

KÜRESELLEŞME, İLETİŞİM VE HABER DENGESİZLİĞİ

İlhan BİNGÖL*
Mehmet KARACA**

ÖZET

Var olduğu günden beri yaşamını devam ettirmek için iletişimde bulunan insanoğlu, tarihsel süreç içerisinde iletişim olgusunda ve iletişim kurma biçimlerinde büyük değişiklikler yapmış, özellikle 19. yüzyıldan itibaren kitle iletişimi büyük bir hız kazanmıştır. Bu süreçle birlikte dünyada ekonomik, politik, kültürel, siyasal ve iletişim alanlarında küreselleşme meydana gelmiştir. Özellikle iletişim alanında meydana gelen küreselleşmenin, üretici kültürlerin tüketici olanlar üzerinde kültürel emperyalizm gerçekleştirdiği yönünde kaygıların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu çalışmada iletişim olgusu, iletişimin amacı, küreselleşme, iletişimde küreselleşme, uluslararası haber ajansları ve uluslararası haber dağılımındaki dengesizlikler ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Küreselleşme, İletişimde küreselleşme, Uluslararası haber ajansları, Haber dağılımındaki dengesizlikler.

ABSTRACT

Mankind has communicated in order to continue his existence since he existed in the world. Therefore, in the historical process, he has made changes regarding ways of communication and the phenomenon of communication, in particular, mass communication has accelerated since the 19th century. As a consequence of the acceleration process of mass communication, globalization has occurred in economic, cultural, political and communication areas. Especially, thanks to globalization in communication area, forces of production have created cultural imperialism phenomenon on consumers.

In this study, it will be dealt with communication and the aim of communication, globalization, and globalization in communication, international news agencies and imbalances in international news distribution.

Keywords: Communication, Globalization, Globalization in communication, International news agencies, Imbalances news distribution.

* Öğr. Gör. Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, E Posta: ilhanbingol01@hotmail.com

**Yrd. Doç. Dr. Bingöl Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, E Posta: sosyologkaraca@hotmail.com

GİRİŞ

Varlığını sürdürme amacı içinde olan insanoğlu, toplumun diğer bireyleri ile sürekli iletişim ve etkileşim çabası içindedir. Bu çaba, insanoğlunun varlığını devam ettirmesi, toplum içinde anlam kazanması ve varlığını sürdürme çabasıdır. İnsan, ancak, toplum içinde yaptıkları eylemleri ve davranışları ile anlam kazanır. Tarihsel süreç içinde sözle başlayan iletişim daha sonra yazı, grafik ve sembollerle birleşmiş, iletişim olgusu ve iletişim araçlarında değişiklik meydana gelmiştir. Özellikle 19. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişen kapitalist ekonomik sistem içerisinde iletişim araçlarında da değişiklik meydana gelmiş, bu süreçten itibaren özellikle de 20. yüzyıldan itibaren kitle iletişimi önem kazanmıştır. Kitle iletişim araçlarının güçlü kapitalist sermayenin eline geçmesi ile beraber, iletişimin uluslararası boyutu da değişmiş, iletişimin enformasyon dağılımında da dengesizlikler meydana gelmiş, uluslar arası haber ajansları dünyaya haber dağılımı şeması gerçekleştirerek, enformasyon dağılımında da tekelleşme meydana getirmişlerdir.

1. İLETİŞİM VE İLETİŞİMİN AMACI

İnsan, toplumsal bir varlıktır. Yaşama başladığı günden itibaren diğer insanlarla ve dış dünyayla ilişki ve etkileşim içindedir. İnsanoğlu bilinçli olmadığı ve iradesini kullanmadığı bebeklik yıllarında dahi çevresine uyarıcı iletiler göndermektedir. İhtiyaçları toplumsal bir gerekliliği gösterirken; isteyerek veya istemeyerek, duygu ve düşüncelerini dış dünyaya yansıtır, tüm duyularını da çevresindeki uyarılara açar. İnsanın kendini tanımasında, ifade edebilmesinde toplumsal yapılanmanın temel taşı olabilmesinde iletişim önemli rol oynar (Akdoğan, 1995: 9). Toplumsal varlık olan insanın kendini ifade edebilmesinde ve kendini yeniden üretebilmesinde en önemli olgu, iletişim olgusudur. Dinamik toplumun ögesi olan insan, bu yetisiyle toplumda değer kazanır ve topluma değer kazandırır. Yani iletişim hem toplumsal hayatın oluşmasında hem de bu hayatın düzenlenmesinde fonksiyonel bir araç olmaktadır. Bu kadar önemli olan bir olgunun tanımlanması da oldukça güçtür. Bundan dolayı iletişimin çok çeşitli ve farklı tanımları yapılmıştır. İletişimin ne olduğu ile ilgili çok sayıda tanım yapılmaktadır. Kimi iletişimcilere göre bu tanımların sayısı yüzün üzerinde, hatta kimilerine göre de iki yüzden fazladır. İletişim; enformasyon, düşünce, tutum ve duyguların bir kişiden veya gruptan, ötekine (veya diğerlerine) özellikle semboller yoluyla iletilmesidir. En genel anlamıyla; bir sistem, bir kaynak, bir ötekini, hedefini, alternatif sembolleri ele alıp bunların ikisini birleştiren kanaldan ileterek, manipüle ederek etkilediğinde iletişim meydana gelir. İletişim, ‘gönderiler aracılığıyla kurulan sosyal etkileşim’ olarak tanımlanabilir (McQuail-Windahl, 2010: 17).

İletişim temel anlamda bilgi, duygu ve düşüncelerin paylaşılması olmakla birlikte, aynı zamanda kişi ya da grupların davranış ve tutumlarını etkilemeye yönelik bir eylemdir. İletişim, bireyler arasında bilgi alıp vermek amacıyla oluşturulan bir ilişkiler sistemi olarak açıklanabilir (Gürüz- Eğinli, 2012: 5). Türk Dil Kurumu sözlüğünde iletişim “duygu, düşünce ya da bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla baş-

kalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme” ve “telefon, telgraf, televizyon, radyo gibi aygıtlardan yararlanılarak yürütülen bilgi alış-verişi, bildirişim, haberleşme” olarak tanımlanmaktadır. (TDK, 1983: 578, aktaran Gürüz-Eğinli, 2012:6). İletişim, herkesin bildiği ancak, az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim, yüz yüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir (Fiske, 2003 :15).

Diğer bazı tanımlara göre “iletişim bilginin, fikirlerin, duyguların becerilerin vb.’nin simgeler kullanılarak iletilmesidir. İletişim, anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıcıları ayırt etmeye ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir. İletişim, mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir. İletişim, sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreçtir” (Mutlu, 2012:148). Görüldüğü üzere iletişim, çok farklı tanımlarla anlatılmaya ve anlaşılmasına çalışılmaktadır.

Yine, Gürüz ve Eğinli (2012: 6-7)’nin Yıldız ve Zıllıoğlu’ndan aktardığına göre iletişim:

- Düşüncenin sözel olarak karşılıklı değiş-tokuşu,
- İki kişinin birbirini anlaması, insanın karşıdakine kendini anlatması,
- Organizma düzeyinde bile olsa ortak davranışa olanak veren etkileşim,
- Kaynaktan çıktıktan sonra iletiyi alan için bir uyarıcı olan davranış,
- Kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranış,
- Bilgilerin, fikirlerin, duyguların, becerilerin vb. simgeler kullanılarak iletilmesidir.

• Esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da bir gruptan diğerine bilginin, fikirlerin tutumların veya duyguların iletilimidir.

