çok uluslu şirketler iletişim alanında daha güçlü ve etkili konuma gelerek rakiplerini geçmek isterken, kendilerine rakip olamayacak küçük firmaları da kendi bünyelerine katmaktadırlar. Bu ise bu alanda önüne geçilmez bir tekelleşmeyi sonuçlamaktadır. Çok uluslu bu dev kuruluşlar ürünün üretim, dağıtım ve satışının tek bir kuruluş tarafından yürütülmesini sağlayan dikey ve aynı kuruluşun sinema, müzik, plak, basılı yayın, kaset, disk, video film imalat ve satışı gibi değişik alanlarda faaliyet göstermesini sağlayan yatay tekelleşme sonucu, çok sayıda ülkede güçlerini ve kârlarını arttırmaya devam etmektedirler 6.

Dünya genelinde yaygın iletişim sektörünün hemen hemen tamamı ABD, Japon, İngiliz, Alman, Fransız, İtalyan sermayesinden oluşan kuruluşlara aittir. Amerika Birleşik Devletleri'nde Chase Manhattan, Morgan Guarantee, Citibank ve Bank of America gibi büyük mali kuruluşlar, NBC, ABC, CBS gibi büyük radyo ve televizyon şirketlerini, çok sayıda

---

<sup>5</sup> Umberto Eco, "Göstergibilimsel Bir Gerilla Savaşına Doğru", Aktaran Yusuf Kaplan, *Enformasyon Devrimi Efsanesi*, Rey, Kayseri 1991, s.115-139

<sup>6</sup> Graeme Burton, *Görünenden Fazlası-Medya Analizlerine Giriş*, Çeviren: Nefin Dinç, Alan Yayıncılık, İstanbul 1995, s.54

televizyon istasyonunu, kablolu televizyon şirketini, plak şirketini, dergileri, gazeteleri, film şirketlerini ellerinde bulundurmaktadırlar<sup>7</sup>.

İngiltere'ye baktığımızda, Rugert Murdoch'un ve Maxwell'in bu alanda büyük güç sahibi olduklarını görmekteyiz. İtalya'da (her ne kadar bazı hukuki ve siyasi şartınıtlar geçirdiyse de) Berlusconi'nin, Fransa'da ise Hersant, Havas ve Hachette'in, Almanya'da Bertelsman ile Springer'in uluslararası faaliyetlerde bulunan birer tek el gurubu oluşturdukları gözlemlenmektedir.

Tüm bu dev kuruluşlar liberal serbest piyasa mekanizması ile serbest girişim ilkeleri doğrultusunda gelişmiş olup, bu gelişim sonucu bağlı buldukları teknolojik açıdan ileri ülkelerin uluslararası iletişim alanında egemenliklerini sağlamaktadırlar. Böylelikle, sanayi devriminden sonra artık gelişmemiş ülkelere asker çıkartılmamakta, onun yerine Avrupa ve Amerika çıkışlı haber, bilgi ve programlar aracılığı ile ihraç edilen yaşam tarzı ve kültür ile elektronik sömürgecilik oluşturulmaya çalışılmaktadır. Az gelişmiş ülkelere önceleri program daha sonra ise sermaye ihraç eden çok uluslu iletişim şirketleri, bu ülkelerdeki sermayelerinin güvenliği, geleceği açısından ucuz hammadde ve işgücü kullanımına ve yeni pazarların oluşturulmasına ilişkin tedbirlerin alınmasını o ülkelerin siyasi iktidarlarından talep ederek, devletlerin iç işlerine müdahale edebilmektedirler.

