

- Geray, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birlik Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Göker, Aykut (2003). "Onuncu Yılında Türk Bilim ve Teknoloji Politikası:1993-2003." Bu çalışmaya, (<http://www.inovasyon.org/pdf/AYK.TBTP.1993-2003.Uyg.Durumu.pdf>) adresinden ulaşılabilir.
- Hard, Michael ve Antonio Negri (2000), *İmparatorluk*. Çev., Abdullah Yıldız. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hawkins, R. (1997) 'Prospects for a Global Communication Infrastructure in the 21st Century: Institutional Restructuring and Network Development.' In Sreberny-Mohammadi, A., D. Winseck, J. McKenna ve O. Boyd-Barrett (eds.). *Media in a Global Context*. London: Edward Arnold. 1997. 177-193.
- Kazgan, Gülten (2002). *Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi, Birinci Küreselleşmeden İkinci Küreselleşmeye*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kumar, Krishan (1995). *From Post Industrial to Post Modern Society, New Theories of the Contemporary World*. U.K.: Blackwell Pub.
- Mosco, Vincent (1988). "Introduction: Information in the Pay-Per Society." *The Political Economy of In-formation*. Vincent Mosco (der) içinde. London: The University of Wisconsin Press. 47-64.
- Newberry, D. M. (1997). "Determining the Regulatory Asset Base for Utility Price Regulation." *Utilities Policy* 6 (1): 1-8.
- Samarajiva, Rohan ve Peter Shields (1997). "Telecommunications networks as a social space: Implications for research and policy and an exemplar." *Media, Culture and Society* 19: 535-555.
- Sayı, Nur (2002). "Telekomünikasyon ve Bilgi Teknolojileri Pazarı: Mevcut Durum ve 10 Yıllık Perspektif." *Telekomünikasyon Eksen 4* (Ekim-Kasım-Aralık): 17-34.
- Schiller, Dan (1988). "How to Think About Information." *The Political Economy of Information*. Vincent Mosco (der) içinde. London: The University of Wisconsin Press.
- Schiller, Herbert (1981). *Who Knows: Information in The Age of the Fortune 500*. New Jersey: Ablex Publication.
- Serbest, Hamit (2002). "Mobil Telekomünikasyon Sistemleri ve Türkiye." *Telekomünikasyon Eksen 3* (Temmuz-Ağustos-Eylül): 14-28.
- Törenli, Nurcan (2004). *Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Telekomünikasyon Kurumu 2001 Yılı Faaliyet Raporu.
Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967).
İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972).
Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977).
Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983).
Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989).
Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994).
Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000).
Yearbook of Statistics, Telecommunication Services Chronological Time Series 1991-2000. ITU. Cenevre. 2001.
- Webster, Frank (2000). "Information, Capitalism and Uncertainty." *Information, Communication & Society* 3 (1): 69-90.
- Winseck, Dwayne (1998). *A Political Economy of Telecommunications in Canada* Hampton Press. Cresskill. New Jersey.
- Urey, Gwen (1995). "Telecommunications and Global Capitalism." *Telecommunications Politics*. Bella Mody vd. (der) içinde. New Jersey: LEA. 53-83
- Van Audenhove, Leo, vd. (1999). "Information Society Policy in the Developing World: A Critical Assessment." *Third World Quarterly* 20 (2): 387-404.

CNN ve Ağlardan Akıp Giden İmgelemi İnşa Etme İddiası

Özet

Bu yazıda üç döneme ayırdığımız uluslararası haber piyasasında, 1980'li yıllardan itibaren biçimlenen üçüncü döneme damgasını vuran CNN-CNN International'i iletişim piyasasındaki konumu açısından ele almaktayız. 1990'lı yılların uluslararası haberciliğinde tek referans olarak ortaya çıkan CNN International'e alternatif olarak kurulan Avrupalı uluslararası televizyon kanalları ile CNN International arasındaki farkın, sonuncusunun evrensel ve küresel bir yayın kuruluşu olma iddiasında yattığını ileri sürdüğümüz bu yazıda, bu evrensellik ve küresellik amacını-iddiasını bir yandan serimlemeye diğer yandan sorgulamaya çalışıyoruz.

The CNN and the Claim to Build an Imagination Flowing through Networks Abstract

In this article I separate the international news market as three periods and assess the CNN-CNN International, which has impressed on the third period, from the standpoint of the international communication market. The CNN International emerged as the unique news source in international journalism in 1990s. European supra-national television channels were set up as alternatives to the CNN International. In this article I claim that the CNN International's claim of being universal and global is the difference between the European supra-national television channels and the CNN International. In this study I am trying to find out and examine the globality and universality aim/claim of the CNN International.

Nilgün Tatal Cheviron
Ankara Üniversitesi
İletişim Fakültesi

CNN ve Ağlardan Akıp Giden İnceleme İnşa Etme İddiası¹

¹ Bu yazının gerçekleşmesinde Türkiye Sosyal Bilimler Akademisi'nin 2004 bahar döneminde verdiği doktora sonrası yurt dışı araştırma bursunun büyük katkıları olmuştur. Kendilerine buradan teşekkür etmek isteriz.

Giriş

1980'li yıllarla birlikte kapitalizm medya alanını da kapsama başlamıştır. Bu anlamda haberin metalaşması da gündeme gelmiştir. Aynı süreçte küresel bir iletişim piyasasının da doğduğunu ve yeni teknolojik yenilikler sayesinde bir yandan ekonomik diğer yandan kültürel anlamda bir akışlar ve ağlar sisteminin oluştuğunu söyleyebiliriz. Bu gelişmeleri daha geniş bir perspektif içinde konumlandırmak gerekmektedir. Antonio Negri ve Michael Hart, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya yeni bir dünya egemenliği biçiminin çıktığına işaret ederler. Bu yeni egemenlik biçimi ulusal ve ulus-üstü organların tek bir hükmetme mantığı dahilinde birleşmeleriyle somutluk kazanmıştır. Bu yeni küresel egemenlik biçiminin adı, İmparatorluk'tur. Emperyalizmden toprağı temel alan bir merkez yaratmaması ya da sabit sınırları ya da engelleri tanımamasıyla ayrılan İmparatorluk dünyasını ise şöyle tanımlamak mümkündür: "Sermayenin önünde dümdüz bir dünya uzanıyor; bu dünya aslında yeni ve karmaşık farklılaşma ve homojenleşme, topraktan kopuş ve yeniden toprağa dönüş rejimleriyle tanımlanan bir dünya" (19). Bu dünyanın temel niteliği olan,

küresel akış yolları ve sınırları hakim üretim süreçlerindeki bir dönüşüm eşliğinde kuruluyor ve sonuçta endüstriyel fabrika emeğinin rolü azalırken öncelik iletişimsel, duygulanımsal ortak emeğe veriliyor. Küresel ekonominin postmodernleşmesi sürecinde, servet yaratımı giderek daha fazla bizim biyo-politik üretim

tarzı dediğimiz (ekonomik, politik ve kültürel alanların giderek örtüştüğü ve birbirini sardığı, bizatili toplumsal hayatın üretimi) içinde gerçekleşiyor (19).

Hart ve Negri'nin kitabı, küreselleşme ve kültürün küreselleşmesi üzerine yazılanlarda iletişimsel ve duygulanımsal olanın her türlü akışların kat ettiği dünyaya temel niteliğini kazandırdığı konusunun en iyi ve açık bir biçimde ifade edildiği kitap niteliği taşımaktadır. Her ne kadar, iletişimsel olanın derinlikli bir çözümlemesine bu kitapta da yer verilmese de rağmen, en azından sorun tüm dünya evlerine ulaşan televizyonun küresel kültürün oluşumundaki önemini vurgulanmasını aşan bir tarzda formüleştirilmiştir. Küresel yeni hakimiyetin temelini oluşturan biyo-politik² bir düzen üretiminin konumlandırılacağı yer, Hart ve Negri'ye göre,

dilin, iletişimin ve iletişim endüstrileri tarafından geliştirilen simgeselin üretiminin maddi olmayan bağlantı noktalarıdır. İletişim ağlarının gelişmesinin yeni dünya düzeninin ortaya çıkışıyla organik bir ilişkisi vardır; başka bir ifadeyle bu ağlar, hem neden hem sonuç, hem ürün hem üreticidir. İletişim küreselleşme hareketini ifade etmekle kalmaz, ağ örgüsünü çoklaştırarak ve yapılaştırarak örgütler de. İletişim hareketi ifade eder ve bu iletişim ağları içinde akıp giden imgeselin duyusu ve yönünü tayin eder (58).

İletişimin her şeyden önce hareketi ve ağlardan akıp giden imgeselin akışını ifade etmesi anlamında küreselleşmenin hem nedeni hem de sonucu olmasından hareketle bu yazıda, günü-

² Hart ve Negri Michel Foucault'dan ve Gilles Deleuze ve Felix Guattari'nin Foucault yorumlarından esinlenerek geliştirdikleri biyo-politik iktidarın içinde bulunduğumuz kontrol toplumlarının temel niteliği olduğuna işaret ederler. Bütün toplumsal bünyenin iktidar tasarımına konu olması, bizatili yaşamın üretilmesinin iktidarın işlevi haline gelmesi ve iktidarın tüm toplumsal bünyeye sızarak öznelliklerin üretimi tarzında işlemesi biyo-politik iktidarın temel özellikleri arasında sayılabilir. Bkz., Hardt ve Negri, 2001, özellikle "Biyo-politik üretim" başlıklı bölüm. Burada bu iktidar tanımının iletişim-iktidar bağlantısının açılmasında çok önemli olduğunu vurgulamakla yetineceğiz.

