



## KÜRESELLEŞME BAĞLAMINDA KOBANİ OLAYLARININ CNN INTERNATIONAL VE CNNTÜRK'DE İNCELENMESİ

### *Analysing Kobane Incidents Within The Context of Globalization in CNN International and CNNTURK*

Öğr. Gör. İhsan EKEN<sup>1</sup>

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü,  
İstanbul

**Özet:** Siyasi, iktisadi ve kültürel alanlarda görülen bütünleşmeye gönderme yapan küreselleşme ideolojisinin esas amacı, ulus-devletin gücünü zayıflatarak, piyasanın egemen güç olmasını sağlamaktır. Ekonomik ve siyasi alanda başlayan piyasa temelli küreselleşme hareketlerinin kültürel alanda da önemli sonuçları vardır. Medya küreselleşme ideolojisinin kurulmasında ve yayılmasında çok önemli rol oynamaktadır. 1990'lı yıllarla beraber hayatımıza giren yeni medya teknolojileri uluslararası haber ve içerik akışını daha önce olmadığı kadar artırmış; insanların dünyanın her yerinde gelen, daha önceleri habersiz kaldıkları olaylardan haberdar olmasını sağlamıştır. Girgin (2002: 36)'e göre küresel medyanın asıl amacı, her türlü yerel, bölgesel ve ulusal değer yargılarına karşı çıkarak, serbest piyasa ve sermayenin egemenliğini öngören "yeni dünya düzeni" ideolojisinin bir propaganda aracı olmasıdır. Küreselleşme tezini savunanlar, dünyanın tek boyutlu hale geldiğini ve tek tip batı merkezli bir medya yapısının oluştuğunu iddia etmektedir. Medya, mübadelelerinin hızını artıran en önemli unsur da dijital teknolojinin ortaya çıkmasıdır. Dijital medya herkesi içinde barındıran, etkileşim ve multimedia özelliğiyle iletişim teknolojileri içerisinde farklı bir yapıya sahiptir.

Bu çalışma dijitalleşmenin ve çokuluslu şirketlerin hâkimiyetlerinin arttığı medya alanında son dönemde yaşanan gelişmeleri irdelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla Time Warner şirketine bağlı CNN International ile Türkiye'de faaliyet gösteren CNN International'a bağlı CNNTürk'ün Ekim ayı içerisinde kendi web sitelerinde yer alan Kobani (Ayn al-Arab) olayları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada Kai Hafez (2009)'in ele aldığı medya alanında yaşanan küreselleşmenin ulus devlet ve ulusal medya sistemleri bağlamındaki etkisini ele alan yaklaşım temel almıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Küreselleşme, Kobani, CNN International ve CNNTürk

**Extendend Abstract:** With the multidimensional meaning, globalization refers to economic, cultural and political integration process, occurred after 1990's. This integration is represented on the transition to post-industrial society with the knowledge economy, production, trade and finance internationalization, the rise of multinational corporations (MNCs), reduction of cost and limitations on service flows beyond customs, financial market deregulation, weakening of the nation-state structure, the importance of local dynamics and new communication development. The most important part of mentioned integration process is media. Through

<sup>1</sup> ieken@ticaret.edu.tr

media, boundaries between societies disappear and societies could be informed from each other more easily. New communication technologies (NCT) and internet eased the economical, scientific and cultural exchanges by accelerating them. According to Noam Chomsky (2001: 21), who reads the process judicially, companies, government, media and public relations sector constitute the source of power. Media is the most important institution providing honoring the power and supervision by society and between basic components.

All media institutions broadly use internet, due to its providing conveniences about news production and distribution. The reason of mass usage of internet is, low cost according to traditional media (television, radio, newspaper), the ability of personalized content, providing quick access to information, easy and quick updating of information, overcoming geographical barriers, not having place and time boundaries in news and information transmission, potential of accessing old and new informations on 24-hours (Yolcu, 2008: 1) and hosting traditional media activities within their own. With the interaction feature, the whole process from news production to distribution has changed. Therefore local media organizations with global media organization have built web sites.