Bütün bu tanımları göz önüne aldığımızda iletişim; bilgilerin, duyguların, düşüncelerin ve davranışların; söz, yazı, resim ve sembollerle karşı tarafa gönderilmesi sürecidir. İletişim kurmanın temel düşüncesinde; karşı tarafın davranışlarında, tutumlarında ve düşüncelerinde değişiklik yaratma isteği vardır. Temelde üç ana öge olan kaynak, mesaj ve alıcıdan oluşan iletişim süreci tek yönlü bir süreçtir. Ancak böyle bir iletişim sadece başlamış olur, ancak bitmiş olmaz. İletişimin sonlanabilmesi için alıcının yani hedefin kaynağa geri bildirimde bulunması gerekir. Bu durumda kaynak alıcı konumuna geçer ve böylece iletişim çift yönlü bir sürece dönmüş olur. Görüldüğü üzere burada iletişime dördüncü bir öge olan geribildirim (feedback) ögesi eklenmiş olmaktadır. İletişimin beşinci ögesi olarak da mesajın (ileti) gönderildiği kanal vardır. Kimi kaynaklara ve iletişim bilimcilere göre çevresel faktör olan gürültü de iletişim ögesinin altıncı unsurudur. Bütün bu anlatımlarımız kişilerarası iletişime yönelik bir durumdur.

Kişilerin iletişim kurmasının amaçları olarak; kişisel buluş, dış dünyayı keşfetmek, anlamlı ilişkiler geliştirmek, tutum ve davranışları değiştirmek, bu amaçlarla başlayan her iletişim eyleminin sonucunda çeşitli etkiler ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler; bilişsel, duygusal ve psikomotor etkiler olarak ifade edilmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 2-3).

2. KÜRESELLEŞME

Küreselleşme süreci; siyasi, ekonomik ve kültürel sonuçlarıyla hayatımızda önemli bir yer tutmaktadır. Küreselleşme, bugün en sık kullanılan kavramların başında gelmektedir. Küreselleşme denilince ne anlamamız gerektiğini görmek için küreselleşmenin farklı tanımlarına bakmak yerinde olacaktır.

George Modelski, “küreselleşme, dünyanın büyük medeniyetleri arasındaki artan bağlantının tarihidir” demektedir. Daha da açmak gerekirse en eski medeniyetler arasında düzensiz aralıklarla ortaya çıkan karşılaşmalara kadar uzanan, uzun vadeli tarihsel bir süreçtir. Fakat, çağdaş küreselleşme dönemine bilinçli olarak şekil veren, çağdaşlaşma ve özellikle Batı’nın yükselişi ile küresel genişlemesidir (Held ve McGrew, 2008 :71). Görüldüğü üzere burada anlatılmak istenen küreselleşme olgusu tarihinin çok eskilere kadar gittiğidir.

Modelski’ye göre küreselleşme; uluslar, medeniyetler ve siyasal topluluklar arasındaki genel dayanışmanın genişlemesinin ve derinleşmesinin tarihsel sürecini kapsayan bir mefhumdur. Tony Gidens için de küreselleşme, modernlikle geniş çapta eş anlamlıdır. Çünkü, yeni çağda ‘dünya çapında toplumsal ilişkilerin yoğunluğu’ daha önceki tarihsel dönemlerin hepsinde olduğundan çok fazladır (Held ve McGrew, 2008 :71). Küreselleşme; coğrafi, siyasi ve kültürel sınırları aşan sosyal örgütlenmelerin oluşmasıdır. Dünya ölçeğinde ve temelinde işleyen ekonomik ve kültürel şebekelerin gelişmesi ve hız kazanmasıdır. Kültürel küreselleşme sürecinin temel unsuru olarak; genel olarak dünya çapında değiş-tokuş, seyahat ve etkileşimin daha hızlı, daha yaygın, daha bağımsız biçimlerine olanak veren iletişim teknolojilerinin ve medya şebekelerinin ortaya çıkması gösterilmektedir (Mutlu, 2012:216). Hızla gelişen uydu teknolojisi ve ona bağlı olarak yayınlarda sınır tanımayan kitle iletişim araçları ile kültürler küreselleşmektedir; ancak burada önemli olan ve dikkat çeken nokta kimin kültürünün küreselleşmede ve küreselleşme sürecinde başat olduğudur.

Küreselleşme ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapına yayılmasını da ifade eder. Bu bağlamda küreselleşme, dünyada uygulanan ekonomik sistem ve ekonomi politikalarının giderek birbirine yakınlaşmasıdır (Yürekli, 2004:8).

Küreselleşme, ortaya çıkışı, gelişimi ve beslenme kaynağı bakımından batılı bir kavram olup ona dair tartışmalarda bu yönü sıkça gündeme getirilmekte; bu kavramın, Batılı ülkelerin dünyanın geri kalanını kontrol altına almak için geliştirdiği bir söylem olduğu fikri yaygın bir kanı olarak seslendirilmektedir. Bu konudaki yayınlarda küreselleşmeden sıkça, kapitalizmin yeni bir versiyonu, yansıması ya da aracı olarak söz edildiğine rastlayabilmekteyiz. Örneğin; Erkızan (2002: 62), küreselleşmenin aslında dünyayı yeniden yapılandırma isteminin ve teşebbüsünün tarihsel bir sonucu olup, Avrupa merkezli bir söylemin dünyayı yeniden yapılandırma tasarısı ve projesinden başka bir şey olmadığını; Kızılçelik (2003:19), küreselleşmenin kapitalizmin günümüzdeki boyutunu ve görünümünü ifade ettiğini, kapitalizmin diasporası, yani onun dünyaya dağılıp yayılması, dünyayı kuşatması olduğunu iddia etmektedirler.

Küreselleşmenin, her şeyden önce bir ideoloji olduğunu vurgulayan yaklaşımlar da mevcuttur. İdeoloji, kendi gerçeğini hızla yayarak, gerçeğin iletilebildiği bilgiyi silmekte ve yerine de “küreselci gerçeği” koymaktadır. Başka bir görüşe göre de, küreselleşmenin kültürel homojenlikle, kültürel heterojenlik arasındaki çarpışmayı simgelediği, daha doğrusu bu çarpışmanın aldığı biçimi tanımladığı da belirtilmektedir. Uluslararası Para Fonu (IMF) da küreselleşmeyi, “teknolojinin hızla gelişmesi ve geniş bir alana yayılmasıyla; uluslararası sermaye, mal ve hizmet akışının dünya çapında ülkeleri birbirine bağımlı hale getirmesi” olarak tanımlamaktadır. Görüldüğü üzere küreselleşme; ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel alanlarda pek çok değişime neden olmakta, bu değişimler doğrudan hayatımıza da etki etmektedir. Bu değişim sürecinin kodlarını zamanında çözebilen ülkeler küreselleşme çağında daha fazla mesafe alırken, küresel süreci anlamakta ve değişimin boyutlarını kavramakta geç kalan ülkeler ise çağın gerisine düşme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Küreselleşme üretimi “vatansız” hale getirdi. Şirketler nerede daha ucuz üretebiliyorlar ve daha fazla kar elde edebiliyorlarsa, orayı tercih etmeye başladılar (Özkan, 2006:5). Buradan da anlaşılacağı üzere ekonomik, siyasal, politik ve kültürel alanda sınır tanımamazlık ortaya çıkmaktadır. Sınırları aşmanın ve özellikle yukarıda sözü edilen alanlarda küreselleşmenin hızla devam etmesi ve kendini sürekli yenileyebilmesinin başında, iletimde meydana gelen küreselleşme olgusundan dolayıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin zaman ve mekân tanımazlığının sonucu olarak bu alanlarla ilgili üretim, pazarlama, tanıtım için çok gezmeye gerek yoktur. Gerekli olan en önemli unsur iletişim teknolojilerinde mesafe almak ve sürekliliği sağlamaktır.

