

KÜRESELLEŞME VE GÜNÜMÜZDE MEDYA SEKTÖRÜ

Doç.Dr. Semra ATILGAN*

Küreselleşme Kavramı

İçinde bulunduğumuz çağ, değişimin hızlı gerçekleştiği bir çağ. Bu hızlı devrimde iletişim teknolojilerinin payı yadsınamaz bir gerçek. Günümüzde "globalleşme" ya da küreselleşme olarak adlandırılan olgu toplumun tüm katmanlarına uyarlanmaya çalışılıyor. Globalizm tüm yer kürenin aynı ölçülerle değerlendirilen tek bir birim haline gelmesi anlamını içeriyor. Başlıca değiştirici güç enformasyon ve en önemli kaynak da bilgi olarak görülüyor. Ancak bu iki olgunun eşitlikçi bir biçimde küreselleştiğini söylemek güçtür. Zira enformasyon bir mal olarak görülmektedir. Enformasyon mal olarak işlem görmektedir, dolayısıyla iletimi ne mal olarak değeri Pazar yasalarıyla belirlenir. Bir anlamda, mal veya hizmet olarak Pazar fiyatını ödeyebilecek olanlar, onu kullanabilirlerdir. Bu durumda Pazar, portföyü olan tüketicileri seçecek, hangi bilgi ve enformasyonun toplanmaya değer olduğuna karar verecektir. Enformasyon üretimi ve depolanmasının yüzeysel olarak serbest olduğu kabul edildiğinde, iletilmesi, bir kamu hizmeti, özel sektör ya da her ikisinin ortaklığı olarak mı gerçekleşmelidir sorusu sorulabilir. Bu iletim olabildiğince serbest mi gerçekleşmeli, yoksa belli kriterlere (etik, politik vb.) bağlı olarak mı sürmelidir sorusu da ikinci soru olarak sorulabilir.

Bugün hakim olan serbest Pazar düzeni medya sektörüne uyarlandığında neler olabilir? Enformasyon serbest Pazar düzeni içinde mal olarak görülür ve iletimi Pazar kurallarına göre belirlenir. Bu noktada satılabilecek olan enformasyon ve bilgi-

* M.Ü. İletişim Fakültesi

nin toplanması Pazar tarafından tercih edilecektir. Ancak pazarların kendi kendilerini düzenleyemedikleri, hükümet düzenlemelerine ihtiyaç duydukları da bilinen bir gerçektir. Kamu hizmeti olarak görüldüğünde ise maliyet yükü daha eşit, ya da daha eşitsiz dağıtılabilir ve kullanım koşulları daha demokratik daha nesnel, daha çoğulcu vb. olmasını sağlayan standartlara göre işleyebilir. Kamu hizmeti seçeneği sözde enformasyon pazarında egemen olacağı düşünülse bile, küresel dengesizlikleri çözebileceğini düşünmek de oldukça yanıltıcıdır. Merkez dışındaki çevre ülkelerde, küreselleşmiş kapitalizmin kutuplaşmayı üretme, yinleme ve derinleştirme üzerine yoğunlaşmış bir bağımlılık organizasyonu dışında seçenek yoktur. Bu bağlamda iletişim sözcüğü anlamsızlaştırılmıştır. Bir diğer deyişle "iletişim" den bahsedilirken iletilen "şey" içeriğinden bağımsız düşünülmektedir. Pek çok enformasyon akışı altında boğulan topluluklar bilgi olmadan bu verileri çözebileceği söylenemez. Ayrıca "pazarı" ilgilendiren bir enformasyon akışıyla kitlelerin ilgisini kurmak da oldukça zordur. (Amin, Kapitalizmin Hayaleti, ss. 124-128.)

Ekonomik anlamda küreselleşme ise "dünya piyasasının küreselleşmesidir". Bir anlamda sermayenin küreselleşmesidir. Dünya ekonomisinin bütünleşmesi gerçekte mal ve sermaye akışlarının uluslararasılaşmasıdır. Kendini bir düşünce akımı ve bir politik program gibi sunan küreselleşme ya da globalizm aslında liberalizmin günümüz koşullarına uyarlanmış halidir. Küreselleşme iletişim, ulaşım, bilgi akışı ve tüketim alışkanlıkları açısından ülkelerin birbirine yakınlaşmasını sağlıyor. Sermayenin küreselleşmesi bağlamında ise, "eşitsiz büyümeyi" hızlandırıyor. Küreselleşmenin kökenleri 1945'li yıllara dayanır. Küreselleşme tartışmasının hız kazanması ise 1980'den sonra olmuştur. Liberalizm kendi mantığı çerçevesinde, sermayeye hareket serbestisi sağlanmasını savunur ve sınırlama istemez. Bunun sonucu, uluslararası boyutta herhangi bir kural tanınmaz, daha doğru bir deyişle istemez. Bu bağlamda, küreselleşen sadece pazardır, şirketlerdir, sermayedir denilebilir. Büyüyen ve güçlenen çok uluslu şirketlerin davranışlarını belirleyecek, onları denetleyecek bir dünya ekonomik sistemi yoktur. Tersine bir durum söz konusudur. Ülke ekonomilerini olduğu kadar, dünya para piyasasını denetleyecek kaynaklar büyümektedir. Tam bir denetimsizlik ve kuralsızlık içinde küreselleşen sermaye piyasası giderek üretimden de bağımsızlaşmaktadır. Bir yandan büyük ve denetimsiz bir sermaye birikimi diğer yanda ise sermayesi kıt, ancak tüketim ekonomisinin hüküm sürdüğü ülkeler varolunca sermaye için kazanç üretim değil, kısa vadeli sermaye hareketleri olmaktadır. Bugün Dünya, sermayenin 24 saatlik işlemler ağı ile sarılmıştır. Global döviz piyasalarında her gün bir trilyon dolar el değiştirmektedir. % 90'ını spekülatif özellik taşıyan sermaye hareketlerinin yalnızca % 10'nu finans ticaretine ve uzun vadeli yatırımlara gitmektedir. (FIET, 1995, s.12.)Küreselleşme 1980'lerden itibaren hız kazanmıştır. Ancak bu hız, az gelişmiş ülkelerin lehine olmamıştır. 1982'den itibaren az gelişmiş ülkelere, gelişmiş ülkelere kaynak