Mass communication tools' great impact potential over society should be noticed, because consumers usually trust media as the only information source and they have no access to alternative sources. The affect capacity of media over so-called public 'agenda', in other words, thematic features of public opinion is usually much higher in international than in local news (Palmgrcn ve Clarke, 1977). International communication could be both beneficial and detrimental for international consciousness and world peace. James W. Carey argues that the improvements in communications makes the communication more difficult (Carey, 1983). Even if we accept, communication is not the only power which determines international relations and political and economic purposes have priority, yet that is true (Rosecrance, 1973: 136). Kai Hafez (2009: 55-56) draws attention to these points while he explains the turns globalization process creates in international journalism. According to globalization theoreticians in today's global economy, predictive influence owners in organizing, positioning and distributing of economic power and sources, are not states but the capital of global companies. But even though media institutions seems independent because of their different ownership structure, they are under supervision of nation-states due to various factors. Because nation-states have official political authority for arranging economical activities within their soverignty boundaries. According to Forbes (2014) magazine's research, CNN International engaged to Time Warner, which places 408<sup>th</sup> among the biggest 500 companies in the world, is different from other media institutions out of various reasons. The thing differs CNN from channels is its carrying a global dimension claim. Globalization of news and target audience undoubtedly constitutes CNN's basic originality and sharpest quality. (Semprini, 2000: Chevirion, 2014: 163). CNN is a symbol of globalization. One of the major obstacles in globalization is language issue. CNN decides to found regional channels to broadcast in different languages. This means that news channel bearing the name of CNN broadcast CNN programs in different countries in the world in their languages (Chevirion, 2014: 200). CNN founded CNNTürk , the first TV channel, broadcasting news 24 hours and having a foreign partner, in our country with fifty – fifty partnership with Doğan Media Group. With regard to the agreement between CNNTürk and CNN, CNNTürk will realize a local broadcasting cognizance without conflicting with the values, represented by CNN. CNN International ranks its values as: impartiality, righteousness and be respectful of the rights and freedoms (Ilgaz, 1999: 115).

According to the globalizationists new are distributed one sided and because news radites from one point contents will globalize too. But it is seen that nation-states are still strong on designating media systems. Within this context Kobane incidents were examined by CNN International and CNN Türk dependent on CNN International.

Due to its various features, Kobane (Ayn al-Arab) is important for Turkey, Kurdish groups, ISIS and

international public opinion. Kobane is across Suruç district of Şanlıurfa of Turkey. There is Mürşirpınar Border Gate between these settlements. If Kobane gets ISIS' hands, one more border gate between Turkey and Syria will be under the supervision of ISIS. ISIS holds Şanlıurfa Akçakale-Tel Abyad Border Gate, Gaziantep-Karkamış Gate, and Kilis Çobanbey-El Rai Gate during development dates. Turkey holds close these gates except humanitarian aids and transitions. From the point of Kurdish groups, Kobane geographically places in the middle of three cantons' governments, declared in January. Afrin is approximately 200 km west from Kobane and Cezire Canton is in its east. And Arab population-weighted regions are among these three cantons and ISIS holds these regions. When Kobane falls, other regions will weaken, and ISIS will dominate a very broad territory. ISIS kept down Abyad (across Şanlıurfa Akçakale), Carablus (across Karkamış district of Gaziantep) and Rakka. Kobane is in the middle of this triangle. If ISIS occupies Kobane, it will set a uninterrupted liaison among those regions. Gaining ground from these regions to other will be logistically easier (webapps.aljazeera.net, 20.11.2014).

In this study news reporting and publishing on corporate web sites of CNN International and CNNTürk dependent on CNN International will be handled comparatively. The purpose is questioning the claim of globalist approaches is a nation-state exceeded integration in new era. Based on this purpose it is intended to be revealed according to the globalization theoreticians, whether homogenous media does compose or not across the world; news, producing from one point, does publish everywhere in the world in the same way or not. On CNN International's, placed in 408<sup>th</sup> rank in Forbes magazine's "2014 World's 500 biggest companies" research and as its rank, being the biggest media institution of the world, and CNNTürk's, dependent on CNN International and operating in our country, websites place news about Kobane between the dates of October, 1 - 31. In the research primarily draws the news number about Kobane, reported in August, September, October and November. After drawing the news number monthly, because October has the biggest number, this month was picked. In the research, 70 news has drawn by searching Kobane in CNN International's web site. 47 news left after limiting the news in determining date and Kobane as the keywords, which they are also the main criteria of the research. With the search of Kobane in CNNTürk, there is 441 news. 166 of these news, Kobane does not take part in them, only just because a different news' headline is on the page, those news were not included. After eliminating these news, there is obtained 285 news. Content analysis was applied on those news according to various criteria. Defining vocabulary; Recep Tayyip Erdoğan, Ahmet Davutoğlu, Kobani, Türkiye/Türk, Suriye, Işid, İslam, Terör, Kürt, Pkk, Pyd and also photograph and video in the news were used. In the research Hafez's (2012) criteria "the balancing of the nation-state, strengthening of international political and economic conflicts, strengthening of international cultural conflicts and the strengthening of local cultural and inter-ethnic conflict" were used.