3 Küresel ve küreselleşme sözcüklerini, yerlerine başka ifadeler Türkçe'de yaygın olarak kullanıma giremediği için kullanıyoruz. Armand Mattelart İngilizce'de *globalization* sözcüğü ile karşılanan bizim küreselleşme diye Türkçeleştirdiğimiz bu terimlerin içinde doğdukları ekonomik-politik ve kültürel bağlamın taşıyıcısı olduklarını ileri sürerek Fransızca'da *mondialisation* ya da *internationalisation* sözcüklerinin kullanımını önermektedir. Ancak *mondialisation* sözcüğü dünyasallaşma olarak Türkçe'ye çevrilmiş olmasına rağmen, sözcüğün Türkçe'de Fransızca'daki vurguyu taşımadığını düşündüğümüzden bu yazıda tüm sakıncalarına rağmen küreselleşme sözcüğünü kullanmayı yeğledik.

müzün tek "küresel" olma iddiasındaki kesintisiz canlı haber yayını yapan uluslararası kanalı CNN'in bu iddiasını serimlemeyi ve sorgulamayı amaçlıyoruz.

Uluslararası görüntü piyasası ve CNN

Uluslararası haber piyasasının oluşumunda üç dönemden söz edilebilir. Bu dönemlerden ilki, uluslararası haberin, sanayi ve finans alanındaki gelişmelere ve sömürgecilğe paralel olarak ortaya çıktığı 19. yüzyıla tekabül eder. İlk uluslararası haber düzeni 1859 yılında ortaya çıkmıştır. Bu dönemde Havas, Reuters ve Wolf (Prusyalı bir haber ajansı) uluslararası haber piyasasını ellerinde tutuyordu. Amerika Birleşik Devletler'i kendi ulusal pazarını bu haber ajanslarından korumayı başarmış ve 1945 yılında neredeyse piyasanın tek hakimi haline gelmiştir (Korkiki-an, 1993:102). Bu tarihlerden itibaren biçimlenen ikinci dönem ise, uluslararası haber piyasasının ortaya çıktığı 1950'li yıllardan 1990'lı yıllara kadar uzanan dönemi içermektedir.

İlk dönemin belirleyici niteliği, Amerika Birleşik Devletleri'nin henüz dünya sahnesinde küresel³ bir güç olarak ortaya çıkmadığı bir dönem olmasıdır. İkinci döneme damgasını vuran ise, Soğuk Savaş dönemi boyunca dünya haber piyasalarında Amerika Birleşik Devletleri'nin bir tür kuralları yapan bir güç olarak ortaya çıkmasıdır. Dönemin bir diğer özelliği ise, haber pratiklerinde propaganda amaçlı ya da resmi iktidarla bağlantılı bir yayıncılık anlayışının belirleyici olmasıdır. Bunu söylerken, günümüzde kitle iletişim araçlarının siyasi ya da ekonomik iktidarın "denetim"inden tamamen kurtulduğunu söylemek istemiyoruz. Söylemek istediğimiz, örneğin 1980'li yıllara kadar Avrupa'da televizyon haberlerinde uluslararası konuların kurumsal ya da diplomatik yönden oluştuğudur. Devlet temsilcilerinin yabancı ülke ziyaretleri, devletlerarası kurumların toplantıları gibi konular önemli sayılıyordu. Kamu televizyonları bu resmi gündemi ele almak zorundaydılar. Bu konular hala haber gündemlerinde kısmi bir yere sahip olsalar bile, 1980'li yıl-

lardan itibaren önemini yitirmişlerdir. Bir yandan bu gündemin izleyici oranını düşürdüğü argümanı yaygınlık kazanırken, diğer yandan gazeteciler de bu gündemin mesleki açıdan önemsiz olduğunu düşünmeye başlamışlardır. Bu resmi gündemin yerini ise, savaşlar, riskler, skandallar, facialar gibi geniş bir izleyici kesiminin ilgisini çekeceği varsayılan konulardan oluşan bir gündem almıştır (Marchetti, 2002a:81).

Bu gündem değişikliklerinin damgasını taşıyan üçüncü dönemin başlangıcını ise uluslararası haber-görüntü piyasasının genişlemeye başladığı 1980'li yıllara kadar geri götürebiliriz. Bu dönemde genişlemeye başlayan uluslararası haber-görüntü piyasası, genişlemesini 1990'lı yıllarda olağanüstü bir hızla sürdürür. Bu genişlemeye, yeni özel televizyon kanallarının kurulması ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler yol açmıştır. 1980'li yıllarda kesintisiz canlı haber yayınlarının başlamasıyla birlikte uluslararası olayların görüntülerine duyulan talep hızla artış göstermeye başlar. Bu talep artışı uluslararası görüntü piyasasının özel radyo-televizyon kanallarının gereksinimleri doğrultusunda yeniden yapılanmasını da beraberinde getirir. *Reuters Television*, *Associated Press Televisions News*, *l'Union Europeenne de Radio-Television*⁴ tüm dünya ülkelerine uluslararası olaylarla ilgili görüntü pazarlamaya başlamıştır.

Görüntü Piyasasının "Küresel" Televizyonu CNN

Bu görüntü bankalarının dışında uluslararası haber görüntü piyasasında CNN ve BBC World önemli bir konumda bulunmaktadır. Bu iki kanal yukarıda sözü edilen görüntü bankalarından görüntü satın alsalar bile, kendileri de görüntü satmaktadır (Marchetti, 2002a: 71). Ayrıca, CNN ve BBC World dünya haber piyasasında uluslararası haberler açısından diğer haber organları tarafından referans kabul edilmektedir. Bu durum, yani diğer yayın organlarının haber gündeminin oluşmasında belirleyici olmak, öncelikle CNN'in haber piyasasındaki üstün konumunu pekiştirmektedir.

4 Bu görüntü bankası, *Asia Broadcasting Union*, *North American Broadcasters Union*, *Union des Radios et televisions nationales d'Afrique et Arab*, *States Broadcasting Union* ve *Organisacion de la Television Iberoamericana* ile görüntü alışverişi yapmaktadır.

BBC World ve Euronews 1991 yılındaki Körfez Savaşı sırasında CNN'in tüm Batılı yayın kurumlarının başvurduğu tek haber kaynağı olarak ön plana çıkmasının yarattığı kimi rahatsızlıklara karşı önlem almak amacıyla kurulmuştur. Avrupa devletleri ulusal piyasalarında ve uluslararası haber piyasasında Amerikalı bir haber televizyonunun egemenlik kurmasını dengelemek-engellemek için BBC World'ü 1991 yılında, Euronews'u ise 1993 yılında kurmuşlardır (Marchetti, 2002b:183). Bu iki haber kanalı CNN modeli üzerinden, yani CNN'in kesintisiz canlı haber yayını ilkesi uyarınca örgütlenmişlerdir. Uluslararası haber piyasasındaki yapısal dönüşümlerin gerisinde bu anlamda bir yandan CNN'in en büyük haber televizyonu olarak haber piyasasındaki konumunun ve diğer yandan bu kanalın izlediği kesintisiz canlı yayın politikasının mutlak bir etkisinin olduğunu söyleyebiliriz.

Bunlarla bağlantılı, ama bunlardan çok daha önemli olan bir diğer olgu ise, uyduyla iletişim teknolojilerinin ulusal iletişim sistemlerini dönüşüme zorladıkları ve ulus devletlerin kendi sınırları içindeki yayımları denetlemekte güçlük çektiği bir dönemde, kamusal yayıncılık anlayışının karşısına mutlak bir alternatif olarak çıkan özel yayın kuruluşlarının uluslararası büyük iletişim şirketlerinin rekabetine konu olmasıdır. Ağların küresel kullanımı ve küresel düzeyde belli bir yaşam tarzının yayılması rekabeti bu anlamda hız kazanmıştır. CNN ise bu keskinleşen küresel rekabet dünyasının "efendisi" olarak nitelenmektedir (Korkikian, 1993:101). Ne BBC World'ün ne de Euronews'un bugün CNN karşısında bir üstünlük elde etmeleri söz konusudur. BBC World kamu yayıncılığı yapması nedeni ile ciddi mali sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Euronews ise Avrupa Kamu Televizyonları Birliği'nden (UER), CNN'den ya da büyük görüntü bankalarından aldığı görüntüleri farklı Avrupa dillerinde sunucusuz ve yorumlu sunmaktadır. Bu haber kanalında yuvarlak masa toplantıları ya da söyleşiler yer almaktadır. Haber görüntüleri aynı anda Fransızca, İngilizce, İtalyanca, İspanyolca ve Arapça olarak yayınlanmaktadır. Kanal

Avrupa dillerinden birinde (Rusça ya da Lehçe) yayın yapmaya başlamayı planlamaktadır. Görüldüğü üzere, Euronews CNN'i bile görüntü kaynağı olarak görmekte ve yayın politikası ile CNN'in dünya piyasasındaki konumunu pek sarsacak gibi görünmemektedir. Euronews'un şimdilik tek amacı, Avrupa televizyon pazarının CNN gibi Amerikalı bir şirketin ya da Anglo-sakson herhangi bir şirketin eline geçmesini önlemektir. CNN gibi dünya piyasasını ele geçirme ve sahip olduğu piyasa payını genişletme gibi bir amacı yoktur. Ayrıca, Avrupa ABD'nin iletişim piyasasındaki egemenliğine ne kadar direnmeye çalışırsa çalışsın, Disney eğlence, CNN haber, Microsoft da multimedya alanında Avrupa pazarını ele geçirmeye başlamıştır. Söz konusu olan programlar ya da filmlerle ABD, piyasada egemen olmanın ötesine geçmiş durumdadır. Amerikalı şirketler televizyon kanalları ile kablo ve uydu sistemleriyle kurulan ağlara erişim hizmetleri alanında önemli yatırımlar yapmıştır. *L'observatoire europeen de l'audiovisuel*'in 1996 yılı verilerine göre, Avrupa'daki işitsel-görsel alandaki Amerikan yatırımları 1992 ile 1995 yıllarında 3.6 Milyar dolardan 6.8 Milyara çıkmıştır. Avrupa'nın aynı dönemdeki yatırımları ise 288 Milyon dolardan 532 Milyon dolara çıkmıştır. Amerika'nın Avrupa film piyasasındaki payı 1986 yılında %59 iken, 1996 yılında bu pay %75'e yükselmiştir (Cubentafond, 1998:206).