Küreselleşme, özü itibarıyla küresel çapta düzenlenmiş kapitalizmdir. Küreselleşme ile pazarlar ulus-aşırı tekellerin kontrolüne girmiştir. Küreselleşme tarihsel bir olgudur ve kapitalist üretim ilişkilerinin gelişiminde bir aşamayı ifade eder. Küreselleşme döneminde üretim ve tüketim son derece artmıştır. Burada tüketilen yalnızca maddi mallar ve metaller değil, doğal kaynaklar ve insanlıktır (Yaylagül, 2010:187). Küreselleşme, kapitalizm açısından bir kriz yönetim biçimidir. 1990’lı yıllarda SSCB’nin yıkılması ile emperyalizm kısa bir süre de olsa nefes alma imkânı bulmuştur. Küresel olarak tek bir pazar meydana gelmiştir. Ancak, insanların tüketim gücü olmadığı için kapitalizm krizden çıkamamaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte;

- Pazarlar Küreselleşti: Bir zamanlar ulusal pazarlar, bölgesel oligopoller tarafından kontrol edilirken, küreselleşme süreci bu yapıyı değiştirdi. Bölgesel oligopoller, uluslararası sermaye yapıları tarafından ortadan kaldırıldı.

- Üretim Küreselleşti: Küreselleşen pazarla birlikte firmalar da üretimlerini ve buna yönelik stratejilerini küreselleştirdi. Ulus aşırı firmaların merkezi New York’tadır. Üretimlerin tasarımı Virginia’da yapılmaktadır. Satış işlemlerinin eşgüdümü Londra bürosundan yapılmaktadır. Üretim küreselleşmesi ile beraberinde enformasyon hizmetlerinin (reklamcılık, bankacılık, sigorta ve danışmanlık hizmetleri vb.) küreselleşmesini getirdi. Bu sektörler de küresel çapta bir iletişim altyapısına ihtiyaç duyarlar.

• Sermaye Küreselleşti: Küreselleşme, özü itibariyle sermayenin küreselleşmesidir. Geliştirilen yeni iletişim teknolojileri sayesinde ticaret hacmi genişledi ve böylece paranın büyük finansal merkezlere anında akışı sağlanmış oldu.

• İletişim küreselleşti: Küreselleşmenin bir boyutunu da iletişim ağlarının küreselleşmesi oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri de bunun bir boyutudur. Küresel medya şirketleri bütün dünyayı pazar haline getirdiler. Enformasyon alanının belirli şirketlerin denetimine girmesi bütün dünyadaki insanların benzer imajlarla ve medya içerikleriyle karşı karşıya kalmasına neden oldu. Örneğin bütün dünyada ABD kökenli sinema ve televizyon programları izlenmektedir. Sinema filmleri, televizyon şovları, haber ajansları ya da moda endüstrileri bütün dünya için ortak imajlar, sembol sistemleri ve düşünce üretmektedir. Küresel iletişim sistemi, küresel ekonomik sistemin en büyük destekçisidir (Yaylagül, 2010:188, 193, 194,195).

Bu süreçte üretilen ve uluslararası alanda pazarlanması gereken mallar vardır. Bu malların tanıtılması ve pazarlanması için en uygun araçlar kitle iletişim araçlarıdır. Dolayısıyla burada iletişim araçlarının küreselleşmesi söz konusu olmaktadır. Burada önemle vurgulanması gereken husus; yeni kültürün kimin kültürü olduğudur.

3. İLETİŞİMİN KÜRESELLEŞMESİ VE İLETİŞİMDEKİ DENGE-SİZLİKLER

Toplum, yan yana gelmiş çok sayıda insandan ya da onların toplamından çok daha fazlasını ifade eden bir bütünlüktür. Bu anlamda toplum, aralarında oldukça belirli ve devamlı ilişkilerin bulunduğu bireylerden oluşur. Bu ilişkilerin biçimini ve niteliğini değerlendirirken dikkate almamız gereken temel unsurlardan birisi de bireyler arasındaki ilişkilerin değişen tarihsel –dönemsel koşullara bağlı olarak kurulmasını sağlayan iletişim araçlarıdır. (Törenli, 2005: 8). Buradan anlaşılacağı üzere bireylerden oluşan toplumun toplam düşüncesi ve bireyin düşüncesi farklılık arz etmektedir. Bu düşünce toplamına götüren şey ise bireyler arasında kurulan iletişim olgusunun sonucudur. İletişim şekilleri; tarihsel süreç içerisinde insanların sahip oldukları tüm değerlerin ve araçların sonucudur.

İletişim araçlarının bir tarihi vardır ve en ilkeleri bile dünya tarihinin aydınlatılması açısından son derece önemlidir. Bu bağlamda bazıların belirli dönemler içerisinde baskın hale gelmeleri, silikleşmeye başlamakla birlikte varlıklarını sürdürmeleri ya da sönüp kaybolmaları rastlantılarla açıklanabilecek durumlar değildir. Bu anlamda dünya tarihine iletişim araçları tarihi gözüyle bakabiliriz (Törenli, 2005: 7-8). Bu süreçte yazı, öncesinde onu oluşturan işaretlerle, sonrasında ise harflerle somutlaşmaya, yani insanın beyninde bir anlam, dilinde bir ses varlık kazanmaya başladıkça, iletişim araçlarının mağara duvarındaki resimlerden ya da kil tabletlerden günümüzün en gözde kavramlarından biri olan yeni medyaya kadar uzanan gelişim süreci de biçimlenmeye, - yeni iletişim araçları- ortamları da çeşitlenmeye başlamıştır (Törenli, 2005: 8). Yeni medyanın içinde yer aldığı uluslararası kapitalizm ya da başka bir deyişle “Yeni Dünya Düzeni” evresinde, yeni iletişim ortamı da yeni bir yapılanma süreci geçirmektedir. Telgraftan deniz altı kablolarına, telefonda radyoya, televiz-

yondan uydu iletişimine, internetten cep telefonlarına kadar yeni medyanın araçsal boyuttaki temel dinamik, toplumsal dokunun zamana ve mekâna ilişkin sınırlandırıcı yapılanmasının aşılması, sorun yaratan engellerin ortadan kaldırılmasıdır. Yeni Medya, Yeni Dünya Düzeni'nin biçimlendirilmesi sürecinde merkezi bir rol oynamaktadır. Yeni medyanın araçsal katkısının işbaşında olduğu bu süreç üç yönelim içerisinde belirginlik kazanmaktadır: Üretimin küreselleşmesi, sermayenin (akışının) küreselleşmesi ve hizmetlerin küreselleşmesi (Törenli, 2005: 9). Bu küreselleşme olgularının daimilik kazanmasının ilk belirleyici ögesi iletişimin küreselleşmesi yani uluslar arası iletişim olgusunun ortaya çıkmasıdır.

Uluslararası iletişim; belirli bir coğrafyada, birbirinden uzakta yaşayan ve farklılıklar gösteren insan toplulukları arasında var olan haber ve bilgi akışkanlığı ve bu insan topluluklarının daha geniş bir insan topluluğuna ait oldukları bilincini yaratan ve içinde yaşanılan coğrafyayı toplumsal olarak kurgulanmalarına olanak tanıyan bir yapıdır. Farklı toplumlar arasında iletişim kurulması insanlık tarihi kadar eskidir (Özdemir, 2666:79). İnsanlığın ilk dönemlerinde coğrafi mekân olarak birbirine yakın olan insanların etkileşim ile kurduğu iletişim, ulaşımında meydana gelen olumlu gelişmelerin sonucunda, coğrafi olarak birbirine çok uzak olan insanlar arasında bir etkileşime dönüşmüştür.