Media is the key tool of integration process. Especially with NCT the importance and usage of media has also increased. Media is not only important for globalizationists but also opponents of them. Media has both molding public opinion and agenda setting, which means both commercial and ideological features. . Through media, boundaries between societies disappear and societies could be informed from each other more easily. Media has easing the division feature as well as easing the integration. The main purpose of global and national companies, which operate in media sector, nowadays is propagating profit and the ideology of sovereignty power. Public service is a duty of a very little part of media groups. The main purpose of them is making profit and creating ideology; herewith benefits of company owners and state administrators are prioritized. Within the context the weapon of today's informational wars is primarily media.

In this day and age, it is seen that the structure of nation-state does not eroded totally, as globalization theoreticians mentioned. Nation-state is still very strong. It is able to interfere to media organizations over its sovereignty power. Media organizations in our country has a cross-ownership structure and their initial aim is profiting. Commercialization and nation-state's exercising sovereignty over media systems creates the

limitations of the system. Because not winning tender from state, incentive, tax penalties frighten media owners, they have to be in good relations with the government. In addition to that local dynamics gain more importance compared to the past. Nationalism and militarism, that are within the essential characteristics of Turkish media is still strong. It is obviously seen in the news made by CNNTürk and these news conflict with the structure of news of CNN International. Due to the structure of nation-state what media does not say is more important compared to what it says. It is seen that CNNTürk makes news to corroborate the power of economically, ideologically and politically strong people.

**Keywords:** *Globalization, Kobani, CNN International and CNNTurk*

### Giriş

Çok boyutlu anlamıyla küreselleşme; 1990'lerden sonra ortaya çıkan iktisadi, kültürel ve siyasi bütünleşme sürecine gönderme yapar. Bu bütünleşme; bilgi ekonomisiyle beraber sanayi sonrası topluma geçilmesi, üretim, ticaret ve finansın uluslararasılaşması, çok uluslu şirketlerin (ÇUS) yükselişi, mal ve hizmet akışları üzerindeki sınır ötesi gümrüklerin azalması, finansal piyasaların deregülasyonu, ulus-devlet yapısının zayıflaması, yerel dinamiklerin önem kazanması ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi üzerinde tarif edilmektedir. Bahsedilen bütünleşme sürecinin en önemli aracı medyadır. Medya, aracılığıyla toplumlar arasındaki sınırlar kalkmakta ve toplumlar birbirlerinden daha kolay haberdar olabilmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri (YİT) ve internet, ekonomik, bilimsel ve kültürel mübadeleleri hızlandırarak kolaylaştırmıştır. Süreci eleştirel okuyan Noam Chomsky (2001: 21)'ye göre gücün kaynağını; şirketler, hükümet, medya ve halkla ilişkiler endüstrisi oluşturmaktadır. Medya gücün ve denetimin, toplum tarafından kabul görmesini sağlayan ve temel bileşenler arasında en önemli kurumdur.

Bütün medya kuruluşları haber üretimi ve dağıtımını konusunda sağladığı kolaylıklardan ötürü interneti geniş kapsamda kullanır. İnternetin bu kadar çok kullanılmasının nedeni, geleneksel (televizyon, radyo, gazete) medyaya göre maliyetin düşük olması, içeriği kullanıcıya göre kişiselleştirebilme özelliği, bilgiye hızlı ulaşmayı sağlaması, bilgilerin kolay ve hızlı güncellenebilmesi, coğrafi engelleri aşabilmesi, haber ve bilgi iletiminde yer ve zaman sınırlamasının olmaması, eski ve yeni bilgilere 24 saat ulaşabilme potansiyeli (Yolcu, 2008: 1) ve geleneksel medya faaliyetlerini kendi içinde barındırmasıdır. Etkileşim özelliği sayesinde, haberin üretiminden dağıtımına tüm süreci değiştirmiştir. Bundan dolayı küresel medya kuruluşlarıyla beraber yerel medya kuruluşları da internet siteleri kurmuşlardır.