Çok büyük bir gücün bir kaç kuruluşta toplanmasıyla,

---

<sup>7</sup> Ersan İlal, İletişim, Yığınsal İletişim Araçları ve Toplum-Kavramlar-Kurumlar,

Kurumlar, Der Yayınları, İstanbul 1995, s.19

bu kuruluşların yayın endüstrisindeki kârlarını ve varlıklarını sağlama almak için aralarında gayri resmi bir paylaşımı gerçekleştirmeleri söz konusu olmaktadır. Bu ise kartelleri oluşturmaktadır. Böylelikle kendi aralarında birleşen dev medya grupları tüm dünyayı kuşatma altına alarak Mc Luhan'ın evrensel köyünü oluşturma yolundadırlar. Örneğin Amerikan Time ve Warner şirketlerinin Mart 1989'da birleşmeleri, daha sonra ABC'nin Disney tarafından, Colambia Pictures'ın Sony tarafından, US West ile Turner Broadrasting Systems'in Time Warner tarafından satın alınması sonucu dünyanın en büyük medya imparatorlukları oluşmaktadır<sup>8</sup>.

Kimi zaman ABD'deki Paper Tiger Tv (Kâğıt Kaplan TV) gibi kâr amacı gütmeyen ve üçüncü sektör adı verilen amatör televizyon ekipleri yayın alanında yer alsalarda, amatör meraklıların ve gönüllülerin oluşturduğu bu tür yayınlar önemsenmeyecek kadar az sayıdadır<sup>9</sup>. Dünya genelinde gelişmişten gelişmemişe, kuzeyden güneye doğru tek yönlü iletişim akışı söz konusu olup, konuya ilişkin 1980'li yıllarda yapılan araştırmalardan biri olan Finlandiya'lı Tapio Varis'in araştırmasında, Avrupa ülkelerinin (genel olarak ABD ve diğer Avrupa ülkelerinin yapımları olmak üzere) %33 oranında, Latin Amerika ülkelerinin %50, Arap ülkelerinin %42, Afrika ülkelerinin %50, ABD'nin ise %1 oranında dışarıdan televizyon programı ithal ettiği saptanmıştır<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Jean-Marie Charon, *Medya Dünyası, Çeviren Oya Tatlıpınar*, İletişim Yayınları, İstanbul 1992, s.220

<sup>9</sup> Nurdogan Rigel, *Medya Ninnileri, Sistem Yayıncılık*, İstanbul 1994, s.53

<sup>10</sup> Hıfzı Topuz, "Uluslararası İletişim", Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir 1984, s.101-102

Sanayileşmiş ve sanayileşmemiş, bunun sonucu olarak da, gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki güç dengesizliğinin sonucu, bir ülkedeki kitle iletişim araçlarının mülkiyeti, yapısı, dağılımı ve içeriğinden birinin veya hepsinin, bir başka ülkedeki veya ülkelerdeki çıkar gruplarının önemli derecede etkisi altında olması ve etkilenen ülkenin, o ülkelere aynı derecede karşı bir etkiye bulunamaması durumu medya emperyalizmi olarak adlandırılmaktadır <sup>11</sup>.

Bağlantısız ülkelerin 1976 yılında Yeni Delhi ve Colombo toplantılarında, kuzey ve güney ülkeleri arasındaki enformasyon ve program akışının dengesizliğine dikkat çekilerek, bir bağımlılık ve tahakküm hali yaratan bu duruma bir çare olarak, gelişmekte olan ülkelerin kendi ulusal kültürlerini ve kimliklerini korumak amacıyla karşılıklı işbirliğinin oluşturulması için gerekli adımların atılması öngörülmüştür <sup>12</sup>.

Bağlantısız ülkelerin girişimlerinin yanısıra yeni evrensel enformasyon ve iletişim düzeni çabalarına katkıda bulunan uluslararası kuruluşlardan en önemlisi UNESCO'dur. Eşitlikçi ve dengeli bir iletişim düzeni oluşturmak için yapılan çalışmalardan bir kaçı olan, 1978 UNESCO 20'nci konferansında kabul edilen kitle iletişim araçları bildirgesi ve

---

<sup>11</sup> O.Boyd-Barret, "Media Imperializm: Towards International Framework For The Analysis of Media Systems", Aktaran Zeynep Oktay "Uluslararası İletişimin Sosyo-Kültürel Etkileri", Gürsel Öngören, *Uluslararası İletişim*, Der Yayınları, İstanbul 1995, s.79

<sup>12</sup> Raquel Salinas ve Leana Paldan, *Culture in the Process of Dependent Development, Teherotical Perspectives, National Sovereignty and International Communication - A Reader*, Ablex Publishing Corp. New Jersey 1979, s.82



UNESCO tarafından görevlendirilen komisyonun başkanının adıyla anılan Mac Brayd ra-porunda yukarıda değinilen iletişim sorunlarına çözümler aranmaktadır <sup>13</sup>.