Uluslararası haber piyasasının hakimi CNN'i diğer uluslararası haber televizyonlarına kıyasla farklı kılan canlı ve kesintisiz haber yayını anlayışı ise de, artık günümüzde bu tür anlayışla yayın yapan televizyon kanallarının sayısı çoğalmaya başlamıştır.⁵ CNN'i diğer uluslararası yayın kuruluşlarından farklı kılan şey, küresel bir boyut taşıma iddiasıdır. Günümüzde CNN tüm dünya ile ilgili haberleri dünyanın dört bir köşesine dağılmış bir izleyici topluluğuna hitaben yayımlamaktadır. "CNN'in en temel özgülüğünü ve en göze çarpan tikelliğini hiç kuşkusuz haberin ve hedef kitlenin küreselleşmesi" (Semprini, 2000:83) oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında örneğin BBC World uluslararası haber gündemini yabancı ülkelerdeki İngiliz-

⁵ Kesintisiz canlı yayın anlayışının gazetecilik mesleğinin uygulanışında ortaya çıkardığı dönüşümler çok boyutlu bir konu olduğu için bu yazıda bu konuya yer verilmeyecektir.

6
1996 yılında yayına başlayan MSNBC kanalının gelecekte CNN'e rakip olacağı ileri sürülmektedir. Söz konusu kanal MSNBC Microsoft ve NBC ortaklığıyla kurulmuştur. 22 Milyon Amerikalı aboneye yayın yapmaktadır. Kanal, sürekli canlı haber yayın ilkesini kablolu yayıncılığın sunduğu olanakların yanı sıra, kablo ile dağıtım internet ağına erişim ile birleştirmeyi amaçlıyor (Tacet, 1998:122). Televizyon yayıncılığında gelecekte hakim olacak biçimin ise sayısal televizyon olduğu söylenmektedir. Sayısal televizyon kamusal, ticari ve kablo üzerinden yayın yapan televizyonlardan farklıdır. Çünkü tek bir konuya, örneğin spora ya da sporun alt dalı olan futbola ayrılan bir kanallar demeti oluşturulmaktadır. Paketlerin yanı sıra sunulan diğer kanallara erişim ise ek kanallar olarak görülmektedir. Bu kanallar demetinin operatörü abone sayısına göre kanallara ödeme yapmaktadır. Konulu televizyon kanallarının gelişimini bu bağlamda değerlendirmek gerekir, haber televizyonları da bu süreçte sadece finans haberlerini yayınladıkları kanallarla dahil olma girişimlerine başlamaktadır. Daha geniş bilgi için bkz., Richeri, 2000.

7
Bernard Miège dünyada altı büyük iletişim şirketinin olduğuna dikkati çeker. Bunlardan beşi Amerikalı, biri ise Almandır (Bertelsman). Time Warner CNN ile birlikte, Newscorp Fox ile,

leri ya da Anglo-sakson kesimleri düşünerek hazırlamakta, Euronews ise tüm Avrupa'ya bile yayın yapmamaktadır. Ayrıca Euronews gibi haber kanalları daha çok "Avrupa"yı ilgilendiren konularda haber üretmek için kurulmuştur (Marchetti, 2002a:80-81). Günümüzde sadece CNN⁶ çok uluslu ve homojen bir küresel izler kitleye seslenme ve hiçbir ulusal tabanı, en azından teorik anlamda, izler kitlesi olarak hedeflememe iddiası taşımakta ve bunu gerçekleştirmeye çalışmaktadır.

Bilindiği üzere, CNN'in 1996 yılında Time Warner ile birleşmesi, bu haber kanalını haber piyasasındaki en büyük ve en önemli haber televizyonu haline getirmiştir.⁷ Bu birleşmeden önce Time Warner 1989 yılında Life grubu ile birleşmiş ve bu birleşmeden dünyanın en büyük medya grubu doğmuştu. 2000 yılında ise Time Warner ve American Online birleşmiş, bu birleşme Warner'in dünya iletişim piyasasındaki konumunu daha da güçlendirmiştir. Warner grubunun yaptığı en iyi yatırımın, 1996 yılında Ted Turner'in şirketinin büyük bir payını satın alması olduğu söylenmektedir⁸ (Antoine, 2002:36). Ted Turner başlangıçta sadece Atlanta'da yayın yapan yerel bir televizyon kanalının sahibiydi. 1970 yılında satın aldığı bu kanalda kalitesi düşük programlar ile satın aldığı Atlantali bir beyzbol takımının maçlarını yayınlıyordu.

Ted Turner CNN'i (Cable News Network) 1980 yılında kurar.⁹ Açılış konuşmasında Ted Turner CNN'in "insanlığın en büyük serüveni olacağına" işaret ederek "yerleşik düzene karşı, ikiyüzlülere karşı bir savaş veriyoruz. Ya batacağım ya da televizyonda devrim yapacağım. Artık geri adım atamayız" demiştir (aktaran Korkikian, 1993:103). CNN kuruluşunun dördüncü yılında dünyadaki en prestijli dört şirketten biri haline gelir; Disney, Kodak, Mercedes, Rolex, IBM ve ATT gibi şirketler listesinin başında yer almaya başlar (Tacet, 1998:12). CNN'in canlı ve kesintisiz haber anlayışının sahibi Ted Turner tarafından ABD içinde "devrimci bir adım" olarak sunulması yalnızca Amerika Birleşik Devletleri'ni değil, tüm iletişim dünyasını etkileyecek bir girişim

me CNN'in kuruluşundan yaklaşık altı yıl sonra, 1986 yılında kanalın küreselleşme amacını somutlaştıran CNN International 'in resmi olarak kurulmasıyla dönüşür. Turner, iletişim piyasasını ve televizyon kanalı sahibi olmayı öylesine önemli bulmaktadır ki, yaptığı bir konuşmada politika ile iletişimi karşılaştırarak "küresel bir iletişim imparatorluğunun denetimini elimde tutmayı tercih ederim" (aktaran Tacet, 1998:18) demiştir. Turner'in kastettiği, dünyanın gidişatında etkili olanlar üzerinde sahip olduğu iletişim imparatorluğu ile etkili olabileceğidir. Hatta küresel yönelimli bir televizyon kanalı sahipliğinin, dünyaya yön verilmesinde sahibine dünyanın politik temsilcilerinden daha fazla ve meşru bir iktidar sağladığı yönündedir. Açıkça ifade edilmemiş bu amaç, daha insani ilkelerle¹⁰ Turner tarafından şöyle dile getirilmektedir:

Amacım ... tüm dünyaya açılmak. Sınırların iptal edilmesi, yabancı teriminin ortadan kaldırılması. Dünya büyük bir köy ve biz hepimiz bu köydeki komşularız. Ben evrensel barış için çalışıyorum. Televizyonun bu konuda önemli bir rol oynayacağını düşünüyorum ve bunu gerçekleştirmek için çaba sarf ediyorum (aktaran Tacet, 1998:34).

Aslında bu amacı küreselleşmenin uluslararası büyük şirketlere çizdiği küresel-yerel stratejiler bağlamında konumlandırmak gerekir. Piyasaların, üretim sistemlerinin ve teknik sistemlerin evrensel bir standartlaşmaya ve küresel ihtiyaçlarda hedeflenen türdeşleşmeye göre örgütlenmesinin yanı sıra, bir yanda buna bağlı kitleselleşme diğer yanda parçalanma aynı anda gündeme gelmektedir. Parçalanma evrensel standartlaşmaya karşı ortaya çıkan direnişlerin kırılmasının günümüzdeki yöntemi olarak biçimlenmektedir. Uluslararası şirketlerin küresel reçetesi ise, iki ilkeye dayanmaktadır: Küresel piyasada konumlanmak ve yerel şubelere bir hareket serbestliği bırakmak. Şirketler küresel piyasada tek bir bütünlük stratejiye sahip bile olsalar, yerel gerekliliklere uyabilecek bir özerklik kapasitesini de göz ardı etmemektedirler. Yerel özellikleri dikkate alarak oluşturulan pazarlama ve reklam stratejileri sayesinde şirketler, piyasaları ve tüketicileri sınıflandırıp, bu alanlara müdahale

Walt Disney ABC ile, Viacom CBS ile General Electric NBC ile bu beş büyük iletişim şirketini oluşturmaktadır. La Commission Fédérale des Communications 2 Haziran 2003 tarihinde aldığı bir karar ile Amerika Birleşik Devletleri içinde tekelleşmeyi kolaylaştırır. Miège'ye göre Amerika'da 1975 yılından bu yana bu tür bir karar asla alınmamıştır. CFC basın sektöründe etkinlikte bulunan şirketlere izlenme oranı %45'i aşan televizyon kanallarını satın alma imkanı tanımıştır. Bu oran daha önce %35'di. Miège'ye göre tekelleşmeyi kolaylaştırma yönünde alınan bu karar ile iletişim dünyasında yaşanan teknolojik dönüşümler ile uluslararası piyasanın sıkı rekabet koşulları arasında bir bağlantı vardır. Basın grupları farklı kitle iletişim araçlarına multimedyalaşma olgusu nedeniyle aynı anda sahip olma eğilimi içine girmiştir. Amerikalı iletişim grupları yabancı ülkelerde yaptıkları yatırımlarda zorluklarla karşılaşırken, Amerikan ulusal piyasasındaki konumlarını güçlendirme stratejileri uygulamaya başlamışlardır. Hem ulusal hem de uluslararası iletişim piyasasında donanım ve içerik şirketleri birleşme yönünde bir strateji izlemektedirler. Tüm bu olgular ulusal ve uluslararası piyasalarda tekelleşme olgusunu yeniden ciddi bir gelişme olarak karşımıza çıkarmaktadır. Bkz. Fraumiegs, vd., 2003:8-9.