Küreselleşme teorisyenlerine göre günümüz küresel ekonomisinde ekonomik gücün ve kaynakların örgütlenmesi, konumlanmasive dağıtımında belirleyici etkiye sahip olanlar devletler değil küresel şirketlerin sermayesidir. Ancak medya kuruluşları farklı mülkiyet yapılarından dolayı bağımsız gibi görünse de çeşitli faktörlerden dolayı ulus-devletlerin denetimindedir. Çünkü ulus devletler kendi egemenlik sınırları içinde ekonomik faaliyetin düzenlenmesi için resmi siyasal otoriteye sahiplerdir. Forbes (2014) dergisinin araştırmasına göre, dünyanın en büyük 500 şirketi arasında 408. sırada yer alan Time Warner şirketine bağlı CNN International çeşitli sebeplerden dolayı diğer medya kuruluşlarından farklıdır. CNN'i diğer televizyonlardan farklı kılan şey; küresel bir boyut taşıma iddiasıdır. CNN'in en temel özgülüğünü ve en göze çarpan tikelliğini hiç kuşkusuz haberin ve hedef kitlenin küreselleşmesi oluşturur (Semprini, 2000: Chevirion, 2014: 163). CNN, küreselleşmenin bir sembolüdür. Küreselleşmenin önündeki en büyük engellerden biri de dil sorunudur. CNN, farklı dillerde yayın yapmak için bölgesel kanallar kurmaya karar verir. Bu durumda CNN adını taşıyan haber kanallarının dünyadaki farklı ülkelerde kendi dillerinde CNN programlarının yayılmasını anlamına gelmektedir (Chevirion, 2014: 200). CNN, 1999 yılında Doğan Medya Grubuyla yarı-yarıya ortaklık kurarak, ülkemizdeki ilk 24 saat haber yayını yapan ve yabancı ortakla kurulan ilk televizyon kanalı, CNNTürk'ü kurar. CNN Türk ile CNN arasında yapılan anlaşmaya göre CNN Türk kanalı, CNN'in temsil ettiği değerlere ters düşmeden yerel bir

yayıncılık anlayışını gerçekleştirecektir. CNN International değerlerini şu şekilde sıralamaktadır: tarafsızlık, dürüstlük, kişi hak ve özgürlüklerine karşı saygılı olmak da yer almaktadır (Ilgaz, 1999: 115).

Küreselleşmecilere göre haber tek yönlü olarak dağılmaktadır ve haber tek merkezden çıktığı için içerikler de küreselleşecektir. Ancak ulus-devletlerin medya sistemlerinin belirlenmesinde hala güçlü olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Kobani olaylarını CNN International ve CNN International'a bağlı CNNTürk tarafından incelenmiştir.

Kobani (Ayn al-Arab) çeşitli özelliklerden dolayı Türkiye Cumhuriyeti, Kürt gruplar, İŞİD ve uluslararası kamuoyu için önemlidir. Kobani Türkiye'nin Şanlıurfa'nın Suruç ilçesinin karşısında bulunmaktadır. İki yerleşim arasında da Mürşirpınar Sınır kapısı vardır. Kobani İŞİD'in eline geçerse Türkiye-Suriye arasındaki bir sınır kapısı daha İŞİD'in denetimine geçecek. İŞİD gelişmenin olduğu tarihlerde Şanlıurfa Akçakale-Tel Abyad Sınır Kapısı'nı. Gaziantep-Karkamış Kapısını ve Kilis Çobanbey-El Rai kapısını elinde tutmaktadır. Türkiye insani yardımlar ve geçişler dışında bu kapıları kapalı tutuyor. Kürt gruplar açısından ise Kobani, Ocak ayında ilan ettiği üç kanton yönetiminin coğrafi olarak ortasında yer almaktadır. Kobani'nin yaklaşık 200 kilometre batısında Afrin, doğusunda Cezire kantonu var. Bu üç kanton arasında da Arap nüfus ağırlıklı bölgeler bulunuyor ve bu bölgeler İŞİD'in elindedir. Kobani düşünce diğer Kürt kantonları da zayıflayacak, İŞİD de çok geniş bir alanda egemenlik kuracak. İŞİD, Tel Abyad (Şanlıurfa Akçakale karşısı) Carablus (Gaziantep'in Karkamış ilçesinin karşısı) ve Rakka'yı kontrol altında tutuyor. Bu üçgenin ortasında ise Kobani var. İŞİD Kobani'yi alırsa, bölgeler arasında kesintisiz bir irtibat kuracak. Bu bölgeden başka bölgelere ilerlemesi de lojistik olarak kolaylaşacak (webapps.aljazeera.net, 20.11.2014).