Klasik liberal görüşü benimseyenler ise "özgür haber dolaşımı" doktrinini şiddetle savunurken, eğer ortada bir problem varsa, bunun gelişmemiş ülkelerin teknolojik altyapılarının yetersizliğinden kaynaklandığını, bu ülkelerin teknolojik yapılarının geliştirilmesiyle çözümlenebileceğini ileri sürmektedirler. Bu görüşe göre, iletişimin içeriğinden kaynaklanan emperyalizm veya zararlı iletişim söz konusu olamaz.

Bağılantısızlar Bloku'nun öncülüğündeki yeni düzen savunucularına göre ise, özgür haber dolaşımı doktrini mutlak ve başıboş bir özgürlük modeli olup, uluslararası iletişim tröstlerinin amaçlarına hizmet eder ve güçlünün gücünü pekiştirerek, mevcut eşitsizlik durumun devamını sağlamaya yöneliktir.

Yoğun kuruluşlarının ürettikleri ürünleri (film, televizyon programı, günlük gazete vs.) serbestçe diğer ülkelere ulaştırabilmeleri olarak tanımlayabileceğimiz özgür haber dolaşımı kavramı, günümüzde yayıncılığın çok büyük üretim kapasitesi gerektirmesi nedeni ile, enformasyon alanında emperyalist emel-lerin temel prensibi haline gelmiştir <sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Konca Yumlu, "Yeni Evrensel Enformasyon ve İletişim Düzeni Kavramı", 1983

Yılı II.Seminer Tutanakları, 1983 İletişim Yılı Nedeniyle Yazılı Görsel Basınla İlgili Bazı Konular, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, No:4 İstanbul 1983, s.26

<sup>14</sup> Herbert Schiller "Haberin Serbest Dolaşımı" üstüne bir söyleşi, Röportaj Oğuz Adanır, Aktaran Yusuf Kaplan, Enformasyon Devrimi Efsanesi, a.g.e., s.391

Özgür haber dolaşımının sorumluluk sistemi ile koordine edilmesi sonucu sağlanacak eşit, adil ve dengeli haber, bilgi, program dolaşımı ile gelişmiş ülkelerin ve bu ülkelerdeki iletişim tekellerinin gelişmekte olan ülkeler üzerindeki tahakkümü engellenebilir.

Bunun yanısıra ekonominin genel işleyişinden ayrılmayan kitle iletişim araçlarının varlığının tüketime bağlılığına son verilerek, iletişim çıktılarının sıf tüketim amacıyla üretilmeleri ve giderek daha çok tüketilen mallara dönüşmeleri önlenabilir <sup>15</sup>.

Böylelikle hem teknolojik nimetlerin, ekonomik kaynakların ve iletişim araçlarının adil bir dağılımının sağlanması hem de uluslararası iletişimi bir takım ahlaki standartlar ve davranış kurallarına bağlayan hukuki normların oluşturulmasını ifade eden iletişimin demokratikleşmesi kavramı yaşama geçirilebilecektir <sup>16</sup>.