8
Alain Cubentafond bu önemin, Warner'in kablolu

yayın teknolojileri ile telekomünikasyon teknolojilerini bütünlendirme girişiminin yanı sıra, Warner'in buna ek olarak program endüstrilerini içerecek şekilde bir büyüme politikası izlemesinden kaynaklandığını ifade etmektedir (1999:235 ve 245).

9

Turner'in medya piyasasının farklı alanlarında, örneğin müzik ve film sektörlerinde de önemli yatırımları vardır. Turner, CNN'in yanı sıra HBO, TBS ve *Cartoon Network*'ün sahibidir. Yazılı basında *Time*, *Fortune*, *People*, *Money*, *Sports Illustrated*'in sahibidir. *Time* & Warner ise sinema alanında Warner Brothers, *Castle Rock* ve *New Line Cinema*'nın, müzik alanında *Warners Music*'in sahibidir (Tacet, 1998:36-42).

10

Turner'in Birleşmiş Milletler'e Amerika Birleşik Devletleri'nin bir türlü bütçesinde yer açamamasına karşı üstü örtük bir meydan okumasını, Turner 1997 yılında adı geçen kuruma bir milyar dolarlık bir bağış yapmasında görebiliriz. Borsada kazandığı söylenen bu parayı Turner BM'ye hibe ettiğinde BM'nin borçları 1 milyar dolardı ve ABD bu parayı birçok defa söz vermesine rağmen BM'ye bir türlü veremiyordu. Bu konudaki daha ayrıntılı açıklamalar için bkz., Tacet, 1998, s.95-105.

ederek yerel ağlarla yeni piyasalara girme şanslarını artırmaktadırlar. Küresel ekonominin bu niteliğine eklenmek zorunda kalan medya alanı konusunda Armand Mattelart, küresel kültürün tüm görüntüleri tek elde toplayan bir piyasa arayışında olduğunun altını özellikle çizer. Mattelart'a göre (15) büyük ticari bloklar yıkıldığında CNN ya da benzeri uluslararası yayın yapan televizyonlar evrensel kültürün peşine düşmüştür. Bu dönemde tek bir görüntü ya da tek bir reklam piyasası hayalleri kuranların ortak noktası, tüketicilerin kültürel açıdan yöndeştiğini düşünmeleridir. Mattelart bunun kısmen doğru olduğunu ileri sürerken eleştirel bir tutum takınır: Kitle kültürü alanına yıllardır yapılan yatırımlar belki de küresel şirketlerin bugün varlığından emin oldukları dünya tüketicilerinin tahayyüllerinin türdeşleşmesini başlatmıştır. Bu eleştirinin oldukça militan bir tarzdaki ifadesini Benjamin Barber'in *Djihad versus McWorld, Mondialisation et integrisme contre la democratie* (Cihad versus McWorld, Küreselleşme ve Fundamantalizm Demokrasiye Karşı) başlıklı 1996 yılında yazdığı kitapta bulabiliriz. Barber, uluslararası bankaların, şirketlerin, CNN ve BBC gibi uluslararası haber kuruluşlarının ulusunun olmadığını, bunların ulusları ne temsil edebileceğini ne de onları bir örgütlenme ilkesi ve hukuk kaynağı olarak alabileceklerini söyler (38). Barber iletişim alanındaki küresel kültür olgularını ise şöyle değerlendirir:

McWorld ticari genişlemeciliğin desteklediği popüler kültürün bir ürünüdür. Göndergesi Amerika kaynaklıdır. Biçimi ise bir üslup haline gelmiştir. Bu dünyanın sahip olduğu şeyler hem imgelemler hem de maddi mallardır. Bir ürünler dizisi kadar bir estetik de söz konusudur. Bu, metaya dönüştürülmüş kültür, ideoloji haline gelmiş giyim tarzıdır. İdeoloji bir tür ses bantlarından ve video kliplerden oluşan bir videolojiye dönüşmüştür. Videoloji geleneksel politik ideolojilerden daha bulanık ve daha az dogmatiktir. Ama bu niteliklere sahip olduğu ölçüde de küresel piyasanın ihtiyaç duyduğu yeni değerleri yaymakta büyük bir başarı göstermektedir (39).

Barber'in sözünü ettiği küresel dünyanın "yeni değerlerinin taşıyıcısı" olmayı CNN kendi söylemsel evrenine "küresel

köyün evrensel barış elçisi" olma şeklinde tercüme etmektedir. CNN'in¹¹ küresel düzeyde genişleme politikasının hareket noktasını en azından söylemlerin yüzeyinde bu elçilik oluşturmaktadır. Kuruluşunun ardından bir yıl sonra, 1987 yılının Ekim ayında *CNN International* ne kadar küresel ve ne kadar öteki ve farklı bakış açısı yönelimli olduğunu kanıtlamak istercesine, *World Report* programını yayımlar. Program, CNN ve küreselleşme politikası ile ilgilenen kimi araştırmacılar tarafından fazla da sorgulanmadan (*Amerikalı olmayan gazetecilerin perspektifinden dünya olaylarını sunma girişimi*) olarak nitelenmiştir. Turner'in insani amaçlı yayıncılık anlayışı bu dönemde, sansürlenmemiş ve yeniden kurgulanmamış röportajların *World Report* adı altında haftada dört saatlik bir programla yayınlanmasını beraberinde getirir. 1989 yılından itibaren *CNN International Hour*'un bir alt bölümü olarak yayına devam edecek *World Report* programı kanalın sahibinin "barış içinde bir dünya" parolasıyla örtüşecek bir biçimde sayısı 100'ü bulan yüz değişik ülkedeki katılımcıların hazırladığı haberlerden oluşur. Bu katılımcılar, yaptıkları haber karşılığında aynı programda yayınlanan haberleri kendi ülkelerinde kullanma imkanını elde ederler. Yapılan haberlerin çoğu dünyadaki az gelişmişlik sorunlarını ya da turistik nitelikleri açısından bir ülkeyi ele alan haberlerdir. (Dilawoni vd., 1991: 121-124). *CNN International*'in bu programı için çekim yapan yerel gazeteciler ya CNN'i ya da CNN'in seslendiğini düşündükleri gelişmiş ülke sakinlerinden oluştuğu varsayılan bir izleyici kitlesini hedef almakta ve çoğunlukla çektikleri görüntülerde kendi ülkelerini Batılı izleyici için temsil etme işlevi görmektedirler.¹²

Bu iyi niyetinin yanı sıra *CNN International* başlangıçta *CNN Domestic*'te Amerikalılar için hazırlanan programların pek çoğunu yayınlamakla yetinmiş ve ancak Körfez Savaşı sırasında kazandığı ünün ardından uluslararası kitleyi hedefleyen haber programlarının oranı kanalda artmaya başlamıştır. 1993 yılında uluslararası CNN'de yayınlanan programların %30'u hala ulusal kitle düşünülerek hazırlanmış programlardan oluşturmaktaydı.

11

CNN'in kendi kimliğini oluşturmakta kullandığı bu evrensel barış misyonerliği aslında günümüzde kitle iletişim araçlarının dünyayı dönüştürme gücüne gönderme yapmak için uluslararası ilişkiler ya da strateji uzmanları tarafından büyük bir özen ve onayla kullanılan enformasyon toplumu ideolojisinin bir versiyonundan ibarettir. Örneğin uluslararası ilişkiler uzmanı Daniel Colard, 1980'li yıllardan itibaren ortaya çıkan çok önemli olaylara yeni iletişim teknolojileriyle güçlenen kitle iletişim araçlarının yol açtığı konusunda hiç şüphe duymaz. Colard'a göre Batı'da ve Doğu'da Marksist-Leninist diktatörlükler ve otoriter sistemlerin yıkılmasında teknoloji sayesinde her şeyin tüm dünyada anında bilinmesini, görülmesini ve filme alınmasını sağlayan iletişim teknolojileri etkili olmuştur. Colard, dünya kamuoyunun yabancı ülkelerde olup biten her şeyden anında haberdar olmasının, uluslararası düzlemde insan haklarının savunulmasında çok etkili olduğunu savunmaktadır (167).

12

Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bkz., Flournay, 1992 ve Semprini 2000.

13
CNN International'in başkanı Eason Jason 1999 yılında Harvard'ta yaptığı ve *Nieman Report* dergisinde yayımlanan konuşmasında Fidel Castro'ya teşekkür eder, CNN'in yayına başladığı yıllarda Castro'nun gizli gizli CNN seyrettiğini ve kanalı çok beğenerek Ted Turner ile görüşmek istediğini ve görüşme sırasında Turner'a bu kanalı tüm dünyanın izlemesi gerektiğini söylediğini özellikle vurgular (22). Aynı konuşmasında Jason, "CNN dünyada mümkün olduğunca çok ülkede gerekli olduğu kadar büro açmaya kararlı. Kanal ekiplerinin izleyicinin çeşitliliğini yansıtmayı istiyor. Bunu sağlamak için de en iyi çözüm, kendi bölgelerinin en iyileri olan, bölgenin dilini ve politikacılarını tanıyan yerel gazetecilerle çalışmaktır" (25).