Çalışmada CNN International ile CNN International'a bağlı CNNTürk'ün Ekim ayı içerisinde kendi web sitelerinde yer alan Kobani olaylarının ele alış biçimleri karşılaştırmalı olarak incelenecektir. Çalışmada Kai Hafez (2009)'in ele alışları medya alanında yaşanan küreselleşmenin ulus devlet ve ulusal medya sistemleri bağlamındaki etkisini ele alan yaklaşım temel almıştır.

### 1. Kavramsal Çerçeve

Küreselleşme kavramının üzerinde anlaşılmalı bir tanımla bulunmamaktadır. Farklı yaklaşımların ortaklaştığı anlaşılmalı tek şey bir bütünleşme süreci olduğudur. Bu bütünleşme haricinde, kimi araştırmacılar modernleşmenin devamı, kimilerine göre bu modernleşmenin dışında bir aşama, kimilerine göre ise kültür emperyalizmi olarak adlandırılır. Küreselleşme Marshall McLuhan'ın ve "küresel köy" kavramı bağlamında yürütülen popüler tartışmalarda sürekli başvurulur. Buna benzer olarak Manuel Castells "ağ toplumu" fikrini ortaya koyar. Ağ toplumu ifadesiyle, insan ilişkilerinin iletişim temelinde enformasyon ve iletişim teknolojileri ile birbirine bağlanması olarak ifade eder (Castells, 2000: 695). Küreselleşme alanında çalışan isimlerin başında gelen Held'e (1999) göre ise küreselleşme; ürünlerin, hizmetlerin, sermayenin, insanların, enformasyonun ve kültürün sınırlar arasında artan akışına ilişkin bir süreçtir. Bu tanım dışında küreselleşmeyi süreç olarak tanımlayan Gidens'a göre küreselleşme; zaman ve mekân ilişkin bir ayrışım yaratarak, yerelliğin yitirilmesiyle birlikte, sosyal ilişkileri zaman ve mekân içinde esnetme olarak tanımlar (Tomlinson: 2004, 14). Küreselleşme karşıtlığıyla bilinen Chomsky'e göre küreselleşme kâr peşinde koşan "mega işletmelerin" tiranlığıdır. Noam Chomsky (2001: 110-111), konu sermayenin, ekonomilerin kapasitelerine göre sınırlar ötesi dolaşımı gibi olgular bağlamında ele alınırsa, yüzyılın başındaki durumdan çok da farklı bir durumla karşı karşıya olunmadığını öne sürer. Küreselleşme çerçevesinde yürütülen tartışmalarda üç farklı yaklaşım vardır. Bunlar; küreselleşmeciler, eleştirel bakanlar ve karşıtlardır.

Küreselleşmeci yaklaşımların ortak noktasını incelersek; küreselleşmeyi, yeni ve geçmişe dönüşü olmayan bir durum olarak açıklamaktadırlar (Martinelli, 2003). Held ve McGrew küreselleşmeyi birleşmiş bir küresel ekonomiyle ilişkilendirdiklerini belirterek, bu birleşik küresel ekonomi için ulusal ekonomik