Uluslar arası iletişim süreci, ulus- devletler ve hükümetler arasındaki bir etkileşim sürecinin ötesinde siyasi ve ekonomik bir bağlamın içerisine yerleştirilerek ele alınmaktadır. Uluslar arası iletişim, küresel iletişim ve dünya iletişimi birbirinin yerine kullanılabilir olsa da, içinde yaşadığımız tarihsel dönemde dünya çapında süren iletişimin nicel artışı ile değişen aktörlerini, kurallarını ve teknolojik altyapısını yansıtmaktadır. 15. Yüzyıldan itibaren haberler Venedikli buğday tacirleri, Antwerp'li gümüşta tacirleri, Nurembergli tüccarlar ve onların uluslar arası ortaklarının paylaştıkları ürünlere ve gemilerin hareketlerine ilişkin haberlerin yer aldığı "haber yaprakları" ve ticarete dair yarattıkları ortak değerler ve inançlar aracılığı ile uluslararasılaşmıştır. Uluslararası telgraf ağı 19. yüzyılda Fransa, Almanya ve Büyük Britanya ile onların Asya ve Afrika'daki sömürgeleri arasında uluslar arası bir iletişimi olanaklı hale getirirken, basılı gazetelerin ticarileşmesi ile etkileşim uluslar arası düzeyde işlev gören haber ajanslarının (Reuters, Associated Press, Agence France Press) kurulmasına hız kazandırmıştır (Özdemir, 2666: 81). Görüldüğü üzere ticaretin uluslararası düzeyde işlemeye başlaması ile bunu daha hızlı bir şekilde devam ettirmek için iletişim de paralelinde uluslar arası hale gelmiştir. Amaç, ticaretin -malların- dolaşımını hızlandırmak için haberleşmenin de hızlı hale gelmesini sağlamaktır.

İletişimin Küreselleşmesinin başlangıcı 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarındaki üç kilit gelişmeye bakarak incelenebilir:

1. Avrupa'nın sömürgeci güçleri tarafından su altı kablo sistemlerinin geliştirilmesi.
2. Uluslar arası haber ajanslarının ortaya çıkışı ve dünyayı kendilerine mahsus çalışma alanlarına bölmeleri
3. Elektro manyetik tayfların tahsisiyle ilgilenen uluslar arası kuruluşların oluşturulması (Thompson, 2008: 296).

Ayrıca uluslar arası iletişimi, değişen aktörler, teknolojiler, politikalar ve kavramlar çerçevesinde, dünyada gerçekleşen ekonomik, siyasi ve toplumsal değişimler bağlamında üç döneme ayırarak incelemek mümkündür:

1. Uluslararası iletişim kavramının ortaya çıkışından 2. Dünya Savaşı'na kadar olan süreç. Bu dönemde aktörler açığa çıkmış, iletişim sürecinde mesajın taşıyıcıdan ayrılması ve hız kazanmasıyla ilk uluslar arası iletişim altyapıları kurulmuş ve uluslararası iletişim kurumsallaşmaya başlamıştır.

2. İkinci Dünya Savaşı'nın sona erdiği 1945'den başlayarak 1980'lerin ortalarında "Yeni Dünya Düzeni" kavramı dolayısı ile dünya ekonomik, siyasi ve toplumsal ilişkilerin yeniden yapılandırılmasına dek sürmektedir. Önceki dönemin aktörlerine ek olarak yeni aktörler katılmış, teknolojik gelişmeler sürmüş, dünya siyasi sisteminde yaşanan değişimler uluslararası iletişimin kurucu kavramlarında değişmelere neden olmuştur.

3. Üçüncü ve son -devam eden- dönem, 1980'lerin ortalarında başlayarak günümüze dek sürmekte olan dönemdir. Bu dönemin temel özelliği, uluslararası iletişim süreci de dâhil olmak üzere tüm toplumsal ilişki süreçlerinin piyasa kurallarına tabi kılınmasıdır. 19. Yüzyılda, uluslar arası iletişimin en önemli aktörlerinden birisi olarak karşımıza çıkan "uluslararası haber ajansları" 1945 sonrası dönemde medya emperyalizmi kavramının ortaya çıkmasına neden olan dengesizliklerin temel nedenlerinden birisidir (Özdemir, 2666: 81-82). Haber ajanslarının enformasyon dağıtımdaki rolleri beraberinde bu alanda uluslararası dengesizlikleri doğurmuş, gelişmişlik, geri kalmışlık ve teknolojik bağımlılık sarmalında dağıtımlar gerçekleşmektedir.

İletişimin küreselleşmesinin kökleri 19. Yüzyılın ortalarına dek takip edilebilirse de bu süreç, öncelikli olarak 20. yüzyılın bir olgusudur. Yirminci yüzyıl, iletişim kanallarının ve bilgi yayılımının çoğalmasına tanık oldu. Radyo ve televizyon yayıncılığı sistemlerinin dünya çapında hızlı gelişimi, sürecin önemli bir parçası olmasına rağmen tek boyutlu değildi. İletişimin küreselleşmesi aynı zamanda bazılarında diğerlerinden çok yarayan ve dünyanın bazı yerlerini küresel iletişim şebekelerinin içine diğerlerinden daha çabuk çeken, idare edilen ve eşitsiz bir süreç oldu. Yirminci yüzyılda iletişimin küreselleşmesi, aslen büyük ölçekli iletişim holdinglerinin faaliyetleriyle güdülmüş bir süreçtir. Üretime yeni yöntemlerin girişiyle hızlanan ve ilerleyen, gazetelerin iktisadi temellerindeki değişim, medya endüstrisinde uzun dönemli bir birikim ve yoğunlaşma sürecini başlattı. Yirminci yüzyıl boyunca bu süreç, giderek ulus- ötesi bir nitelik kazandı (Thompson, 2008:301-302).

4. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM VE KÜLTÜR TRANSFERİNDE DENGESİZLİKLER

Medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireyler arasındaki iletişim imkânlarını arttırdığı gibi, toplumlar ve kültürler arasında iletişim olanaklarını da alabildiğine arttırmıştır. Bu durum ise kültürleri birbirleri ile yeni bir alış veriş ve bir yeniden kültürleşme sürecine sokmuştur. Kültürlerarası iletişim bu anlamda büyük bir önem kazanmaktadır. Zira süreçle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim tarzları ve

ülkelerin geliştirmeye başladıkları yeni ilişki türleri, ulus ve kültürleri yeni ilişkiler kurmaya, bu kültürlere ait bireyleri de birlikte yaşama kültürünü benimsemeye zorlamaktadır. Kültürlerarası iletişim denildiğinde gerek farklı kültürel coğrafyalara ait birey ve gruplar, gerekse aynı coğrafi bölgedeki alt kültür grupları ve bunların üyeleri arasında varsayılan bir iletişimden söz edilmektedir. Geçmişten günümüze var gelene ve kültürel değişmelerin temel dinamiklerinden olan kültürlerarası etkileşim, günümüz küresel dünyasında çok daha ileri boyutlara varmış bulunmakta ve daha yaygın bir surette gerçekleşmeye başlamış durumdadır.