14
CNN ile CNN Türk'ün ortaklıklarının nasıl geliştiği ve iki haber kanalının yayın politikaları arasındaki söylemsel benzerlik ve CNN International'in Türkiye özelindeki yerelleşme girişimleri daha ayrıntılı bir tartışma için bkz., Tutal, 2004.

1993 yılında açılan Londra bürosu ile sadece CNN Int için hazırlanan programların oranı yükselmeye başlamıştır. Bunun gerisinde ise beş kıtaya yayılmış 35 büronun yanı sıra, yabancı ülkelerde gerektiğinde CNN'e programlarının üretimi için gerekli araç gereci sağlayan 550 yayıncı ile yapılan anlaşmalar yatmaktadır (Semprini, 2000:84).

1990'lı yıllarla birlikte CNN'in yayınlarının dünyanın farklı bölgelerine ulaşması uydu yayıncılığı teknolojisi ile mümkün hale gelmiştir. Çekoslovakya ve Slovenya'da 1990 yılından itibaren izlenebilen CNN, 1992 yılında Hindistan'da hükümetin uydu kanallarına erişimi serbest bırakmasının ardından izlenmeye başlamıştır. CNN 1993 yılından itibaren Romanya'da, 1997 yılından itibaren ise Fransa'da izlenebilmektedir. Aynı yıl CNN Küba'da bir büro açmıştır.¹³ CNN sadece uydu yayıncılığının olanaklarıyla dünyanın farklı bölgelerinden izlenir olmakla yetinmemiş, genişleme politikasında 1996 yılında kurduğu CNNfı ile günde 12 saat boyunca sadece finans haberleri yayınlamaya verdiği önemle, ekonomik küreselleşmenin yayın dünyasındaki aktörlerinden biri haline gelmiştir (White, 1997:139).

Bunların yanı sıra Turner kimi ülkelerde tamamen ulusal nitelikli kanalların sahibidir. CNN ilk bölgesel televizyon anlaşmasını 1992 yılında MNVK isimli Moskova Bağımsız Yayın Şirketi ile yapmıştır. Şirket, Moskova'daki ilk özel televizyon kanalının sahibidir. Bu kanal her akşam 2 saat boyunca CNN'den aldığı programları Rusça olarak yayınlamaktadır (Tacet, 1998:35). Diğer bölgesel televizyonlar arasında İspanya'da (1996 yılından itibaren) yerli şirket *Sogecable* ile %50 hissesine sahip olduğu *Canal Plus*'u, Türkiye'de Doğan Grubu ile %50 hissesine sahip olduğu CNN Türk'ü¹⁴ ve ayrıca Almanya'da yine %50 hissesine sahip olduğu NTV'yi saymak mümkündür (Antoine, 2002:36). CNN Başkan yardımcısı Peter Visey İspanya ile başladıkları yerel dilde yayın yapma politikasını CNN'in küresel yayıncılık anlayışına sahip olmasıyla şöyle bağlantılandırır:

CNN aynı anda aynı programla tüm dünyaya seslenen bir kanal. Daha iyi çözümler bulabilmek için sürekli yeni bürolar açıyoruz.

Farklı izleyicileri tatmin etmeye çalışıyoruz. Artık mümkün olduğunca yerel dilde yayın yapmayı amaçlıyoruz (aktaran, Tacet, 1998:107-108).

CNN yaptığı yerel ortaklıklarla aynı içerikleri dünyadaki farklı izler kitlelere kendi dillerinde izleme olanağı sunmanın peşine, haberi küreselleştirmekte yaşadığı zorluklar nedeniyle düşmüştür. Bu çerçevede CNN'in küresel bir kanala dönüşmekte kimi zorluklarla karşılaştığını söyleyebiliriz: Ted Turner, "mümkün olduğunca yerel olmamaya çalışıyoruz. Evet biz Amerikalı bir kanaliz ama rakibimizin üç büyük ulusal Amerikan televizyonu değil, BBC olduğunu düşünüyoruz" (aktaran Tacet, 1998:50) demiştir. CNN Atlanta'dan yaptığı küresel dünyanın haberlerini farklı bölgelerde farklı diller konuşan izler kitlesine kendi dillerinde tüketirerek, küreselleşme ve yerelleşme ikilemini çözme arayışındadır. Burada Hardt ve Negri'nin "makine her türlü çelişkinin içini boşaltan ya da etkisiz kılan toplumsal dokular örüyor; makine öyle durumlar yaratıyor ki, farklılıkları zor yoluyla silmeden önce, sanki onları anlamsız bir kendini yaratıcı ve düzenleyici denge oyunundan özümliyor" (59) deyişi oldukça açıklayıcı bir işlev üstleniyor. Dolayısıyla sorun bu kadar dar görüşlü stratejik bir genişleme politikasıyla çözülemeyecek kadar çetrefilli bir sorun olmaya devam edecek gibi görünmektedir.

Küresel ve yerel karşı karşıya geldiğinde

Benzer sorunla aynı haber içeriklerini farklı Avrupa dillerinde yayınlayan *Euronews* da karşı karşıyadır. Tıpkı CNN'de olduğu gibi *Euronews* da gazetecilerinden ulusal kökenlerini unutmazlar bile parantez içine almalarını istemektedir. Örneğin Fransa ve İspanya gibi iki ülkenin farklı bakış açılarına sahip olduğu bir olayın hangi bakış açısından haberleştirilebileceği sorununun *Euronews* gazetecilerinin karşılaşabileceği sorunlar arasında yer aldığı söylenmektedir. Korkikian (110-111) bu açıdan şöyle bir soru sorar: "Nasıl olur da farklı ulusal kimlikle-

re sahip gazeteciler ülkelerinin üzerinde anlaşmaya varamadıkları bir konuyu Atlantik'ten Urallar'a herkesi ilgilendirecek bir tarafsızlıkla haberleştirebilirler?" Korkikian'ın belirttiğine göre, *Euronews*'un işleyişine katkıda bulunan Avrupalı büyük televizyon kuruluşları akşam haberleri saatinde *Euronews*'un ilgi çekici büyük haber röportajları yayınlanmasına bile karşı çıkmaktadırlar. Bu tür bir müdahale bile ulusal kanalların uluslararası bir haber kanalının bağımsız işleyişini engelleyebilmektedir.

CNN'in küreselleşme-yerelleşme ikilemine bulduğu çözümlerden biri, küresel haber üretimi amacıyla paralellik gösterecek bir biçimde CNN'i Amerikadışlaştırmaktır. CNN'de Amerikalı olmayanları "yabancı" olarak nitelenmek yasaklanmıştır. Haber sunucuları farklı etnik kökenlere sahip kişiler arasından seçilmektedir. CNN Amerika dışında açtığı bürolarda yerel gazetecileri çalıştırmaktadır (Semprini, 2000:84-85). Ancak bu tür çözümler, küresel haber üretimi projesinin somut olarak gerçekleştirilmesinin önündeki engelleri ortadan kaldırmamaktadır. Her haberin olguların basit bir aktarımdan daha fazla bir şey olduğu dikkate alındığında, CNN'in küresel ya da evrensel haber politikasının dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan halkların tarihlerini, geleneklerini ve politik rejimlerini dikkate almadığı ileri sürülebilir. Bunun en bariz örneklerinden biri Körfez Savaşı sırasında yaşanmıştır. CNN'in yayınladığı savaş haber ve görüntüleri Batı dışı dünyada ve özellikle de Arap ülkelerinde eleştirilerle karşılaşmıştır. Arap ülkeleri Batı dünyasının CNN aracılığıyla gerçekleştirdiği dünya olayları anlatısını yanlı bulmuşlardır.

Yukarıda değindiğimiz gibi CNN'in olabildiğince çok ülkede büro açma kaygısının gerisinde, haber kaynaklarına her an yakın olma ihtiyacı yatmaktadır. Yabancı ülkelerdeki aboneler şimdilik CNN için bir gelir kaynağı olmaktan çok, prestije dayalı yatırımlar olarak işlev görmektedir. CNN, bu bürolar ile uluslararası haber gündemine farklı coğrafi uzamları dahil etmeyi amaçlamasına rağmen, CNN'de gazetecilik yapan Fransız bir

gazetecinin dediği gibi, merkezi Atlanta'daki CNN'in "bir *no man's land* olmadığı ve coğrafi olarak konumlanmış" (Motvalon, 1992:52) olduğu bir gerçektir. Bu coğrafi konumlanışın dünyaya belli bir perspektiften bakılmasını da beraberinde getirdiği konusunda hiçbir şüpheye yer yoktur.

Aslında CNN de hedef kitesini belirlerken tüm dünya halklarına yönelik olarak onların sahip oldukları kültürel farklılıklara rağmen evrensel ve küresel bir dünya tahayyülü oluşturma kaygısını ön plana çıkarmamaktadır. CNN'in izleyicilerinin çoğunluğunu gazeteciler, politikacılar, iş adamları ve lobiciler oluşturmaktadır. Farklı bir deyişle CNN, "dünya eliti"¹⁵ olarak nitelendirdiği bir kesimi hedef kitlesi olarak tanımlamaktadır. En azından teorik olarak CNN, etnik kimliklerinden sıyrılmış ve yersiz yurtsuzlaşmış kesimlere seslenme iddiasındadır.