düzenlemeleri artık yerince etkin görmediklerini ifade etmektedirler. Çünkü ekonomik güç ve varlığın uzamsal organizasyonunu etkileyen kararlar, uluslararası ekonomik örgütlenmeler olan çok uluslu işletmelerin merkezi bütçe planlamaları ve portfolyo yatırım kararları tarafından belirlenmektedir. Bu düzenlemeyi destekleyen örgütler, G8, IMF, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü ve diğer uluslararası kuruluşlardır. Bu kuruluşlar, uluslararası düzenlemelerin ayrıntılı hale getirilmesine ve ticaret, yatırım, döviz kuru, düzenleyici ve faktör piyasalar liberalizasyonları aracılığıyla bu küresel medeniyetin büyümesine yardımcı olmaya hizmet etmektedirler (Bryane, 2002). Bir diğer küreselleşmeci Friedman (2000: 18), insanların, piyasaların, teknolojik gelişmelerle birlikte eskiden daha hızlı, daha ucuz, daha derin bir şekilde etkilemesi ve bütünleşmesi olarak tanımlamaktadır ve pazarların, ulus devletlerin ve teknolojilerin karşı koymanın mümkün olmadığı bir biçimde bütünleşmesi esasına dayanmaktadır ve bu bütünleşmenin temelinde de serbest piyasa kapitalizminin tüm dünyaya yayılması yatmaktadır. Friedman'a göre küreselleşmenin kendine özgü ekonomik, kültürel ve teknolojik kuralları vardır. Ekonomik kuralı; dışı açılma, devlet denetiminin azalması ve fiyatların piyasa tarafından belirlenmesi, özelleştirme olarak belirtilmektedir. Kültürel kuralı ise Amerikan kültürünün egemen olmasıyla beraber bir melezleşmenin gerçekleşmesidir. Teknolojik kuralı da yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesidir yani telekomünikasyonun sayısallaşması, multimedia (çoklu ortam) ve etkileşimin (interaktivite) olmasıdır (Friedman, 1999: 36). Küreselleşmecilere göre sistemin ortak noktası; yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla bir ağın oluşması, sanayi ürünlerinden daha önemli olan bilginin önem kazanması ve ulus devletlerinin zayıflamasıyla beraber insanları ayıran sınırların ortadan kalkmasıdır. Küreselleşmeciler, küreselleşmenin kaçınılmaz hale geldiğini ve bunun tersine çevirmenin mümkün olmadığını söylerler. Bu sebepten dolayı küreselleşme olgusu retorığe dönüştürülmektedir.

Küreselleşme karşıtlarının ortak noktası; küreselleşmeyi kapitalizmle bağlantılı olarak ele almaları ve onu kapitalizmin tarihinde yepyeni bir aşama olarak görmemeleridir. Küreselleşmenin en önde gelen karşıtlarından Noam Chomsky'e göre küreselleşme yeni bir şey olmanın ötesinde, Amerikan kökenli neoliberal "tezgâhın" görünürdeki temsilcisidir ve temel amacı da Amerikan kapitalizminin çıkarlarını korumak ve yaygınlaştırmaktır (Fox, 2002:25). Wallerstein da küreselleşmeyi, mallar ve sermayenin serbest ticaretini savunan neoliberallerin retorığı olarak tanımlar ve özellikle son on yıllarda malların ve sermayenin serbest hareketi için tüm hükümetler üzerindeki sınırların açılması için baskıların alışılmadık ölçüde güçlü olmasına gönderme yapan bir kavram olarak kullanır (Wallerstein, 2004). Wallerstein, kavramın savunucuları tarafından "...zaten başlamış olan ve (Bayan Thatcher'ın unutulmaz cümlesiyle) hiçbir alternatifi olmayan harikulade yeni dünya" olarak dayatılmasına karşı çıkarak, küreselleşmenin yeni bir süreç olmadığını altını çizer (Wallerstein, 2004). Robert McChesney ise küreselleşme ile kastedilenin egemen ve geçerli bir ekonominin temel ilkeleri olarak, kar maksimizasyonuna, serbest mal ve sermaye akışının kesintisiz sağlanması için asgari düzenlemeyi öngören neo-liberal ekonomi politikalarından başka bir şey olmadığını söylediğinde, firmaların çıkarlarının birincil öneme sahip bir unsur olduğuna işaret etmektedir (2003: 7-8). Oliver Boyd-Barrett de küreselleşmeyi "uluslararası tek yönlü medya (haber-bilgi) akışı", temel olarak bu sorunu ele almaktadır. Medya emperyalizmi tezine göre, Batı'dan diğer ülkelere doğru olan tek yönlü bir akış ve egemenlik vardır. Diğer ülkelere gelişmiş ülkelere akış ise yok denecek kadar azdır (1977: 125).

Küreselleşme sürecini eleştirel yaklaşanlar ise, küreselleşmenin sadece ekonomik ve politik eylemlerden oluşan bir süreç olarak görülmesine karşı çıkmaktadır. Dönüşümcü bir perspektiften soruna yaklaşma olan bu gruptakiler, küreselleşmeyi, teknolojik, kültürel, politik nedenler gibi çoklu nedenlerden kaynaklanan, ekonomik ve politik yönleri olduğu gibi iletişimsel ve sosyal yönleri de bulunan bir kavram olarak açıklamaktadırlar (Held, 1998; Haines, 2002; Martinell, 2003). Dönüşümcülerin bakış açısından küreselleşme, bu çoklu yapısıyla modern toplumları ve dünya düzenini yeniden şekillendiren hızlı sosyal, siyasal ve ekonomik değişimlerin arkasında yer alan ana itici güçtür. Bu güç ulusal hükümetlerin iktidar, fonksiyon ve otoritelerinin yeniden yapılanmasını gerektirmektedir. Böylesi bir yeniden yapılanma ise dünya üzerinde var olan güç ilişkilerinin yayılmasını kapsar. Dönüşümcü bakış açısına göre bu güç ilişkileri ne küreselleşme yandaşlarının