transferi başlamıştır. Kaynak transferleri belli bir yılda alınan yeni kredilerin, daha önce alınan kredilerin faiz ve taksit ödemelerinden düşük olmasının bir sonucudur. Başka bir deyişle yeni kredilerin azalmasıyla ve eski kredilerin yoğun faiz ve taksit ödemeleri nedeniyle, 1982'den itibaren kaynak akışı gelişmiş ülkelere sermaye bakımından yoksul olan az gelişmiş ülkelere doğru olmuştur. Az gelişmiş ülkelere borçlarını IMF istikrar politikalarını uygulayarak ödemeleri önerilmektedir. Bu ülkeler ise düşük dünya konjoktürü nedeniyle ihracatlarını artıramadıkları için ödemeler bilançosu açıklarını ithalatlarını kısmak yolu ile kapamaya çalışmaktadırlar. Sonuçta kalkınma için gerekli sermaye mallarından ve teknolojiyen yoksun kalarak büyüme hızları düşmektedir (Koray, 1996, s.747).

Borçlanma olgusunun kredi talebi yönündeki yapısal etken ise, kapitalist üretim tarzının bir ürünü olan az gelişmişliktir. Kapitalist sistemin gelişimi boyunca yer alan uluslararası işbölümü nedeniyle az gelişmiş ülkelerde sermaye birikimi yetersiz kalmış ve bu ülkelerin dış finansman ihtiyacı sürekli hale gelmiştir. II. Dünya savaşından sonra uygulanan bağımlı kalkınma modelleri, bazı çevre ülkelerde uzun refah döneminin getirdiği ivmenin de etkisiyle bir miktar sermaye birikimine yol açıyorsa da, az gelişmiş ülkelerin çoğunda iktisadi ve teknolojik bağımlılığın yanı sıra mali bağımlılığı da yok edememiştir.

II. Dünya savaşı sonrası kurulan Bretton Woods(1) kurumlarından IMF, Dünya Bankası gibi kuruluşlar, güçlü ülkelere dünyada tam bir ekonomik denetim sağlayacak biçimde tasarlanmıştır. Bu denetimle yetinmeyen ABD bir Dünya Merkez Bankası oluşturmak istemiştir. Oluşukça tepki alan bu görüş IMF'nin zaman içinde tamamen gelişmiş ülkelerin lehine davranmasıyla unutulmuştur. ABD'nin, Dünya Merkez Bankası tezine eşdeğer bir yapı sergileyen IMF, adeta bir katalizör gibi davranmaktadır. IMF, asla büyük kapitalist güçlere özellikle ABD'ye baskı yapamaz ya da yapısal uyumu uygulamada Üçüncü Dünya ülkelerini zorladığı kadar sert davranmaz. İthal ikamesine dayalı sanayileşme ile büyüme, teknolojik bağımlılığın devam ettiği ve üretimde artışın sağlanamadığı ülkelerde dış borçlanma sürekli artmaktadır. İhracata yönelik sanayileşmeyle büyümeye çalışan az gelişmiş ülkeler ise, bunalım nedeniyle ihracatlarını arttıramadıkları zaman yine borçlanmak durumunda kalmışlardır. Günümüzde birçok az gelişmiş ülke, IMF ve Dünya Bankası ile güçlü kapitalist ülkelerin daha çok güdümüne girmekte ve iktisat politikalarını bu odakların önerileri çerçevesinde belirlemek durumunda kalmaktadır .

1970-90 döneminde, kredi talebini arttıran bir dizi döneme özgü etken var olmuştur. Petrol fiyatlarının yükselmesi, petrolsüz az gelişmiş ülkelerin ödemeler bilançosunda büyük dengesizliklere neden olarak borçlanmayı gerekli kılmıştır. 1970'lerde reel faiz oranlarının düşük olması da borçlanmayı özendirmiştir. Daha sonraki yıllarda az gelişmiş ül-

kelerin ihracatının gelişmiş ülkelerdeki kriz ve uygulanan yeni korumacılık yöntemleri nedeniyle yeterince artmaması, mübadele hadlerinin söz konusu ülkelerin aleyhine değişmesi, az gelişmiş ülkelere verilen kredilerin faiz oranlarının hızla yükselmesi geri ödemeyi zorlaştırarak borç krizine yol açmıştır.