Ama CNN'in yayın pratiğine yakından bakıldığında, CNN'in kendisinin etnik-merkezci olmaya devam ettiği görülmektedir. Örneğin haberleştirilen olayların çoğu, Amerika'da olup biten şeylere odaklanmış görünmektedir. 1995 yılında CNN'in izleyici oranının %50'lik bir artış göstermesine, O.J. Simpson vakası ile Oklahoma City saldırısının kanaldan canlı olarak yayınlanması yol açmıştır. Sorunun farkında olan CNN, Amerika kökenli olayların oranını azaltarak ve Amerika dışındaki olayların oranını %30 artırarak küresel kimliğini pekiştirme yoluna girmiştir (White, 1997:142).

Ancak uluslararası habercilikte, hangi ulusal haberlerin uluslararası gündemi oluşturacağına ulusal basın gündemleri belirleyici olmaktadır. Uluslararası haber olarak adlandırılan bir ulusal medya uzamından diğerine farklılık göstermektedir. Bu tip haberler coğrafi-politik ve kültürel çıkarlar uyarınca bir ülkeden diğerine farklılık gösteren haber tanımlarına göre değişiklik göstermektedir. Örneğin Herbert Gans yaptığı bir araştırmada, Amerikan radyo ve televizyonlarında haber olarak yayınlanan konular ile Amerika'nın askeri, politik ve ekonomik çıkarlarının örtüştüğünü göstermiştir (aktaran Marchetti, 2002:

15 CNN'in her ülkede o ülke nüfusunun %8 ila %10'una ulaşmayı hedeflediği söylenmektedir, bkz. Motvalon, 1993.

16
Beatrice Joiner'e göre (86) Körfez Savaşı'nın ardından dış politika gazetecileri kendilerini sınırlayan haber üretim koşullarını sorgulamaya başlamıştır. Bu savaş haber üretiminin propagandanın mantığına bağımlı olduğunu ve yer verilme hakkı kazanan görüntülerin büyük bir çoğunluğunun iktidarı temsil eden görüntüler olduğunu daha somut bir şekilde ortaya çıkarmıştır. Öyle ki, "gazeteciliğin sıfır noktası" ifadesi bu dönemde doğmuştur.

78). Uluslararası politik ve ekonomik güç ilişkilerindeki dönüşümler uluslararası haber gündemini de belirlemektedir. Amerika Birleşik Devletleri ve Orta-Doğu ülkeleri uluslararası haber gündeminde sıkça yer almalarına karşın, Vietnam ya da Lübnan gibi ülkeler artık yer almamaktadır. Uluslararası haberlerin üretiminde politik çekişmeler ve ekonomik çıkarlar belirleyici bir rol oynamaktadır.¹⁶

Körfez Savaşı sürerken yazdığı *War Game, l'information et la guerre* (Savaş Oyunu, Haber ve Savaş) başlıklı kitabında Dominique Wolton'da CNN'in küresel televizyon olma iddialarına rağmen Amerikalı bir televizyon kanalı olma kaderinin elinden kurtulamadığını dile getirir. Wolton savaş haberleri söz konusu olduğunda, izleyiciden savaştan taraflardan her birinin yanında konum almasını istemenin imkansızlığına işaret eder. Bu sadece izleyicinin alacağı konum açısından yaşanacak bir imkansızlığı da işaret etmez aslında:

CNN Amerika'nın dünyaya bakışını yeniden üretmektedir. Haberlerinin, aldığı konumun ve sahip olduğu bakış açısının diğer halkları şaşırtacağına bile farkına varmamaktadır. Bu durumda, aynı referans çerçevesine sahip olmama durumundan kaynaklanan anlaşma zorluklarına değinmeye bile gerek yok. CNN yalnızca Amerikan kamuoyuna sesleniyor olsaydı, tüm bunlar sorun olmazdı. Ama kendisinin de vurguladığı gibi CNN küresel bir televizyon olma kaygısı gütmektedir. Dünyanın her yeri hakkında haber almak kolaylaştıkça toplumsal-bilişsel çevrenin önemi daha iyi anlaşılabilir. Bu önemli olgu, evrensel haber ve küresel köy fikirlerini geçersizleştirmektedir (1991:97).

CNN'in sınırların olmadığı evrensel bir köy yaratma iddiasına eşlik eden haberin evrenselliği ilkesi de bu çerçevede eleştirilere konu olmaktadır. Dünyanın dört bir yanına yayılmış bürolar ile tüm dünyayı ilgilendiren konuları hiçbir ulusal ya da etnik tikelliğe dayanmadan tarafsız bir şekilde aktarma ideali, söz konusu eleştirilerde CNN'in sahip olduğu haber anlayışı nedeniyle haberin Batı emperyalizminin en son biçimi olup olmadığı sorusunu gündeme getirmiştir. Wolton evrensel haber ilkesi gereğince meşrulaştırılan bu tip bir haber anlayışının aslında

Batı'nın bir çelişkisini somutlaştırdığını ileri sürer. Tahakküme karşı bir özgürleşme silahı olarak tanımlanan ve tüm halklar için evrensel bir ilke olduğu düşünülen haber ve habere ulaşma hakkı, Wolton'a göre, "Batı emperyalizminin günümüzde büründüğü biçimi oluşturur. Haber dünya vatandaşlarını aydınlatma maskesi altında tahakküm mekanizmalarını yeniden üretmeye yarayan bir araç olarak işlev görmektedir" (1991:178). Körfez Savaşı örneğinde, CNN'in tüm yayınlarının sadece bu savaşa odaklanmış olması bile, tarafsızlık iddiasını çürütecek bir olgudur.¹⁷ Dünyanın büyük devletleri ile onların anlaşmazlıkta olduğu devletlerin uluslararası bir haber kanalının tüm ilgisini üstüne çekerken, dünyanın bu ikiliğin dışında kalan bölgelerinin hiç de habere konu olmamasını başka türlü açıklamak mümkün değildir.

Bu çürütülmesi kolay tarafsızlık iddiasının yanı sıra, CNN'in savunduğu evrensel haber anlayışının aslında Batılı haber anlayışı olduğunu ve bu anlayışın, Batı'nın sahip olduğu yeni iletişim teknolojilerini kullanma kolaylığı ile evrensellik ilkesinin altında gizlenen dünyanın / gerçeğin sadece bir yönüyle ilgilenmeyi içerdiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Evrensel haber ilkesi denildiğinde, bunun mümkün olmadığını savunanların temel argümanı günümüzde *haberlin evrenselliğinden değil, tekniğin evrenselliğinden* söz edilebilir şeklindedir. Ama aslında içerik ve temsil anlamında habere atfedilen bir evrenselliğin, Batı'nın dünya gerçekliğini temsil etme iktidarını tanımlamanın olumlu bir değişkesi olduğunu ileri sürebiliriz. Uluslararası haber piyasasında egemen olan Batılı haber ajansları ve televizyonları kendi aralarında birbirleriyle rekabet etmektedirler. Dünya temsilcilerinin sadece Batılı bir perspektiften inşa edilmemesi yönündeki tek girişim, Arapça yayın yapan El-Cezire televizyonunun kurulmasıdır. Bu televizyon kanalının Batılı kitle iletişim araçları tarafından da kimi durumlarda referans alınması, Batı merkezli evrensel haber anlayışını bir ölçüde sahip olduğu iktidar konumundan aşağı belki de indirebilecektir. Wolton bu gelişmeyi, Batı'nın tarihinde ilk defa Batı dışı bir kaynaktan bililen-

17
Körfez Savaşı'nın starlaştırdığı Peter Arnett Bağdat'tan yaptığı yayınlar konusunda Beyaz Saray'ın tutumu konusunda şöyle yazar: "Bağdat'a yapılan ilk saldırılar hakkındaki gözlemlerimiz Amerikan politikası doğrultusunda olduğu için o zamanlar onaylanıyordu. Ben olumsuz yanlarını görmeye başlayalı Beyaz Saray da tutumunu değiştirdi" (484). Buna ilaveten ise şunları dile getirir: "Şimdi öğreniyordum ki, Kongre'de kınanıyordum. Pensilvanya temsilcisi Lawrence Coughlin şöyle demişti: 'Arnett, Saddam Hüseyin'in Hitlervari rejiminin Joseph Göbbels'idir'. Tom Johnson yirmi dört hükümet üyesinin imzasını taşıyan bir mektup almıştı ve bu mektupta küçük diktatörün ağzından propaganda yaptığım söyleniyordu. İngiltere parlamentosundaki muhafazakar üyeler İkinci Dünya Savaşı'ndaki dönemlerle kıyaslıyorlardı. Politik karikatür çizerleri Saddam ile ekip oluşturduğumu iddia ederek 'görüntülü Benedict Arnold' diye benimle dalga geçiyorlardı. Sağ Kanada mensup aşırı bir örgüt bana 'Bağdatlı Pete' adını takıp yayın yapmamam için CNN büroları önünde gösteri yapmıştı. Charlton Heston beni neredeyse vatan haini olarak tanımlıyordu. CNN, haberlerimi hala yorumcu spikerlerin denetiminde *sansürlü* olarak veriyordu. Daha da fazlası oluyor, CNN günde üç kere izleyicilerin düşmandan yana haberler yaptığım konusundaki şikayetlerini

içeren fakslar ve mektupları yayınlıyordu... CNN de haberlerimi ve röportajlarımı sık sık yayınladığı halde, Pentagon'un görüşlerini dile getiren ve benim yorumlarımı yerin dibine batıran emekli bir hava kuvvetleri generalini ekrana getiriyordu" (508). Peter Arnett'in CNN International adına Irak'ta yayın koşulları ve denetim ne olursa olsun kalmasını kanalın sahibi Ted Turner desteklemiştir. Arnett'in Göbbels'e benzetilmesini üstü örtük bir şekilde anırtarak Ted Turner'in CNN'in yayıncılık anlayışı konusunda yaptığı açıklama oldukça ilginçtir. Motvalon'un aktardığına göre (54) Turner, kanalı her kim olursa olsun herkese açmanın CNN'in bir ilkesi olduğunu söyleyerek, Hitler Almanya'sı döneminde bir CNN muhabirini Göbbels'in buyruğu altında çalışmaya göndermekte hiç tereddüt etmeyeceğini, çünkü bunun Hitler ve yaptıkları konusunda dünyanın daha iyi bilgilendirilmesini sağlayarak, dünyanın Hitler'e düşman kesilmesiyle sonuçlanacağını düşündüğünü ifade etmiştir.