iddia ettiği gibi tam bir bütünleşme ve ne de küreselleşme karşıtlarının iddia ettiği gibi tam bir bölünme yaratmaktadır. Dönüşümcülere göre küreselleşme, kapsayıcılığında ve etkilemesinde oldukça değişkendir ve böldüğü kadar bütünleştirir de (Bryane, 2002). Kuşkusuz küreselleşme, geçmişteki uluslararasılaşma kavramıyla doğrudan bağlantılıdır. Ancak günümüz küreselleşmesi neyin, nerede, nasıl ve kim tarafından üretildiğini dönüştürmeye yönelik daha büyük bir güce sahiptir (Held ve McGrew, 1998). Çünkü küreselleşmenin önceki dönemlerle karşılaştırılmayacak kadar geniş olması, onun sosyal ilişkileri ve iş yapma biçimlerini dönüştürmesini sağlar. Günümüz küreselleşmesi, kıtalararası ve bölgelerarası etkileşim ve güç ilişkilerini yeniden kurmaktadır (Held & McGrew, 1998).

Küreselleşme bağlamında yürütülen teorik tartışmanın yanı sıra sürecin öne çıkan güçleriyle ilgili olarak da analizler yapılmaktadır. Boyd-Barrett (2006)'in "Sanal gerçeklik, küreselleşme ve imparatorluk" çalışmasında çeşitli varsayımları vardır. Bu varsayımlardan biri en büyük ekonomik güce sahip ABD'nin 2025 yılından itibaren dünyanın en büyük ekonomik gücü konumunu kaybedeceğidir ve bu konumunu Çin'e kaptıracağıdır. 2004 yılında altıncı sırada bulunan Çin, Mourdoukoutas (2013)'a göre dünyanın en büyük ekonomisidir. Değişim o kadar hızlıdır ki beklenen değişim çok daha önce gerçekleşmiştir.

## 2. Küreselleşme Süreci ve Uluslararası Haber Dolaşımında Yaşanan Dönüşüm

İletişim ağlarının küresel çapta sistematik anlamda örgütlenmesi ancak 19. yy.da mümkün olmuştur. Thompson başlangıçtan itibaren iletişimin küreselleşmesini üç bölümde incelemektedir. Bu bölümlerden birincisi, telgraf kablolarının kıtalararası döşenmesidir. Bu kabloların önemli bir kısmı hükümetlerden mali destek sağlayan özel şirketler tarafından üretilmiş, döşenmiş ve işletilmiştir. 1900'lü yıllarda Londra, bu kablo ağının merkezindeydi ve Londradaki şirketler kabloların %72'sine sahipti. 1924'de Britanya İmparatoru Kral V. George, 80 saniyede bütün Britanya hatlarında küresel dolaşıma giren bir telgraf gönderdi. Ekonomik ve siyasal iktidarın örgütlenmesini yansıtan uzun rotalara rağmen küresel çapta hızlı iletişim gerçekleşmişti. Küresel iletişim ağlarının oluşmasındaki ikinci önemli gelişme ise haber ajanslarının kurulmasıdır. Haber ajansları sistematik haber toplama ve yaymayla uğraşmaktaydı. Ajanslar dünyayı özel çalışma bölgelerine bölerek küresel çapta etkin olan çok taraflı iletişim ağları yarattılar ve basılan ve geniş kitleye dağıtılan hikayeli, alıntılı ve enformasyon içeren gazetelerin çıkmasını sağladılar. İlk haber ajansı 1835'te Charles Havas tarafından Paris'te kuruldu. Haber ajanslarının ilk olarak arabaları ve düzenli güvercin postası sayesinde müşterilerine haberler sağladılar. 1840'larda Londra'da Reuter ve Berlinde de Wolf kuruldu. Bu üç ajans birbirleriyle çatışmalarından kaçınmak için birbirleriyle iş birliği yaparak dünyayı çeşitli alanlara böldüler. Reuter, Britanya İmp. Ve Uzakdoğu, Havas, Fransız İmp., İtalya, İspanya ve Portekiz ve Wolf'de Avusturya İskandinavya ve Rus topraklarında özel çalışma ayrıcalığı tanındı. Ajanslar her ne kadar bağımsız ticari örgütler olsalarda, ajansların çalışma alanları, büyük Avrupa emperyal güçlerinin ekonomik ve siyasal nüfuz sahalarına denk gelmektedir ve her ajans, ana üs olarak hizmet ettikleri ülkenin siyasal ve ticari elitleriyle işbirliği yaptı. Birinci dünya savaşı sırasında bu üç ajansın egemenliği kırıldı. İkinci dünya savaşının ardından 4 büyük ajans olan Reuters, AP, UPI, AFP, uluslararası haber ve diğer enformasyon toplama ve dağıtma sistemindeki egemen konumlarını sürdürdüler. Küresel enformasyon düzeninde bu dört büyük ajans anahtar actor konumlarını sürdürmektedir. Günümüzde küçük ajanslar, bu büyük ajanslara bağlı şirket konumundadır. Küresel iletişim ağlarının oluşmasındaki üçüncü önemli gelişme ise elektromanyetik dalgaların iletişim amacıyla kullanımı, karada ve deniz altında sabit kablolar kullanma ihtiyacını ortadan kaldırarak, enformasyonun geniş mesafeler boyunca verimli ve esnek bir şekilde yayılması kapasitesini muazzam bir şekilde arttırmıştır. Elektromanyetik dalgalar yoluyla ileti aktarma kapasitesi teknolojilerindeki gelişme, küresel iletişimde önemli bir başlangıç oluşturmuştur. Geniş mesafeleri kateden yoğun enformasyonu verimli ve hemen hemen anlık bir şekilde aktarmak şimdi mümkündür. 1924 yılında 80 saniyede dünyayı dolaşan mesaj elektromanyetik dalgalar sayesinde şu an gönder butonu kadar süredir (Thompson, 2008: 231-247).