Bu koşullar altında döviz kurlarının istikrarı sadece Bretton Woods sisteminin yeterliliği sayesinde değil ABD'nin ekonomik gücüyle olmuştur. Kendini 'dolar açlığı' olarak gösteren bu güç, yeniden yapılanmanın tamamlanmasına ve Avrupa'nın açık duruma gelmesine kadar süren doların altına çevrilebilirliği ile Avrupa'da sermaye hareketleri üzerindeki yönetsel denetim tarafından güçlendirilmiştir. Bu hareket ABD zarar görene kadar -görelî bir gerileme- ve dünya sistemi dolar açığından kullanılabilir dolar fazlasına geçene kadar sürmüştür. 1973'teki dalgalı döviz kuru son derece akılcıdır. Bu, devasa boyutlara ulaşan dalgalı sermayenin finansal spekülasyonlara akmasına bir çıkış sağladı. Finansal açıklık, dalgalı döviz kurunun olmaması, ve uluslararası sermaye hareketlerinin hızı var olan ekonomik bunalımı sona erdirmekten çok onu yönetme üzerine odaklanmıştır. Kriz yönetimi adı altında, uyum politikaları IMF'nin yoksul ortaklarına bir anlamda kabul ettirilmektedir (Amin, 1999, s. 38).

Az gelişmiş ülkelerden sermaye kaçıışı ve alınan kredilerin yönetimindeki hatalar, söz konusu bu ülkelerin, ödemeler dengesini iyice bozmuştur. Az gelişmiş ülkelerde sermayedarlar, özellikle 1980'lerin başından itibaren, gelişmiş kapitalist ülkelerin banka sistemine yoğun miktarda para yatırmış ve uluslararası finans piyasasından büyük ölçüde finansal araç satın almıştır. Sonuçta sermaye kaçıışı ödemeler dengesizliğini daha da derinleştirerek borç krizinin patlak vermesine yol açan nedenlerden biri olmuştur (Balkan, 1998, s.569). Böylece azgelişmiş ülkeler aleyhine, eşitsiz büyüme hızlanmıştır.

Son otuz yılda dünyada, tek yanlı sermaye mantığına uygun hareket edildi. Bu yönde hareket eden toplumlarda eşit gelir dağılımına dayalı güçlü büyüme yaratılamamıştır. Bu mantık gerek ulusal ekonomilerde gerekse uluslararası düzeyde eşitsiz gelir dağılımı yaratarak, ekonomik durgunluğa katkıda bulundu. Sermayenin bu mantığı zorunlu olarak bir kriz ortamı yaratır. Bu kriz mali olarak karlı yeni pazarların bulunamasından kaynaklanır. Sermaye kriz yönetebilir ancak çözüm üretmez. Ulusal hükümetlerin kriz yönetimi ise sendikacılığın gücünü zayıflatmayı ve fiyatlarla ücretleri birbirinden ayırmayı ve serbest bırakmayı, kamu harcamalarını azaltmayı, dış ticari işlemleri özelleştirmeyi ve serbestleştirmeyi yaratan politikalar yaratmaktır. Son yıllarda ekonomik liberalleşme aynı zamanda politik demokrasiyle eş anlamlı olarak sunuldu. Ekonomik liberalizmin nimetleri "şeffaflık" olarak gösterildi. Bu bağlamda sermayenin küreselleşmesi bir kriz yönetimi rejimini zorunlu kılar. Uluslararası sermaye hareketlerinin serbest bırakılması, mübadele

oranlarının değişkenliği yüksek faiz oranları, Üçüncü Dünyanın borçluluğu ve özelleştirme kriz yönetiminin parçalarıdır. Böylece küresel sermayeyi devalüasyondan koruyarak spekülative kar olanağı sağlanır. Kriz yönetimi açısından bakıldığında uluslararası kurumlar kriz yönetimindeki önemli araçlardır. IMF, Dünya Bankası ve GATT 'ın işlevi ulusaşırı oligopoller aracılığıyla Pazar üzerindeki denetimini korurlar. G7 ülkeleri ise kriz yönetim politikalarını koordine eder. Üretken yatırım düzeyindeki düşüş buna karşın artmaya devam eden mali sermaye ekonomik durgunluğa neden olmaktadır. Ekonomik liberalizm düşüncesi uğruna hemen hemen tüm ülkeler bir tür kısır döngüye girerek yapısal denge-sizliklerin giderek artmasına katkıda bulunurlar (Amin, 1999, s.133).

Gerçekte, ekonominin küreselleşmesi kontrol dışı piyasa güçlerinin egemenliği anlamına geldiği ve bu piyasalardaki egemen güçlerin ulusal düzenlemelerden kaçan çokuluslu şirketler olacağını tahmin etmek zor değildir. Bugün dünya başlıca üç ekonomik merkezde odaklanmıştır. Bu merkezler -Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Meksika'nın oluşturduğu- NAFTA, Avrupa Birliği grubu, Güney Doğu Asya ülkeleri grubu APEC'tir (Thompson, 1998, s.28). Dünya ekonomisi gerçekte küresel olmaktan çok uzaktır. Ticaret yatırım ve finansal hareketler daha çok Avrupa, Japonya ve Kuzey Amerika üçgeninde yoğunlaşmış durumdadır ve bu egemenliğin süreceğini söylemek yanlış bir saptama olmayacaktır. Ayrıca eğer politikalarını da koordineli biçimde sürdürdüklerinde, bu büyük ekonomik güçlerin finansal piyasalar ve diğer ekonomik yönelimler konusundaki kapasiteleri oldukça güçlüdür.