mek zorunda kaldığı bir tarihsel gelişme olarak nitelendirir. Arap ülkelerinin dünya olaylarına bakış açısının Batı tarafından dikkate alınmasını olumlu bir gelişme olarak niteleyen Wolton, gelecekte bunun Latin Amerika, Asya ve Afrika ülkeleri için de söz konusu olmasının dünyadaki ekonomik ve iletişim alanındaki Batı merkezli habercilik anlayışını dönüştürme potansiyelini içinde taşıdığını belirtir (2003:32). Wolton'un Batı'ya başka bir bakış açısının varlığını hatırlatması anlamında olumlu bir gelişme olarak nitelendirdiği El Cezire televizyonunun 2005 yılı sonunda İngilizce yayın yapan bir haber televizyonu kurma projesi de vardır. Bu konuda görüşüne başvuru CNN International Genel Müdürü Chris Cramer şu açıklamayı yapmıştır:

Anlamı olan her rekabet biçimini olumlu karşıyoruz. Ama piyasaya yeni girenler, İngilizce uluslar arası haber piyasasında rekabetin çok güçlü olduğunu bilmelidirler... Arap kökenli kanalların kurulması iyi bir şey. Ama ne El-Cezire ne de El-Arabiya CNN'in yayın politikasında ve çizgisinde bir baskı unsuru olarak rol oynayabilir (aktaran d'Armagnac. 2004).

CNN'in pek de önemli bulmadığı Batılı bakış açısına alternatiflerin oluşmasını sağlayan bu tür gelişmeler, Batı'da CNN'in temsil ettiği haberin "yayılabirliği" anlayışının eleştirilmesini de beraberinde getirmektedir. Küreselleşme süreçlerinin ulusal sınırları geçersizleştirdiği anlayışına paralel olarak haberin artık sınır tanımayan bir kültürel ürüne dönüştüğü argümanı, haberin tam da kültürel bir ürün olması nedeniyle hep ancak belli bir perspektiften üretilebileceği önermesini yok saymaktadır. Oysa haber, tüm küreselleşme baskılarına rağmen hala ulusal sınırlar içinde anlam kazanmaktadır. Uluslararası düzlemde ne bir topluluktan ne de bu topluluğun paylaştığı ortak değerlerden söz etmek mümkündür. Bu anlamda CNN'in küresel-evrensel haber anlayışı hiçbir mekansal parametreye ve bu parametreyi oluşturan değerlere dayanmamaktadır. Üstelik bu haber anlayışı, Batı dışında uluslararası büyük grupların çıkarlarını yansıtmakla ve Batı emperyalizmine hizmet etmekle suçlanmaktadır.

Bu olguları yerel kimliklerin uyanışı ve Batı emperyalizminin eleştirisi terimleriyle açıkça tartışan Wolton, sadece küreselleşmenin artık kullanımını imkansız kıldığı yaygın olarak ileri sürülen bu kavramları kullanmakla kalmaz, 1980'li yıllarda Unesco'nun işbirliği ile yazılan McBride raporunun "değerini herkes kabul etmese bile koruduğunu" (1991:203) savunarak, Batı ile Batı dışı ülkeler arasındaki haber eşitsizliğinin Batı karşıtlarının Batı aleyhine kullanabileceği çok güçlü bir argümana dönüştüğünü de belirtir.

Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı teknik olanaklar sayesinde, dünya hakkındaki görüntülerin bu görüntülere-haberlere konu olan Batı dışı halklara ulaşması aslında yerel kimliklerin uyanmasına yol açmaktadır. Haberin çoğalmasını ve yaygınlaşmasını küresel bir kültürel kimliğin oluşması yönündeki gelişmeler olarak kabul etmek, bu olgu kısmen doğru bile olsa, çoğalan haberlerin çoğalan bakış açılarını da beraberinde getirdiği olgusunun görmezden gelinmesine yol açmaktadır. Bu saptamayı dikkate alan Wolton, Batı'nın kendi dünya ve haber temsilini dayatmaktan vazgeçmesini önerir.¹⁸ Ancak bunu yaparken Batı kendi evrensellik anlayışını reddetme hatasına da düşmemelidir. Wolton'a göre haberi batıdılaşdırmak, Batılı haberin evrensellik ilkesini korumak kadar önemlidir. Böylece, tekniğin evrenselliği ile belli bir evrenselci haber modelinin sorgulanmasını birbirinden ayırt etmek mümkün olabilecektir. Başka bir deyişle, tarihsel olarak Batı'da oluşmuş haber anlayışının aslında evrenselci bir niteliğe sahip olan tikel bir anlayış olduğunun kabul edilmesi, varsayımsal bir nesnellik, imkansız bir bağımsızlık ve tiranca bir evrensellik anlayışında ısrar edilmesini önleyebilecektir.¹⁹

Wolton habercilik alanındaki Batı egemenliğinden ve bunun Batı emperyalizmi olarak değerlendirilmesinden söz ettiğinde, Avrupa'da Amerikanlaşmaya karşı duyulan tepkileri bir biçimde göz ardı etmektedir. Avrupa iletişim piyasasında Amerika'nın kültür ürünlerinin hakim konumuna karşı direniş ile

18

Dominique Wolton'un Batı evrenselliğine yönelttiği eleştiri ile Huntington'un evrensel medeniyet yanlılarına yönelttiği eleştiri saptama düzeyinde birbirine benzer. Ancak iki yazar farklı Batı ve Batı dışı toplumlar tanınmasına sahiptir. Wolton evrensellik ilkesini, bu ilkenin bilgiye ulaşmanın tüm dünya halkları için evrensel bir hak olarak tanımlanmasını sağladığı gerekçesiyle savunulması gerektiğini, ama sadece Batı perspektifinden üretilen dünya imgelerinin Batı dışı toplumlarda Batı'ya karşı direnişlere yol açabileceği konusunda bilinçli olunması gerektiğinden söz eder. Huntington (72-73) küresel dünyayı ya da "medeniyetlerin çatıştığı dünyayı" Batı ve diğerleri şeklinde manici bir tarzda ikiye böler. İnsan hakları, hukuk devleti, bireycilik, demokrasi gibi evrensel değerler olarak kabul ettiği değerlerin yalnızca Batı'ya özgü değerler olduğunu vurgular. Batı'nın tüm diğerleri tözsel olarak Batı'ya karşı isyan içinde olduğundan Batı'nın bu evrensel ve önemli değerlerini sadece kendisine saklaması gerektiği ileri sürer. CNN'in hedeflediği "dünya eliti" gibi küresel izler kitle gibi tasarımlara ve dünyanın kültürel anlamda da küresel bir görünüme büründüğü saptamasına, bunun ancak "Davos kültürü"ne tekabül ettiğini ve dünyanın geri kalanının bu kültürde içerilmediğini söyleyerek, karşı çıkar. Huntington'a göre, evrensel medeniyetin Batı tüketim kültürü ile özdeşleştirilmesi bir hatadır. Bunu şöyle dile

getirir: "Pop kültürünün ve tüketim mallarının dünyaya yayılmasının Batı medeniyetinin bir başarısı olarak gösterilmesi Batı kültürünü önemsizleştirmektedir. Batı medeniyetinin özü Magna Carta'dır. Magna Mac değildir. Batılı olmayanların Magna Mac'i ismarlamaları Magna Carta'yı benimseyecekleri anlamına gelmez. (74).

19
Burada kısmen yer verilen Dominique Wolton'un görüşlerinin detayları için bkz. Wolton, 1991, özellikle s.190-220 arası.

iletişim piyasasının ve iletişim politikalarının Amerika modeli uyarınca biçimlenmesi birarada gündeme gelmektedir. Musso'ya göre (37) Avrupa ve Amerika arasında iletişim sektörünü düzenleyen politikalar birbirine benzedikçe, "kültürel istisna" girişimleri de artmaktadır. Devlet tekelinin son bulması, özel iletişim gruplarının güçlenmesi, kamusal yayıncılık anlayışı ve hizmetinin gerilemesi, kablo ve uydu yayıncılığı sayesinde televizyon kanallarının çoğalması gibi Avrupa ve Amerika'da ortaya çıkan benzer olguların yanı sıra, Avrupa ile Amerika arasında kültür üzerinden yapılan simgesel mücadele devam etmektedir. Ancak, iletişim piyasasındaki yoğunlaşma ve birleşme eğilimleri (örneğin *Vivendi-Segram-Canal Plus* birleşmesi), Avrupa'nın kültürel ayrıcalığa-istisnaya vurgu yapan ve iletişim içerikleri alanındaki Amerikanlaşmayı eleştiren yaklaşımını gerçekleştirmesini engellemektedir (37). Dünya bir biçimde Amerikan tarzı liberalizmin değişim ve dünyaya ayak uydurma buyruğundan kaçınmanın yollarını henüz bulamamıştır.