Aksi takdirde, teknolojinin beraberinde getirdiği görünüm, üstünlüklerin kaçınılmaz olarak tekellerini doğurmasıdır. Serbest piyasa şartlarında rekabete açık ve yarışmacı koşullarda çalışmak zorunda kalan iletişim sahası sürekli olarak devleri ortaya çıkarmakta, teknolojik, ekonomik ve yasal olanakları en iyi kullanan en önde ve en üstte yer almaktadır <sup>17</sup>. ABD ve Avrupa ülkelerinin ve dev iletişim

---

<sup>15</sup> Bilgin Adalı, *Tüketim Kültürü*, Cösteri, 1983, s.85

<sup>16</sup> Mahmut Oktay, *Kitle İletişim Araçlarının Uluslararası Sorumluluğu ve İletişim*

*Ahlak Kuralları*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1990, ss.115-116

<sup>17</sup> Al.Nur Topçuoğlu, *Basında Reklam ve Tüketim Olgusu*, Vadi Yayınları, Ankara

kuruluşlarının uluslararası yayın düzenindeki açık üstünlükleri sonucu iletişim araçlarını ellerinde tutan sınıfın fikirleri, egemen fikirler olmaktadır. Her ne kadar Fukuyama gibi düşünürler tarihin bittiğini ileri sürseler de, 1800'lerdeki demir, çelik, maden gibi önemli ekonomik alanların yerini iletişim alanının almasının dışında pek bir şeyin değişmediği günümüzün dünya düzeninde, sermayenin yoğunlaşması süreci yoluna devam etmektedir.

## KAYNAKÇA

- **ADALI, Bilgin**, Tüketim Kültürü, Gösteri, 1983
- **BOYD, O.-Barret**, Media İmperializm: Towards International Framework for the Analysis of Media Systems, Aktaran Zeynep Oktay, "Uluslararası İletişimin Sosyo-Kültürel Etkileri" Gürsel Öngören, Uluslararası İletişim, Der Yayınları, İstanbul 1995,
- **BURTON, Graeme**, Görünenden Fazlası, Medya Analizlerine Giriş, Çeviren Nefin Dinç, Alan Yayıncılık,
- **CHARON, Jean-Marie**, Medya Dünyası, Çeviren Oya Tatlıpınar, İletişim Yayınları, İstanbul 1992
- **ECO, Umberto**, "Gösterebilimsel Bir Gerilla Savaşına Doğru", Aktaran Yusuf Kaplan, Enformasyon Devrimi Efsanesi, Rey, Kayseri 1991
- **İLAL, Ersan**, İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları-Toplum-Kavramlar-Kurumlar-Kurallar, Der Yayınları, İstanbul 1995

- **KEANE, John**, Medya ve Demokrasi, Çeviren Haluk Şahin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1993
- **MATELSKI, Marilyn J.**, TV Haberciliğinde Etik, Çeviren Bahar Öcal Düzgören, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1996
- **MCQUAIL, Denis**, "Western Europe: 'Mixed Model' Under Threat", Questioning The Media: A Critical Introduction, Der J. Downing A. Mohammadi, A. Sreberny-Mohammadi, Londra 1990
- **OKTAY, Mahmut**, Kitle İletişim Araçlarının Uluslararası Sorumluluğu ve İletişim Ahlak Kuralları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 1990
- **RİGEL, Nurdoğan**, Medya Ninnileri, Sistem Yayıncılık, İstanbul 1994
- **SALINAS Raquel-PALDAN, Leana**, Culture in the Process of Dependent Development, Teherotical Perspectives, National Sovereignty and International Communication-A Reader, Ablex Publishing Corp. New Jersey 1979
- **SCHILLER, Herbert**, "Haberin Serbest Dolaşımı" üstüne bir söyleşi, Röportaj Oğuz Adanır, Aktaran Yusuf Kaplan, Enformasyon Devrimi Efsanesi, Rey Yayınları, Kayseri 1991
- **TOPÇUOĞLU, M. Nur**, Basında Reklam ve Tüketim Olgusu, Vadi Yayınları, Ankara 1996
- **TOPUZ, Hıfzı**, Uluslararası İletişim, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir 1984
- **YENGİN, Hülya**, Ekranın Büyüsü-Batıda Değişen

Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar, Der Yayınları, İstanbul 1993

**YUMLU Konca**, Yeni Evrensel Enformasyon ve İletişim Düzeni Kavramı, 1983 Yılı II.Seminer Tutanakları, 1983 İletişim Yılı Nedeniyle Yazılı ve Görsel Basınla İlgili Bazı Konular, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları No:4, İstanbul 1983