Kültürel Bağlamda Küreselleşme

Amerikanın soğuk savaş dönemindeki zaferi, politik ve ekonomik prensiplerin yerleşmesi yani demokrasi ve serbest pazar düzeni bağlamında bir zaferdi. Bu prensipler aynı zamanda geleceği öngörüyordu. Bu "eşik bekçiliği" ve "model" in geleceğiydi. Demokrasi ve serbest pazarın devamı zaten ABD tarafından ana politika olarak benimsenmiştir ve bu günümüzde "Clinton doktrini" olarak anılmaktadır. Wilson idealizminin devamı niteliğindeki bu durum "global iyileşme" söylemi etrafında dönmektedir. Gerçekte durum çok farklıdır, ne ABD ne de başka bir sanayileşmiş ülke "global iyileşme" konusunda yol göstermektedir. Lider endüstri ülkelerinde bile, -demokrasiden anlaşılan insanlara kendi ortak ve kişisel meselelerinde eşit fırsatlar yaratmayı kapsıyorsa- demokrasi büyük tehditler altındadır. Serbest Pazar fırsatları için de tehdit söz konusudur. Bu görüş etrafındaki politika, bugün başta tüm Anglo-Amerikan toplumlarda olmak üzere bütün dünyada kabul görmüştür ve görmeye devam etmektedir. (Chomsky, 1997).

Bugün dünyada küreselleşme yolunda yapılan bu ekonomik düzenlemelerin, yanı sıra kültürel alanı düzenlemek uğruna da birtakım adımlar atılmaktadır. Küreselleşmenin ekonomik eşitlik yaratacağını iddia eden

liberaller, küresel kitle kültürü yaratma konusunda da çalışmalar yapmaktadırlar. Kültürel küreselleşme nasıl gerçekleşecektir? Bu noktada medya devreye girmektedir. Kitle İletişim araçlarının gelişmesi her zaman, merkezi sistemlerin yönetim ve ekonomik sorunlarla mücadelesiyle başat olmuştur. Bilgi ve enformasyon şüphesiz geldiği yerin amaç ve örgütsel özelliklerine göre belirlenmiştir. (Bilgi ve enformasyon akımı, sermaye akımıyla birlikte oluşmuştur da diyebiliriz). İki kademeli enformasyon akımı, iki toplumsal gerçeklikle ilişkilendirilmiştir. Bunlar, kitle iletişim araçları sahipliğinin sınırlı olması -kitle iletişim araçlarının izlenmesi yerine fikir liderlerini izlemenin daha kolay olması- ve kitle iletişim araçları izlense dahi anlamlandırmayı, fikir liderlerinden beklemektir. Bu fikir liderleri, öğretmenler, muhtarlar, yurtdışında okumuş ve ülkesine döndüğünde stratejik pozisyonlarda bulunan "aydınlardan" oluşmaktadır (Erdoğan, 1997, s. 263). Kamuoyu önderleri olarak da adlandırılacak bu kişiler medya aracılığıyla ve diğer başka alanlarda seçkinlerin görüşlerini yayarlar. Şüphesiz bunlar her zaman kamuoyu tarafından kabul görmez, ancak, kamuoyu oluşturmada kamuoyu önderlerinin rolü yadsınamaz. Bir diğer deyişle kamuya açıklanan kanaatler her zaman kamuoyuna dönüşmez, fakat seçkinlerin sözcü rolü olmadan da, yeni bir kamuoyu kendini kabul ettiremez. Bu açıdan bakıldığında somut kitlelerde ya da galeyana gelmiş kalabalıklarda kamuoyu işbaşındadır. Kalabalığı eleştirme ya da reddetme durumunda "dışlanmayı" kimse göze alamaz. Dışlanma birey için sürü ile teması yitirme ve hatta ölüm anlamına gelir. Dolayısıyla denilebilir ki sürü davranışı son derece işlevseldir, hem sürü hem de üyeleri için hayatta kalabilmek için elzemdir. Moda kamuoyudur. Birey dışlanma korkusu içinde, neyi söyleyip söylemeyeceği konusundaki tavrını susma ya da konuşma biçiminde belirlerken, örnek aldığı model medya söylemidir. Medya tarafından beslenen kamuoyu gündem belirleyerek bir tür sahte gerçekliğe hizmet eder. Kamuoyunun görevi konulaştırmadır. Önce konu masaya yatırılır, onu tartışmaya değer kılan formüller bulunur, daha sonra değişik biçimlerde pozisyon alınır bu süreç pürüzsüz yürürse tartışma hararetlenir ve bir karara varma zamanı gelmiştir. Böyle bir anlayış kısa vadeli olayları kapsar, genel eğilimler üzerinde hiç durulmaz, hemen karara varılıp yeni bir olaya geçilir. Luhmann konulaştırmada medyanın önemine özellikle dikkat çeker. Konulaştırmayı, yani konuların seçimini yapan en önemli kurum medyadır. Konuları ortaya atan, onları tartışmaya açan medyadır. Bir anlamda medya gündemi belirleyendir. (Neumann, 1998, s. 184.) Böylece yönetimin ve sermayenin ihtiyaç duyduğu ekonomik ve siyasal alan sürekli yeniden üretilmiş olur. Başta medya olmak üzere, toplumun tüm kurumları tarafından ekonomik küreselleşmeye destek olacak bir küresel kitle kültürü yaratılmaya çalışılmaktadır. Medyanın öncülüğünde, yaratılmaya çalışılan Küresel kitle kültürü batı merkezlidir ve olmaya devam edecektir. "Batı teknolojisi, tekelci sermaye, gelişmiş emeğin yoğunlaşması, batı toplumlarının yaşam tarzı ve görselliği, küresel kitle kültürünün yönlendirici güç kaynağıdır. Bu bağlamda küresel kitle kültürü batı merkezlidir ve İngilizce konuşur. Küresel kitle kültürü-

nün ikinci en önemli özelliği kendine özgü türdeşleştirme biçimidir. Ancak bu farklı bir türdeşleştirmedir. Bu türdeşleştirme her yerde İngilizliğin ya da Amerikalılığın mini versiyonlarını üretme biçiminde olmaz. Yerel kültürel farklılıklar özümşenerek, Amerikan tarzı bir kültürün içinde yeniden üretilmektedir. Yani, sürekli daha fazla yoğunlaşan kültür ve diğer sermaye biçimlerinde yer edinmiştir. Yerel sermayeler aracılığıyla, diğer siyasal ve ekonomik seçkinlerin yanında ve onlarla işbirliği içinde hüküm sürebileceğini anlamış olan bir sermaye biçimidir. Onları silip atmaya kalkışmaz, onların aracılığıyla işler" (Hall, s.49).