Sonuç

Günümüzde küreselleşmenin kültürel görüngülerinin tüm dünyayı ilgilendiren bir olguya dönüşmüş olması, kültürel çalışmalarından esinlenen kimi yazarların Amerika ile Avrupa ya da Amerika ile diğer ülkeler veya Batı ve Batı dışı toplumlar arasındaki simgesel çatışmayı kültür emperyalizmi ya da Batı emperyalizmi kavramlarıyla değil, başka kavramlarla ele alacak bir çatışma olarak çözümlenmeye yöneltmektedir.

Bu bakış açısını iyi yansıtan çalışmaların içinde sınıflandırabileceğimiz *Kültürel Emperyalizm* kitabında John Tomlinson'un artık kültür emperyalizminden değil, modernliğin yaygınlaşmasının sonuçlarından söz etmek gerektiğini savunur: "Kapitalist modernliğin yayılmasıyla 'zayıf kültürler' 'güçlü' bir kültür tarafından işgale uğramazlar, bunun neredeyse tam tersi olur, Batı'daki bir çeşit kültürel çöküntü dünyaya yayılır"

(1999:241). Tomlinson, günümüzde sorulması gereken sorunun kültürel bir uygulamanın artık zorlayıcı olmayan bir bağlamda nasıl dayatılabildiği sorusu olduğunu söyler. Bu soruyu da kültürün değişen tanımından hareketle formüleştirir. Kültürü artık metaların akışı ve piyasada el değiştirmesi olarak değil, "insanların bireysel ve toplumsal anlam ve amaç anlatıları üretmekte kullandıkları bir kaynak" (1999:251) olarak tanımlar. İşte kültürün bu tanımı, artık kültür emperyalizminden söz edilmesini imkansız kılmıştır, bunun yerini alması gereken ise modernliğin anlam üretme araçları üretmedeki zayıflığını konu alacak eleştiridir. Bu eleştirinin merkezinde ise, Tomlinson söylemsel olarak bu konuda sık sık muğlaklık gösterse bile, küresel olanın kültür mekanıdır. Bu mekan ise "kitle iletişim araçları tarafından gönderildiğimiz mekandır" (1999: 257).

Tomlinson'un bakış açısından CNN'in konumunu değerlendirdiğimizde, haber piyasasının bu büyük ve egemen kuruluşunun "evrensellik" iddiasının eleştirilecek pek bir yanı kalmaz. CNN'in dünyanın farklı ülkelerinde farklı toplumsal kesimlere ait evlere televizyon ekranlarıyla konuk olması, hiç de türdeş bir küresel kültürün oluşabileceği kaygısına yol açmamalıdır. Huntington 20. yüzyılın ideolojiler çağı olduğunu, komünizm, faşizm ve liberalizm gibi ideolojilerin dünya resmini biçimlendirdiğini ve artık bunun son bularak 21. yüzyılın din ağırlıklı kültür ve medeniyet kimliklerinden kaynaklanan çatışmaların yüzyılı olacağını ileri sürer. Wolton benzer bir tanıyı farklı bir amaçla, iletişim alanındaki eşitsizliklerin kültürler arası diyalogun önünde bir engel oluşturduğuna işaret etmek için yapar. Tomlinson'un sözünü ettiği kültürün maddi ürünlerinin alımlanmasının farklı kültürel çevrelerde farklı olacağı saptamasını Wolton'da da buluruz. Aynı saptama farklı işlevler üstlenir. Tomlinson "benzer" kültürel ürünlerden "farklı" yaşam anlamları-deneyimleri oluşturulmasının insanların bir gün dünya vatandaşı olmasını sağlayacağını savunurken, Wolton Batı egemenliği altındaki küresel kültür üretiminin dünya sakinleri arasındaki iletişimsizliği artıracığını ileri sürer.²⁰

20
Burada Wolton'un *L'autre Mondialisation*, Tomlinson'un *Küreselleşme ve Kültür* ve Huntington'un *Medeniyetler Çatışması* kitaplarına genel olarak gönderme yapıyoruz.

21

2004 yılının bahar aylarında Paris VIII Saint-Denis Üniversitesi'nde bu konuları kendisiyle tartıştığımız Armand Mattelart, çağımızın en büyük sıkıntısının entelektüelin içine girdiği kriz olduğunu söylemişti. Kendisine katılmamak elde değil.

Bu yazıda biz, CNN'i "evrensel dünyanın barış elçisi" olma iddiasındaki bir uluslararası haber kanalı olarak ele aldık. Olgusal düzlemde bakıldığında CNN'in uluslararası haber piyasasında egemen bir yayın organı olduğunu ve bir tür kural yapan kerte olduğunu göstermeye çalıştık. Bu bağlamda olgular Wolton'un duruşunu doğru çıkarır gibi görünmektedir. Kültür ya da kültürel tahakküm yerine yeni kuramsal tartışmalar ise, bu olgular düzeyinde kendini açığa vuran hakimiyetin dünyadaki kültürel yöndeşme-ayrışma boyutunu derinleştirecek ince patikalar çizmektedir önümüzde. Ancak bu kültür çözümlerini dünyada kim nereden hangi meşrulukla konuşuyor (dünya imgelerini inşa ediyor), bu konuşma hangi konuşma biçimlerini meşru söylem alanının dışında bırakıyor sorunuyla pek ilgilenir gözükmemektedirler.²¹

Kaynakça

- D'Armagnac, Bertrand (2004). "Le Web est un moyen pour les terroristes de court-circuiter les médias classiques" *Le Monde*. 6 Novembre 2004.
- Arnett, Peter (1999). *Savaş Alanından Canlı Yayın, Vietnam'dan Bağdat'a*. Çev., Muhittin Karkan ve Ceren Balel. İstanbul: İletişim.
- Antoine, Frederic (2002). *Les multinationales des médias*. Louvain: Bruylant-Academia.
- Barber, Benjamin (1996). *Djihad versus McWorld, mondialisation et intégrisme contre la démocratie*. Amerikancadan Çev., Michel Valois. Paris: Desclee de Brouwer.
- Colard, Daniel (1991). "Les médias et le traitement des crises internationales" *Trimestre du Monde* 13: 157-167.
- Cubentafond, Alain (1998). "Concentrations et internationalisation de l'industrie audiovisuelle", *Réseaux* 88-89: 191-206.
- Cubentafond, Alain (1999). "Concentrations et internationalisation de l'industrie audiovisuelle. Les Etats-Unis" *Réseaux* 96: 227-250.
- Dilawoni, Sudesh Rani, vd. (1991). "Development news on CNN world Report" *Gazette* 47 (2): 121-137.
- Flournay, Don (1992). *CNN World Report*, Londres: Academia Research Monograph-Libbey.
- Frau-Meigs, Divina, vd. (2003). "L'Amérique des médias aujourd'hui" *Médiamorphoses* 9: 5-17.
- Hardt, Michael ve Negri Antonio (2001). *İmparatorluk*. Çev., Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı.
- Huntington, Samuel B. (2004). *Medeniyetler Çatışması*. Çev., Mehmet Turhan ve Cem Soydemir. 4. Baskı. İstanbul: Okuyanıs.
- Jason, Eason (2000). "CNN et les affaires internationales" *Communication et Langage* 125: 22-29.
- Joinet, Beatrice (2000). "Le 'plateau' et le 'terrain'" *Actes des recherches en sciences sociales*. 131-132.

- Korkikian, Jean (1993). "Influence Internationale et information: CNN et Euronews". *Géographie et Culture* 8: 101-114.
- Marchetti, Dominique (2002a). "L'internationale des images" *Actes des recherches en sciences sociales* 145. Paris: Seuil. 71-83.
- Marchetti, Dominique (2002b). "L'économie de l'information en continu" *Réseaux* 114.
- Mattelart, Armand (2000) "La globalisation: Les Réseaux de l'économie post-nationale". *Le Dossier de l'audiovisuel* 94.
- De Motvalon, Stephanie (1992). "CNN, l'information sans frontières". *Médiapouvoirs* 25:47-56.
- Musso, Pierre (2000). "La déréglementation, condition à la formation des groupes multimedias multinationaux". *Le Dossier de l'audiovisuel* 94.
- Richeri, Guiseppe (2000). "La télévision numérique et l'évolution de la production audiovisuelle en Europe". İtalyanca'dan Çev., Marie-Christine Gamberini. *Réseaux* 101: 119-137.
- Semprini, Andrea (2000). *CNN et la mondialisation de l'imaginaire*. Paris: CNRS Editions.
- Tacet, Daniel (1998). *Comment Ted Turner a fait de CNN la première télé du monde?*. Paris: Editions Assouline.
- Tomlinson, John (1999). *Kültürel Emperyalizm, Eleştirel Bir Giriş*. Çev., Emrehan Zeybekoğlu. İstanbul: Ayrıntı.
- Tomlinson, John (2000). *Küreselleşme ve Kültür*. Çev., Arzu Eker. İstanbul: Ayrıntı.
- Tural, Nilgün (2004). "L'universel et le particulier dans l'internationalisation de la communication". *Actes du Congrès de Béziers 2 au 4 juin 2004, Internationalisation de la communication, Cultures, acteurs, organisations et machines*. Bruno Olivier (der.) içinde. Paris: SFIC. 521-528.
- White, Patrick (1997). *Le Village CNN. La crise des agences de presse*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Wolton, Dominique (1991). *War Game, l'information et la guerre*. Paris: Flammarion.
- Wolton, Dominique (2003). *L'autre mondialisation*. Paris: Flammarion.