Bireyler, içinde doğup geliştikleri, kişiliklerini ve anlam dünyalarını şekillendiren kültürün kodlarını kullanarak çevrelerinde olup bitenleri anlamlandırır ve bunlara yönelik alıştıkları tarzda tepkiler geliştirirler. Yabancıları oldukları ya da alışkanlıklarına uymayan durumlarla karşılaştıklarında ise yeni durumlara uyum sağlama becerisi geliştirmiş olan bireyler nispeten daha çabuk adaptasyon sağlarken, bazıları da çeşitli uyum sorunları yaşayabilmekte, yabancıları oldukları kişi, obje ve durumlar karşısında tedirginlik duymakta, bunlara yönelik önyargılı, dışlayıcı hatta çatışmacı bir yaklaşım geliştirebilmektedirler. İletişim çatışmalarının başlıca sebepleri arasında yer alan bu durum, öteki ile iletişimi, özellikle de farklı kültürler arasındaki iletişimi oldukça zora sokmaktadır.

Mekânsal ve fiziksel engellere takılmadan, her an her yerde bir biri ile bağlanabilme imkânına kavuşmuş bulunan günümüzün küresel köy sakinleri için farklı kültürlerin etkilerinden uzak kalabilmek adeta imkânsız hale gelmiş bulunmaktadır. “Günümüzün küresel kültür akımlarının yoğunluğu ve hızı dünyayı kültürel bütünleşme ve çözülme süreçlerinin yer aldığı tek bir alana dönüştürmektedir. Küresel kültürel birbiriyle bağımlılığın genişlemesi, sürekli bir kültürel alışverişi ve etkileşime yol açmakta, bu da hem kültürel homojenlik hem de düzensizlik üretmektedir” (Guibernau, 2010:61-64).

“Bilgi teknolojileri, kitle iletişim araçları ve sistemlerinin seçeneklerinde oluşan gelişmeler ile dünyanın her yerinden her an bilgi almak ve göndermek olasıdır. Hızlanan ve kolaylaşan bu iletişim, kültürlerin birbirleri ile ilişkilerini ve etkileşimlerini de arttırmalarını sağlamaktadır. Bu durum, kültürlerin gitgide birbirlerine benzediği ve benzeyeceği tezini de beraberinde getirmektedir. Yüzyıllardır süregelen kültürel farklılıkların zenginlik olduğu düşüncesi ve kapitalist yapının ortak kültür etkileriyle tektipleşme süreci arasında kalan insan, öteki ile belki tarihin en yakın ilişkisini kurmaktadır aynı zamanda... Kültürlerarası iletişim etkinlikleri, haber almak ve bilmekle ilgili günlük olayların yorumundan, tarihsel olayların açıklanmasına kadar her anda, anında-tepki sürecini doğurmuştur. Dünyanın herhangi bir bölgesinde olan bir olayın hızla tüm dünya insanları tarafından bilinmesi olasılığı ve hemen tepkisinin verilebilmesi süreci uzamsal ve zamansal olarak sınırların ortadan kalkmasıyla ilintilidir” (Tanrıbilir ve Şen, 2005:130-131).

“Küreselleşme ile homojen bir dünya kültürü yaratılmaya başlanmıştır. İnsanlar aynı alet-edevat ve ürünleri kullanmakta, benzer şeyler yiyip içmeye başlamakta, aynı mağazalardan giyinmekte, benzer filmleri ve televizyon programlarını izlemekte, benzer müzikleri dinlemektedirler” (Yaylagül, 2010:195). Küreselleşme çağındaki kül-

türel alış veriş ve etkileşimin bu kaçınılmazlığı kültürler arası iletişim konusunu, üzerinde önemle durulması gereken bir konu haline getirmektedir. Bu konu ile ilgili tartışmalarda ise teknoloji ve bilişim alanında yaşanan gelişmeler paralelinde artan küreselleşmenin ortaya çıkardığı değiştirici ve dönüştürücü etkiler ön plana çıkmaktadır. Hayatı kolaylaştıran, insan ihtiyaçlarının daha hızlı, nitelikli ve verimli tarzda karşılanmasını sağlayan gelişmeler olumlu karşılanırken; bunların sosyal ve kültürel hayatta meydana getirdiği etkiler genellikle kaygı ile karşılanmaktadır. Çamdereli (2008:140-142)'nin belirttiği gibi, uluslararası enformasyon ağlarının belirlediği iletilere göre şekillenmek durumunda kalmak, bu duruma maruz kalan uluslara, alınan enformasyona göre dönüşme sorunu ya da gelen enformasyon karşısında sıkı durabilme gerilimi yaşatır. Ayrıca iletişimde hızla artan teknolojik ve ticari gelişmeler ulusal ve bölgesel kimliklerin kaybedilmesine ve hızla yayılan bir homojenleşmeye ilişkin kaygıları besler.

Çamdereli'nin bu ifadelerinde dillendirdiği gibi, uluslar arası, başka bir deyişle kültürler arası iletişimde yaşanan gelişmeler en çok da farklı kültürlerde benzeşme ve yerel kültürlerde kimlik kaybı yaşanmakta olduğu yönündeki kaygıları beslemektedir. Farklı kültürlerin yaşadığı giderek benzeşme, homojenleşme ve kimlik erozyonu gibi problemler inkâr edilemese de kültürler arası iletişimin kaçınılmaz olduğu da inkâr edilemez. Türker ve Örerler (2004:46-51)'in belirttikleri gibi, “küreselleşme, ülkeler arasındaki iktisadi, sosyal ve siyasal ilişkilerin gelişmesi, farklı toplum ve kültürlerin inanç ve beklentilerini daha iyi tanınması, uluslararası ilişkilerin yoğunlaşması gibi birbiriyle bağlantılı konuları kapsayan bir kavramdır. Küreselleşme süreci, milli politik, ekonomik ve kültürel yapının bir dizi ulus ötesi gelişme ile koalisyonudur ve bir düşünce biçimi olarak da her ülkenin bir diğerini etkilemesidir”.

Kültürlerarası iletişimde medyanın önemli bir rolü bulunmaktadır. Günümüz küresel dünyasına baktığımızda, eski dönemlerin birbirinden uzak, kopuk, habersiz ve iletişime geçmeleri hayli güç olan farklı kültür havzalarına ait topluluklarına karşılık, yan yana duran, iç içe geçmiş, kendilerini çepeçevre kuşatan iletişim ağları ile her an iletişim içinde bulunan toplulukları karşımızda görmekteyiz. Bu ortamı oluşturan unsurların başında ise küresel ölçekteki etkileri giderek daha çok hissedilen medya olgusu gözden kaçmamaktadır. “Her gün, küresel medya, haberler, görüntüler ve bilgiyi insanların evlerine getirmekte, onları doğrudan ve sürekli olarak dış dünyaya bağlamaktadır. (Böylece) Kültürler için adalar halinde var olmak giderek olanaksızlaşmaktadır” (Giddens, 2008:86-98). Çünkü bu kültür adaları, köprüler, deniz aşırı kanallar ve fiber ağlarla birbirine bağlanmış bulunmakta ve baş döndüren bir iletişim trafiğine tanıklık etmektedirler. Bu yoğun iletişim trafiği ister istemez yoğun bir etkileşim ve alış verişi de beraberinde getirmekte, bu alış veriş ise aralarında çeşitli farklılıklar bulunan kültürleri yakınlaştırmakta, bilişmelerini, anlaşmalarını ve uzlaşmalarını sağlamakta, hatta aradaki farklılıkların giderek aşınmasını da netice vermektedir. Bu durum ise farklılık ve özgünlüklerin giderek yok olduğu ve yeryüzünün zenginliklerinden olan kültürel renklilik ve çeşitliliğin tehdit altında olduğu kaygısını beslemektedir. “Bireyler artık öteki insanlarla olan karşılıklı bağımlılıklarının daha fazla farkındalar, geçmiştekine kıyasla da kendilerini daha fazla küresel

sorun ve süreçlerle özdeşleştirmiş durumdadır. Pek çok kişi internetin dünyadaki hızlı gelişiminin, Avrupa ve Kuzey Amerika'dakine benzer küresel bir kültürün yayılmasını hızlandırdığına inanıyor" (Giddens, 2008: 86-99). Özellikle televizyon ve internet teknolojisi, bir bakıma kültürel melezleşmeye yol açarak, milli kimlik ve kültürel birliklik kavramlarının farklılaşmasına yol açmaktadır (Tomlinson, 2004: 204).

"Ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesi, şimdi bir kültürel dönüşüm ve kültürel küreselleşmeyle ilintilidir. Bu bir anlamda, evrensel kültür üretimi demektir. Dünyanın kültürel bütünleşmesi yönünde bir inanç vardır; yaşam biçimlerinin, kültürlerin ve tüketici davranışlarının bütün dünyada birbirine benzer hale geleceğine olan bir inanç... Ortaya çıkan şey, yeni bir elektronik kültür uzamıdır; yersiz bir görüntü ve benzetişim coğrafyasıdır... Bu yeni küresel kültür alanı, anlık ve derinliği olmayan bir iletişim dünyasıdır" Morley ve Robins (2011:155-157). "İletişim araçlarındaki gelişme ve değişimler, toplumsal yapıyı etkileyerek, toplumun kültürel değerlerinde de farklılaşmalara neden olurlar. İletişim, toplumların ulusal kültürlerini korumada zaafa uğramalarına yol açmaktadır" (Özen, 2007:130). Bu tespitlerde de vurgulandığı gibi, kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun ve sosyal medya denilen platformları da bünyesinde barındıran internet ağlarının insanların fikir, düşünce, tutum ve kanaatlerini değiştirme ve kişilerin düşüncelerinin yanında yetenek ve becerilerini geliştirebilme potansiyeline sahip olduğu gözlenmektedir. Bu özelliği ile küresel medyanın hedef kitlesini günden güne değiştirdiği, bunu yaparken kültürleri de değiştirip dönüştürmekte olduğu gözden kaçmamaktadır. Ancak, "küreselleşme sonucu, kültürler üst üste binip karışmış olmalarına rağmen, çok az kültürün 'küresel kültür' olma derecesine yükseldiği, diğerlerinin ise küresel mücadelede kendilerini çözülmüş buldukları bir sürece tanıklık ediyoruz" (Guibernau, 2010:61-65). "Sonuç olarak küreselleşme süreciyle birlikte, fikirler, düşünceler, izlenimler, notlar dünya çapında bir dolaşım içindedir. Böylece bir küresel kültür piyasası meydana gelmiştir" (Güzelcik, 1999: 33).

5. ULUSLARARASI HABER AJANSLARI VE HABER DAĞILIMINDAKİ DENGESİZLİKLER

Haber ajansları, ilk kurulduklarından beri gazetecilik yapan ve iletişim sürecinde yer alan kuruluşlara haber bulma görevi yüklenmiştir. En basit şekilde "haber ajansı, kitle iletişim araçlarına ortak hizmet götürme işlevini yerine getiren kuruluşlar" olarak tanımlayabiliriz. Amerikalı yazar John Hohenberg'in haber ajansı tanımı daha kapsamlıdır: "Haber ajansı; gazete, radyo, televizyon, dergiler gibi kitle iletişim araçlarına haber sağlayan bir kuruluştur." UNESCO'nun verdiği tanım daha kapsamlıdır: "Haber ajansı; hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına, onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluştur"(Tokgöz, 2012:200-201). Uluslar arası haber ajansları, bazı bölgelerde daha baskın olmakla birlikte dünyanın her tarafından haber toplayan ve haber dağıtan ajanslardır (Zeytinli, 1997: 87). Bu tanımlardan yola çıkarak, haber ajanslarının haber toplama ve yazma

işlevleriyle uğraştığı, gördüğü hizmeti de belirli bir ücret karşılığı sattığı görülebilmektedir (Tokgöz, 2012:201).

Günümüzde enformasyonun dağılımı endüstrileşmiş ve zengin ülkelerden, geri kalmış ve kalkınmakta olan diye nitelendirilen fakir ülkelere doğru tek yönlü bir akış şeklindedir. Bu durum her ülkedeki basın-yayın organlarının dış haberlerle ilgi bölümlerine bakıldığında açıkça ortaya çıkmaktadır. Dengesizliğin başlıca iki boyutu vardır: 1. Kitle iletişim araçlarının dağılımı bakımından yani iletişimin altyapısı bakımından dengesizlikler, 2. Haberlerin dağılımı bakımından görülen dengesizlikler (Zeytinli, 1997: 51). Bilgi alış-verişinde görülen bu dengesizliği, Tokgöz (2012) de; kitle iletişim araçlarının mülkiyeti ve dağılımı bakımından yani iletişimin altyapısı bakımından ve haberlerin dağılımı bakımında görülen dengesizlikler olarak ele almaktadır (Tokgöz, 2012: 178). Dünya düzeninde enformasyon aktarımı teknik bakımından gelişmiş ülkelere karşı gelişmemiş ülkelere doğru yapılmaktadır. Ayrıca, aynı veya benzer dilleri konuşan ve kültürleri benzeşen, uzun tarihsel bağlarla birbirine bağlı olan ülkeler arasında enformasyon aktarımı fazlayken, farklı geçmişi olan ülkeler arasındaki enformasyon aktarımı azdır (Tokgöz, 2012:177). Yani buradan da anlaşılacağı üzere iletişimde tek yönlü bir akışın egemenliği söz konusudur. Bu akış dengesizliği kuzey-güney, batı-doğu şeklindeki dengesizlik olarak tanımlanabilir. Çünkü kuzey ülkeleri ve batı ülkeleri teknolojik ve ekonomik olarak doğu ve güney ülkelerine göre çok ileridedir. Yani buradan da anlaşılacağı üzere iletişimdeki bilgi akışı kuzey-güney; batı-doğu eksenli olarak gerçekleşmektedir.

Tek yönlü akış, gerek nicelik gerekse nitelik açısından hemen fark edilmektedir. Teknik yönden gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere veya gelişmekte olan ülkelere yönelen, nicelik ve nitelik açısından tek yönlü olarak gerçekleşen bu tür iletişime dengesiz iletişim adı verilmektedir. Dengesiz iletişim kavramı olarak hem gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki toplumsal değişme bakımından ekonomik dengesizliği vurgulamakta hem de iletişim yönünden görülen dengesizliğin toplumsal değişme içindeki yerine işaret etmektedir (Tokgöz, 2012: 177).

Dünyadaki ilk haber ajansı Charles Havas tarafından, Paris'te, 1835 yılında kuruldu. İlk başta tercüme bürosu olan bu haber ajansı, daha sonra Avrupa'nın çeşitli gazetelerinden özet haberler toplayıp, bunları günlük Fransız basınına dağıtan bir yer haline dönüştü. 1840 yılına gelindiğinde bu ajans, Bürüksel ve Londra'dan müşteriler için faytonla ya da bildiğimiz güvercin servis aracılığıyla haber sağlayarak hizmet veriyordu (Thompson, 2008:298). Dünya üzerinde gerçek anlamdaki haber ajanslarının ilki, ticari amaçla kurulan Havas'tır. Havas, haberlerle reklam etkinliklerini birlikte yürütürdü (Özdemir, 2666: 87). Havas, İkinci Dünya Savaşı sırasında Almanların, Fransa'yı işgal etmesiyle beraber çalışmalarını durdurdu ve savaşın sona ermesiyle AFP (Agence France Press) adını aldı (Tokgöz, 2012:205). AFP, konu çeşitliliği bakımından uluslararası haberde Reuters'in ardından ikinci sırada yer alır. AFP'nin yurtdışında ondan fazla ayrı haber sevisi vardır (Zeytinli, 1997: 94).