Bu bağlamda, küreselleşme olgusu üzerinde en çok tartışılan konulardan biri olan, küreselleşmenin ulus devletlerin etkinliğini yok sayacağı savı geçerli değildir. Küreselleşme şüphesiz ulus devletlerin kendi ekonomileri üzerindeki etkinliğini azaltacaktır. Ancak tamamen yok etmeyecektir. Kuşkusuz kapitalist ekonomi, devleti öngören siyasal ve toplumsal yapı olmadan var olamaz. Egemen sermaye çıkarı gereği devletin ağırlığının ortadan kalkması için birtakım adımlar atacaktır. Bu adımlar medyada devletin müdahalesinin en aza indirilmesi, özelleştirmeler gibi birtakım adımlar olacaktır. Pazarların küreselleşmesine karşın ulusal makro ekonomik yapılar hala en önemli belirleyiciler olmaya devam edecektir.

Bu noktada tartışılması gereken, küreselleşmenin yarattığı yeni kültürel söylemin türüdür. "Yeni tür küreselleşme Amerikandır diyebiliriz. Kültürel anlamda küresel kitle kültürü, kültürel üretimin modern araçlarının egemenliğindedir. Dilsel sınırları hızla ve kolayca geçebilen, tüm dillerde anında konuşan görüntünün egemenliğidir. Popüler hayatın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan katılan görsel ve grafik sanatların her türlü müdahalesinin egemenliğidir. Televizyonun ve sinemanın, görüntünün, görselleşmenin, ve kitle reklamcılığının sunduğu tarzların egemenliğindedir. Küresel kitle kültürü, tüm bu kitle iletişim biçimlerinde kendini gösterir ama başlıca örneğinin uydu televizyonu olduğu düşünülebilir. Uydu televizyonu, gelişmiş ulusal ekonomide ve kültürde temellendirmeden anlayamayacağımızdan ve dahası tüm amacının, ulusal sınırlarla daha fazla sınırlanmamak olduğunu bildiğimizden önemli bir örnek sayılabilir. Zira uydu televizyonu toplumdaki tüm iletişim modellerini sarsar. Örneğin İngiltere'de Rupert Murdoch'un sahibi olduğu "Sky Channel" adlı uydu TV kanalı, BBC nosyonunu, kamu hizmeti anlayışı nosyonunu alt üst etmiştir" (King, 1998, s.48).

Yeni toplumsal düzen fikirlerin baskıcı yöntemlerle değil, rızayla kabul edilmesi yönündedir. Bunu gerçekleştirmenin yollarından biri, toplumsal uzlaşmanın sağlanmasıdır. Bu medya dahil olmak üzere toplumun pek çok kurumu tarafından gerçekleştirilecektir. "Toplumsal uzlaşma birçok soruyu da beraberinde getirmektedir. Bunların başında, uzlaşmanın kimin tarafından üretildiği, uzlaşmanın hangi çıkarlara göre işlev

gördüğü ve hangi koşullara bağımlı olduğudur. Bu sorular medyayı diğer anlamdancı kurumlar sorununun içine dahil etmiştir. Ancak bu dahil ediliş uzlaşmanın üretilmesine yardım eden ve rızayı yaratan olgu olarak gerçekleşmiştir. Güçlünün rıza ve meşruluğa dayanarak yönetmeye devam edebilmesinin araçlarından biri, tekil bir sınıfın ya da iktidar bloğunun çıkarlarının, çoğunluğun genel çıkarlarıyla aynı hizaya getirebilmesi ya da eşdeğer bulunabilmesidir. Bu eşdeğerlikler sistemi bir kez meydana getirildiğinde azınlığın çıkarları ve çoğunluğun iradesi birbirine uygun bulunabilir. Çünkü bunlar, tüm tarafların üzerinde anlaşmaları uzlaşma içinde örtüşen çıkarlar olarak temsil edilebilirler.

Genel eğilim, medyanın günlük işlemlerinde "yansız ve bağımsız" olmak için güçlülerden emir almaması şeklindedir. Dünya hakkındaki açıklamalarını başat tanımlara uygun kılacak bir şekilde, bilinçli olarak eğip bükmesi gerekmektedir. Ancak "herkesin anlaştığı şey" in genel sınırlarına ya da çerçevesine duyarlı olmaları da gereğidir ve medya yalnızca bu sınır ya da çerçeve içinde varolabilir" (Küçük, 1999,s.122). "Medya çalışanları özerklik yanlısaması içinde olsalar da başat kültürün normları içinde toplumsallaşmakta ve bu normları içselleştirmektedirler. Medya bir bütün olarak alındığında başat sınıfların çıkarlarıyla uygun yorumsal çerçeveleri nakletmesi kaçınılmazdır. Medya izleyicileri, kimileyin bu çerçevelerle müzakereye girseler ve bunlarla kapışsalar bile, medya tarafından önerilen tanımları muhalif tanımlar lehine reddetmelerini mümkün kılacak alternatif anlam sistemlerine ulaşmaktan mahrumdurlar" (Küçük, 1999,s.399).