Havas'ı, 1855 yılında Almanya'da Wolf Haber Ajansı izlemiştir. 1851 yılında ise önce Havas ile birlikte çalışmış olan Alman asıllı Julius Reuters, Londra'da bir ticari haber bürosu kurarak, bugünkü Reuters'in temelini atmıştır. Reuters'in bir yıl

sonra verdiği haberleri gazeteler kullanmaya başlamıştır (Tokgöz, 2012:204). Reuters'in diğer büyük ajanslardan farkı, abonelerinin çoğunun diğer ülkelerden olmasıdır. Gelirin en önemli kısmını diğer ülkelerden sağlamaktadır. Reuters'in dünya üzerindeki büyük büroları geniş bir özerkliğe sahiptir ve abonelerine bölgesel olarak haber yayını yaparlar (Zeytinli, 1997: 93).

Amerika'da ilk haber ajanslarının kurulması 1857 yılına rastlamaktadır. 1857 yılında New York Associated Press'in kurulması beraberinde birçok yeniliği de getirdi. O yıllarda ABD'de telgraf da kullanılmaya başlanmıştı, fakat tarifeler yüksekti. Bu haber ajansı giderlerini azaltmak için, topladığı haberleri başka eyaletlerde bulunan gazetelere satmaya başladı. Daha sonra Western Associated Press ve New England Associated Press gibi ajanslar kuruldu. Bu iki ajans bir araya gelerek bağımsız bir kooperatif kurdu. Bu iki ajans Avrupa'dan haber alabilmek için Havas ve Reuters ile anlaştı. 1892'de Western Associated Press adını Associated Press (AP) şeklinde değiştirdi ve Reuters, Havas ve Wolff ile anlaşmalar yaparak, ABD'de anılan ajanslardan alınan haberlerin tekeline ele geçirmişti (Tokgöz, 2012: 204-205). United Press International (UPI), 1907 yılında E.W. Scripps tarafından kurulan United Press Association ile 1909 yılında William R. Hearts tarafından kurulan International New Agency'nin 1958 yılında birleşmesi ile ortaya çıkan haber ajansıdır. Bu haber ajansı 1972 yılında haberlerin işlenmesi ve dağıtımında bilgisayar kullanmaya başladı. Maddi sıkıntılar yüzünden birkaç el değiştirmiştir (Zeytinli, 1997: 92).

1850'lerde ajansların her biri müşterilerini ellerinde tutmaya ve çalışma alanlarını genişletmeye çalıştıkça üç ajans arasındaki rekabet yoğunlaşmıştır. 1869 yılında "Ajans ittifak Antlaşması"ndan alınan yetkiyle Reuters, Britanya İmparatorluğu ve Uzak Doğu Bölgeleri'ni kazanırken; Havas, Fransa İmparatorluğu'nu, İtalya, İspanya ve Portekiz'i elde etti. Wolff da Alman, Avusturya, İskandinav ve Rus topraklarında kendine mahsus çalışma alanı hakkına sahip oldu. Ajansların her biri, anayurt üssü olarak kullandığı ülkenin ticari seçkinleriyle yakın ilişki içindeydi, belirli bir dereceye kadar siyasi himayeden yararlanıyor ve ticaret diplomasisini yürütmesi için değerli bilgi sağlıyordu (Thompson, 2008: 298-299). Ayrıca Osmanlı toprakları, Mısır ve Belçika; Havas ve Reuters'in ortak alanı sayılmıştır. Dünyanın geri kalan bölgeleri serbest bırakılmıştır (Başaran Özdemir, 2666: 87).

SONUÇ

Temel amacı, insanların birbirleriyle anlaşmasını sağlamak olan ve insanların tarihsel süreç içinde kendini yeniden üretmesine olanak sağlayan iletişim olgusu, yine tarihsel süreç içerisinde insanın kendini üretimde sürekli yenilemesi ile beraber iletişim araçlarının değişmesinde etkililik sağlamıştır. Değişen iletişim araçlarıyla birlikte iletişimin şekli ve boyutu da değişmiştir. Gelişen ekonomiyle birlikte, dünyanın bu alanda güçlü olan aktörleri iletişim teknolojilerini de ele geçirmiş, özellikle haber ve enformasyon dağılımında kendi çıkarlarına hizmet eden bir akış tarzı gerçekleştirmişlerdir. Bugün enformasyon ve haber dağılımında, gelişmiş ülkelere karşı gelişmemiş ülkelere doğru belirli merkezlerde oluşturulmuş ve belli amaçlara hizmet edecek

tarzda kurgulanmış enformasyon akışı sağlayan bir dengesizlik söz konusu olmaktadır. Haber ajanslarının belli tekellerin elinde toplanması ve dünyanın belirli bölgelerinde kendi aralarında paylaşım gerçekleştirmeleri, her alanda olduğu gibi iletişim alanında da bir tekelin varlığını ortaya koymaktadır. Sonuçta bilgi ve haber kaynağı konumunda olmanın verdiği güçlü konuma sahip olanların hegemonyası, kendi ürettiklerinin tüketimi için kendi politikaları doğrultusunda bir pragmatik dünya oluşturma yolunda mesafe almaktadır.

Kitle iletişimi başta olmak üzere kişiler arası iletişim, kültürler arası iletişim vb. iletişim alanlarında kitle iletişim araçlarından oluşan medyanın çok büyük ve önemli bir rolü bulunmaktadır. Söz konusu iletişim araçları hayatımıza girdikleri günden beri toplumsal hayatımızı çok yoğun olarak ve giderek artan bir şekilde etkilemeye devam etmektedirler. İlk iletişim araçlarından olan gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinema gibi araçlara göre, yazılı, sözlü, görsel, sayısal bütün unsurları bünyesinde barındıran, kapasitesi, hızı ve uygun maliyeti ile de dikkat çekici olan internet, günümüz insanına oldukça zengin bir medya deneyimi sunmaktadır. Bugün radyolar, gazeteler ve televizyon kanalları gibi medya organları internet denilen dijital platformdan yoğun bir şekilde yararlanmakta, artık tüketiciye günlük veya saatlik yayınlarla değil, anlık iletilerle, evlerinden, iş yerlerinden hatta mobil telefonlarından bu ortamın sağladığı imkânlarla ulaşabilmektedirler.

Çağımızın iletişim ya da bilişim çağı olarak adlandırılmasında en büyük paya sahip olan internet teknolojisi, sadece kitle iletişim imkânlarını arttırarak haber ve enformasyon akışını hızlandırmakla kalmamış, bireyler arası iletişim ve etkileşimde de çığır açmıştır. Öncelikle elektronik posta ve hızlı veri transferi sayesinde bireyler, gruplar ve toplumlar arasında mesafeyi ve sınırları birer engel olmaktan çıkaran bu teknoloji, görüntü ve ses transferi konusunda yaşanan son gelişmeler sayesinde kazandığı kapasite ve hız imkânlarını kullanıma sunarak iletişim imkânlarını daha da arttırmıştır. Özellikle sosyal medya olarak adlandırılan ve elektronik bağlantılarla oluşturulan sanal ortamlar, bireylerin dünyanın her tarafındaki tanıdıklarına ulaşmalarını, yeni arkadaşlık ve dostluklar kurmalarını, eşzamanlı olarak haberleşme, görüşme ve sosyalleşmelerini mümkün hale getirmiştir.