Medyada çalışanlar propaganda modelinin öngörülerine bağlı kalmak koşuluyla, özellikle habercilik yapanlar, çalışmalarında cesaret, erdemlilik gösterebilirler. Bu sorun olmaz, sorun yaratan durum, ifade edilen düşüncelerin dürüst ya da gerçek olması değil, konuların seçimi ve bunların sunulmasına izin verilen düşünceler yelpazesi, haberciliğe ve yorumlara ve belirli bir dünya görüşünün sunulmasında zorunlu tutulan genel çerçevedir. Medya işletmelerinin, reklam dünyasıyla başta "finansal ihtiyaç nedeniyle" sıkı ilişkilerini iletişim faaliyetinin tüm noktalarında görmek mümkündür. Sanırım bu noktayı açmakta yarar var. Tüm işletmeler gibi medya kuruluşları da alıcılarına bir ürün satar. Peki nedir bu ürün. Ortaya bir meta olarak koydukları şey midir. Diğer bir deyişle gazete ya da programlar mıdır? Hayır. Onlar reklamcılar piyasasına izleyici-okur satarlar. Gündemi belirleyen medya kuruluşları, okuyucu ya da izleyicilerini diğer işletmelere satan kuruluşlardır. Bu medya kuruluşlarının sundukları dünya satıcılarla alıcıların çıkarlarını ve ürünü yansıtırorsa sorun yok demektir. Medyanın tüm çalışanları- özellikle üst düzey çalışanları-bu ayrıcalıklı elit kesimin sözcüleri durumundadır ve bunlar sistemin değerlerini içselleştirerek ve yücelterek hem kendi başarılarını sağlarlar hem de rızanın üretilmesine katkıda bulunurlar. Bu şu demektir; medya var olan fikirler pazarında, çoğunluğun hizmetinde olmaktan çok üst sınıfların amaç ve çıkarlarına hizmet etmektedir. Bunun sağlana-

bilmesi ve sürmesi fikirler pazarının kuruluşuyla ilgili olarak, sosyo-ekonomik yapı ile ideolojik güç arasında sağlam iç içe ilişkiler kurulmuştur. Liberaller piyasayı düşünce özgürlüğünün sağlanması amacıyla düzenlerken bir anlamda pazarın gücünü güçlü bir denetim aracı olarak kullanmışlardır (Chomsky, 1993, ss.22-27). Özellikle büyük medya kuruluşlarının mevcudiyeti tamamen reklama bağlıdır. Medya endüstrileri diğer endüstrilere göre reklam gelirlerine ne az ne de fazla güvenmektedirler, diğer endüstrilerden farklı olarak medya kuruluşları için reklam ana ürün olmuştur ve hatta zaman zaman medya reklamın ta kendisi haline gelmiştir. Medyanın içeriği gerçekte dolaylı olarak reklama adanmıştır ve sık sık da içeriği ile karşılığı ödenmemiş bu reklamlara yer vermektedir (Mc Quail, 1992, s. 87). Karşımıza çıkan tablo bu bağlamda, medyanın sistem ve reklam şirketleriyle yoğun bir ilişki içinde olduğudur. Tüm ekonomik çıkarlar bu bağın güçlü olmasını gerektirir. Yoğun bağlılık içinde "olamayan" medya kuruluşlarının hayatta kalması zordur. Geçmiş bunun örnekleriyle doludur. Eleştirel bir yaklaşım takınmak çoğu zaman hoş karşılanmaz, oysa uyum göstermenin hiçbir maliyeti yoktur.

Medyanın yapısı, aynı zamanda yerleşik öğretiye uyum sağlamayı özendirecek biçimde düzenlenmiştir. Bu gayet açıktır reklamlar arasındaki kısa sürede ya da 200 kelimeyle farklı bir savı ileri sürmek ya da kanıtlamak olanak dışıdır. Medya yalnızca mevcut iktidarın icraatını ve devamını sağlayacak çıkarları yansıtabilir. Bunu tartışmaya yol açmayacak biçimde sunar. Medya, haberlerin ve çözümlerinin çatısını yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda tartışmayı sınırlayarak iktidar ve kendisine kaynak sağlayan şirketlerin çıkarlarına hizmet eder (Chomsky, 1993, s.27). Haberlerin yanısıra dizilerle, talk-showlarla, eğlence spor programlarıyla da bu işlevini yerine getirmektedir. Kısaca medya mevcut düzenin çıkarlarına en iyi hizmet edebildiği sürece ayakta kalır.

Telekomünikasyon sektöründe birleşmeler

İletişim sektörü, son derece karlı bir alan olarak görülmektedir. Çokuluslu şirketler bu alana gelecekteki mali karlılıklarının temel kaynağı olarak bakarlar. Dijital teknoloji, telekomünikasyon ve görsel-ışitsel medya başlıkları altında sınıflandırılan ekonomik etkinlikler dünyanın sanayi üretiminin onda sekizini bulmaktadır ki bu otomobil sanayinden fazladır. Bu oranın hızla artması kaçınılmazdır. Özel sermaye saldırgan bir biçimde bu alanda devlet müdahalesinin ortadan kaldırılmasını hedeflemektedir. Bu noktada küresel ölçekte sorun ulusal sınırlandırmaların, özel ve bazen de kamudaki şirketlerin işlemlerini tüm dünyaya yaymasına izin vermek üzere, tamamen ortadan kaldırılmasına gerek olup olmadığı ya da devletlerin bu alanda büyük ortak olarak yer almak isteyip istemeyeceğidir. Hakim durumdaki görüş küresel ölçekte devlet müdahalesinin tamamen ortadan kaldırılmasıdır. İletişim alanı gerçekte

ABD, Avrupa ve Japon menşeli çok uluslu şirketlerin egemenliği altındadır ve bunlarla rekabet edebilecek tek bir ulusal devlet yoktur.

Bu bağlamda, Telekomünikasyon sektörü, küreselleşme olgusuna tipik bir örnektir. Bu sektörde birleşmeler tek bir ulusal şampiyon yaratacak noktada değil, hatta teknolojik yenilenme ve hantallaşmayı önlemek açısından gerekli görülmektedir. Bu nedenle birleşmeler daha kolay olmaktadır. Bu yönde ilk adımlar ABD, Japonya ve İngiltere tarafından atılmıştır. Amerikan telekomünikasyon devi American Telegraph and Telephone (ATT), Japon tekeli Nippon Telegraph (NTT) ve İngiliz British Telecom "deregulation" uygulamaları çerçevesinde bölündüler veya özelleştirildiler. ATT kendinden ayrı yedi bölgesel şirkete bölünerek küçülmüştür. Aynı biçimde NTT de 1999 sonunda üçe bölündü. Burada amaç içeride bölünerek küçülmek dışarıda ise büyümektir. Deregulation özellikle kamu kuruluşlarının veya ulusal piyasayla sınırlı özel tekelin kendi doğal gelişme sınırlarına ulaşmasından kaynaklanmaktadır. Bu dev şirketlerin iç pazarda daha büyümeleri ve rantabl kalmaları imkansız hale gelmiştir. Ardından OECD, IMF, Dünya Bankası gibi kuruluşlar, liberal akademisyenler ve medya yabancı sermayeye açılımı teşvik etmeye başladılar. Açıktır ki yabancı sermayeye açılan her ulusal telefon piyasası telekomünikasyon alanında az sayıdaki dev şirketin pazarlarını daha da genişletmelerini sağladı.

1996 yılında telekomünikasyon hizmetlerinin dünya piyasası 440 milyar dolardı. 2001 yılında bu rakamın, 900 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Bu süreçte British Telecom, İspanyol Telefonica ve Portekiz Portugal Telecom, Fransız Cegetel ile, ATT İtalyan Telecom Italia ile ortaklık kurmuşlardır. Başlangıçta tam rekabeti sağlamak amacıyla gerçekleştirilen bu süreç (bölünmeler), son aşamada büyük devletlerin tekelinin dış piyasalara açılarak ulus-aşırı şirketler, eskisinden çok daha hızlı küresel ölçekte oligopol gruplaşmaya yol açmıştır. Mega ittifaklar, ulus aşırı çok güçlü gruplaşmalar oluşmuştur. Örnek olarak, ATT ile Worldpartners ve Unisource grubu, British Telecom ile Concert ve Telefonica ve Cegetel gruplaşması, Global One içinde France Telecom ile Deutsche Telecom ve Sprint'in ittifakları, İngiliz şirketi Cable and Wireless ile Mercury, Bouygues Telecom, Vebacom ve Hong Kong Telecom'un bir federasyon halinde biraraya gelmeleri verilebilir. (Güvenç, 1998, s.84-85). Pek yakın bir tarihte, dünya çapında beş-altı küresel oligopol şirketin egemenliği altında olacaktır demek sanırım kehanet olmayacaktır.

Türk Basın Sektörü

Kuruluşunun ilk yıllarında zayıf bir sermaye yapısı gösteren Türk basın sektörü. Türk ekonomisinin hızlı deviniminden kendini kurtaramamıştır. Medyanın iktidarlar üzerindeki etkisi, iktidarla yakın ilişki içinde olan büyük sermaye gruplarının bu sektöre ilgi duymasına yol aç-

mıştır. Büyük sermaye grupları süreç içinde küçük sermaye sahiplerini silip atmıştır. Bu sürecin doğal sonucu Tekelleşme olgusunu daha doğru bir deyişle oligopol yapıyı, Türk basınında da görmekteyiz. Türkiye'de şirket oligopolünün hakim olduğu bir medya sistemi vardır. Bu düzende medya endüstrilerinin tam rekabetçi koşullar altında hareket etmeleri mümkün değildir. Oligopol pazar yapısı tam rekabetçi Pazar ile, tekelci Pazar yapısı arasında oluşur. Bu Pazar yapısında üç ile altı işletme pazarı paylaşır. Bu işletmeler birbirlerini çok iyi tanır ve birbirlerinin üretimini kontrol ederler. Tekelci Pazar yapısında fiyatı belirleyen tek işletme fonksiyonu, oligopol Pazar yapısında pazarı bölüşen bu şirketler tarafından belirlenir (Picard, 1989, s.78). Medya işletmeleri medya pazarındaki hakimiyetlerinin yanı sıra başka alanlarda da faaliyet göstermektedirler. "finansman sorununu çözmek", amacıyla daha doğru bir ifadeyle faiz giderini en aza indirmek amacıyla bankalara sahip oldular, reklam faaliyetleri için reklam şirketleri ve pazarlama şirketleri kurdular. Turizm sektörüne girdiler. Böylece yalnız medya pazarında değil ekonominin diğer alanlarında da hakim duruma geldiler. Ekonomideki daralma dönemlerinde koşullara ayak uyduramayanlar ise bu devlere yem oldu. Tekelci-oligopol yapı ve dev grupların hakimiyet alanı da giderek büyüdü. Bu gruplar, yabancı sermayeyle birleşme konusunda çok istekli gruplardır. Telekomünikasyon sektöründe özellikle "teknolojik" nitelikli bu birleşmeler de hızla artmaktadır.