Ancak gerek geleneksel medya gerekse yeni medya aracılığı ile olsun, dünya üzerinde haber ve enformasyon akışında olduğu gibi, sosyal içerikli mesajlar, değerler ve kültür akışında da egemen konumda olan toplum ve kültürler lehine, ötekilerin aleyhine bir eşitsizlik ve dengesizlik hali yaşandığı gözlenmektedir. Bu durum ise beraberinde kültürel asimilasyon, küresel çapta tektipleşme ve yerel ulusal değerlerin giderek ortadan kaybolması gibi kaygılar doğurmaktadır.

Bu küresel kültür piyasasında, tıpkı ticari piyasada olduğu gibi baskın konumda olan, küresel bağlantı olanaklarını elinde bulunduran ve çeşitli gözetim ve denetim mekanizmaları ile bunları kendi kontrolü altında tutan güçlerin üretip piyasaya sürdükleri kültür ve kültürel alışkanlıklar giderek bütün dünyada yaygın ve egemen bir konum kazanmaktadır. Bu durum ise aynı ölçüde dünyaya açılma ve aynı kolaylıkta kendini ifade etme imkânlarına sahip bulunmayan öteki kültür gruplarını giderek daha çok tedirgin etmektedir.

KAYNAKÇA

- AKDOĞAN, Yalçın.** (1995). “*Görsel İktidar*”, İnsan Yayınları: İstanbul.
- BAŞARAN ÖZDEMİR, Funda** “*Uluslararası İletişim*”, *İletişim Sosyolojisi*, editör: Hayati Tüfekçioğlu, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 2666
- ÇAMDERELİ, Mete.** (2008). “*İletişime Giriş*”, İstanbul: Dem Yayınları
- ERKIZAN, Hatice Nur.** (2002). “*Küreselleşmenin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri Üzerine*”, Doğu Batı Dergisi. Y:5, S:18, 61-75
- FİSKE, John.** (2003). “*İletişim Çalışmalarına Giriş*”, (çev: Süleyman İrvan), Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.
- GİDDENS, Anthony.** (2008). “*Sosyoloji*” (Yayına hazırlayan: Cemal Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları
- GUİBERNAU, M.** (2010). “*Küreselleşme, Modernite ve Ulusal Kimlik*” (Çev.: N. N. Domaniç), Ulusal Kimlik ve Etnik Açılım, (Ed.: V. Erenus), İstanbul: Sarmal Yayınları, 61-78
- GÜRÜZ, Demet., TEMEL EĞİNLİ, Ayşen.** (2012). “*Kişilerarası İletişim*”, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti: Ankara.
- KIZILÇELİK, Sezgin.** (2003). “*Küreselleşme ve Sosyal Bilimler*” (2.baskı). Ankara: Anı Yayınları
- McQUAİL, Denis- WİNDHAL, Sven.** (2010). “*İletişim Modelleri*”, (çev: Konca Yumlu), İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- MORLEY, David., ROBİNS, Kevin.** (2011). “*Kimlik Mekânları*” (Çev.: E. Zeybe-koğlu), (2. Basım). İstanbul: Ayrıntı Yay.
- MUTLU, Erol.** (2012). “*İletişim Sözlüğü*”, Sofos: Ankara.
- ÖZKAN, Abdullah.** (2006). “*Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri*”, Tasam Yayınları: İstanbul.
- ÖZEN, Özgür.** (2007). “*Kültürel İletişim*”, Genel İletişim (2.Baskı), (Ed.:U. Demi-ray). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 119-140

TANRİBİLİR, Ruşen., Şen, Erdal. (2005). “Kültürlerarası İletişim ve Öteki Kavramının Günümüz Dünyasında Yeri ve Önemi”, Journal of Istanbul Kültür University, 129-137,

//www.iku.edu.tr/TR/iku_gunce/C3S1Sosyal/129.p http:df, (04.02.2014’te indirilmiştir)

THOMPSON, John, B. (2008). “İletişimin Küreselleşmesi”, Küresel Dönüşümler (Hazırlayanlar: David Held, Antony MCGrev), Phoenix: Ankara, s. 295-310.

TOKGÖZ, Oya. (2012). “Temel Gazetecilik”, İmge Yayınevi Yayınları: Ankara.

TOMLINSON, J. (2004). “Küreselleşme ve Kültür” (Çev.: A. Eker). İstanbul: Ayrintı Yayınları

TÖRENLİ, Nurcan. (2005). “Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı”, Bilim ve Sanat: Ankara.

TÜRKER, M. ve Örerler, E. O. (2004). “Türk Şirketlerinin Küresel Şirket Haline Getirilmesi Yolları”. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları

ZEYTİNLİ, Murat. (1997). “Uluslararası Haber Dengesizliği”, Rebel Yayıncılık: İstanbul.

YAYLAGÜL, Levent. (2010). “Kitle İletişim Kuramları”, Dipnot Yayınları: Ankara.

YÜREKLİ, Özlem. (2004). “Ekonomik Krizler Açısından Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Ekonomilerine Etkileri ve Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta

SINIR TİCARETİNDE TÜKETİCİLERİN İĞDIR İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Ahmet DENİZ*
Cavit YEŞİLYURT**
Melahat BATU AĞIRKAYA***

ÖZET

Bir ülkenin doğrudan dış ticaret akımlarını sınırlandırmak, özendirmek veya bu işlemlerin yapılış yöntemlerini düzenlemek için almış oldukları sistematik önlemlerin tamamı olan dış ticaretin önemli bir çeşidi sınır ticaretidir. Türk ekonomisi, uzun yıllardır ihracata dayalı büyüme modelini benimsediği için, Türkiye dünyanın en çok gümrük kapısı olan ülkelerinden birisidir. Türkiye’de 1978-79 yıllarında başlayan sınır ticareti, özellikle Doğu ve Güneydoğu bölgesinin gelişmesi için önemli bir kaynak ve istihdam aracı olmuştur. Sınır ticareti, komşu ülkelerin sınır bölgelerinde yaşayan insanların bölge kalkınmasında karşılıklı işbirliği yapmalarını ve iki toplum arasında kültürler arası alışverişin oluşturulmasına katkı sağlaması malların kolay ve ucuz tedarik edilmesine imkân vermektedir. Başlatıldığı günden itibaren kapsamı konusunda tartışmaların sürdüğü ve vergi kayıplarına sebep olduğu iddia edilen sınır ticareti, bu tartışmalar bağlamında farklı yasal düzenlemeler ile belirli zamanlarda kapsamı daraltılarak, belirli zamanlarda ise devlet tarafından avantajlar ve teşvikler sağlanarak günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Araştırma, Iğdır ilinde 385 tüketici ile yüz yüze anket çalışması yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Sınır Ticareti, Tüketiciler, Firmalar, Sınır Ticaretinin Sosyo-ekonomik Etkileri, İstatistiksel Analiz.

ABSTRACT

External trade includes systematic precautions that a country takes in order to limit and encourage external trade flows or to regulate the methods of these actions. An important kind of external trade is border trade. Since Turkish economy has adopted a growth model that is based on export through years, Turkey is one of those countries which have the most custom stations. Started in 1978-79, border trade in

* Yrd. Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, E-Posta: ahmetdenizz@hotmail.com

** Yrd. Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, E-Posta: cavityesilyurt@gmail.com

*** Öğr. Gör. Iğdır Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu E-Posta: melahatagirkaya@hotmail.com