Türk basın sektöründe 1980 sonrası hız kazanan tekelleşmenin etkisi büyüktür. Türk basın sektöründe yatay ve dikey tekelleşmenin hakim olduğu oligopol bir Pazar yapısı vardır. Bugün 5 büyük holding Türk basın sektörünü paylaşmış durumdadır. Bunlar; Çukurova Holding (sahibi Mehmet Emin Karamehmet'tir, Show TV, Akşam Gazetesi, ATV ve Sabah Gazetesinin %50 hissesi,Diji Türk'e sahip), Medya Holding (sahibi Dinç Bilgin & Türker İnanoğlu, ATV ve Sabah Gazetesinin %50'si,Yenibinyıl gazetesi,Kanal 6 TV, Aktüel dergisi'sine sahip), Doğan Holding (sahibi Aydın Doğan Hürriyet, Milliyet, Radikal, Posta, Fanatik, Finansal Forum gazeteleri, Kanal D TV, CNN Türk TV, Tempo, 2 dergi, 3 radyoya sahip), Doğu Holding (sahibi Ayhan Şahenk NTV,Kanal E TV, Olay TV, 5 dergi, 2 radyo, internet sitesi ve uluslararası ortaklıklara sahip). İhlas Holding (sahibi Enver Ören TGRT TV, Türkiye Gazetesi, pek çok sayıda dergiye sahip) dir.Bu oligopol Pazar yapısında özellikle üç büyük holding hakimdir. Bunlar Çukurova Holding, Medya Holding, Doğan Holding'dir.

Sonuç olarak, bu yapı içinde temel sorun, medyanın kitleler üzerindeki etkisi ve ona yüklenen sorumluluk sınırlarıdır. Eğer medyaya bir sorumluluk sınırı çizilecekse birtakım dışsal sınırlamalar getirmek gerekir. Ancak bu sınırlama, liberalizmin öngörüsü olan "doğrunun en iyi sınavının, düşüncenin, özgür fikir alışverişi aracılığıyla pazardaki rekabette kendini kabul ettirme gücü olduğu ilkesiyle" ters düşmektedir. Oysa batının gelişmiş ülkelerinde ve ülkemizde, piyasa özgürlüğü ile dü-

şünce özgürlüğü eşit hale gelmiştir. Piyasanın gizli gücü artık devletin denetimi kadar etkili, zaman zaman da ondan üstündür. Küreselleşme şüphesiz dünya çapında ekonomik alanda gelişmemiş ülkelerin aleyhine büyümeyi hızlandırmakta, medya sektörü de toplumun diğer kurumları ile küresel kültürün yaratılmasında gelişmiş "batı dünyasına" hizmet etmektedir. Batı merkezli küresel kitle kültürünün yönlendirici güç kaynakları da, batının ilerlemiş teknolojisi, tekelci sermaye, batılı toplumların yaşam tarzı ve görselliği olmaktadır.

KAYNAKLAR

- Amin, Samir, **Küreselleşme Çağında Kapitalizm**, İstanbul, Sarmal yay., 1999.
- " " " ", **Kapitalizmin Hayaleti**, İstanbul, Sarmal yay., 1999.
- Chomsky, Noam, **Medya Gerçeği**, İstanbul, tüm Zamanlar yay., 1993.
- Chomsky, Noam, "Market Democracy in a Neoliberal Order Doctrine and Reality", Davie Lecture, University of Cape Town, May 1997.
- Erdoğan, İrfan, **İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş**, Ankara, imge kitab. 1997.
- Hall, Stuart "İdeolojinin Yeniden Keşfi", der ve çev : Mehmet Küçük, **Medya İktidar İdeoloji**, Ankara, 1999.
- Hall, Stuart, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etkinlik," **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi**, der: Anthony D. King, Ankara, Bilim ve Sanat yay., 1998.
- Kor ay, Meryem, "Esneklik ya da Emek Piyasasının Küreselleşmesi," **Petrol- İş Yıllığı** 95-96.
- Mc Quail, Denis, **Media Performance Mass Communication and the Public Interest**, New York, Sage Publ., 1992.
- Nazım Güvenç, **Küreselleşme ve Türkiye**, İstanbul, BDS yay., 1998.
- Neşecan Balkan, "Kapitalizmin Dinamikleri ve Borç Krizi ", **Petrol-İş Yıllığı** 97-98.
- Neumann, Elisabeth Noelle, **Kamuoyu**, Ankara, Dost kitb., 1998.
- Paul Hirst, Grahame Thompson, **Küreselleşme Sorgulanıyor**, Dost Kitabevi, Ankara, 1998.
- Robert G. Picard, **Media Economics, Concepts and Issues**, London, Sage Pub., 1989.

DİPNOTLAR

- II. Dünya savaşı henüz sona ermeden 1-22 temmuz 1944 tarihinde, ABD'nin New Hampshire eyaletinin Bretton Woods kasabasında Türkiye dahil 44 ülkenin katılmasıyla toplanan Birleşmiş Milletler Para ve Maliye Konferansında, iki önemli

dünya çapında uluslar arası mali kuruluşun kurulması kararlaştırılmıştır. Bretton Woods ikizleri olarak da bilinen bu kuruluşlardan birisi, uluslar arası parasal konularda bir işbirliği girişimini yansıtan Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Avrupa'nın savaşta yıkılan ekonomilerinin yeniden imarına yönelik çalışmalar yapan, sonra ise tümüyle az gelişmiş ülkelerin kalkınmalarına dış finansman sağlayan Uluslar arası İmar ve Kalkınma Bankasıdır (IBRD). Bu banka kısa adı olan Dünya Bankası olarak (WB) olarak tanınmaktadır.