Küresel çapta enformasyon ve iletişim akışının toplumsal yaşamın düzenli ve baskın bir özelliği haline gelmesi, yirminci yüzyılda gerçekleşmiştir. Burada önemli iki olgu vardır. Bunlardan ilki küresel iletişim ve enformasyon yayımında kilit oyuncular olarak ulus ötesi iletişim holdinglerinin ortaya çıkması; ikinci ise özellikle uydu iletişimiyle ilintili yeni teknolojilerin toplumsal etkisidir. Yirminci yüzyılda iletişimin küreselleşmesi, esas olarak büyük ölçekli iletişim holdinglerinin faaliyetlerinin sürüklediği bir süreçtir. İletişim holdingleri, çalışmalarını, kendi ülkelerinden başka bölgelere genişletti. Ve bazı büyük endüstriyel ve finansal şirketler, küresel genişleme ve çeşitliliğe yönelik açık politikalarının bir parçası olarak, enformasyon ve iletişim sektöründe önemli kazançlar sağladı. Büyük iletişim holdingleri giderek dünya pazarında çalışmakta ve faaliyetlerini küresel stratejiler temelinde örgütlemektedir. Hemen hemen bütün büyük şirketler, K. Amerika, B. Avrupa, Avustralya veya Japonya'da yerleşiktir. Büyük şirketlerin mal ve hizmetleri için Üçüncü Dünya ülkeleri birer pazar olmasına karşın, çok az şirket Üçüncü Dünya kökenlidir (Unesco, 1989, unesdoc.unesco.org). Bu nedenle iletişim holdinglerinin gelişmesi, özel bir şekilde denetlenen ve eşitsiz olarak dağıtılan ve de şirket amaçlarını küresel arenada takip etmek için kitlesel kaynakları harekete geçirebilen ekonomik ve sembolik iktidarda büyük yoğunlaşmalara yol açmıştır. Yanısıra, enformasyon ve sembolik içeriğin aktığı yoğun ve özel denetimli iletişim ağlarına yol açmıştır. İkinci olgu ise; yeni teknolojilerin gelişimi, iletişim medyalarının faaliyetleri bağlamında ve onlardan bağımsız olarak önemli rol oynadı. Bu dönemde üç önemli gelişme meydana gelmiştir. Birincisi, elektronik kodlu enformasyonu taşımak için daha fazla kapasite sağlayan daha yaygın ve kullanışlı kablo sistemlerinin döşenmesidir. İkinci gelişme, genellikle karasal kablo sistemleriyle uyumlu olan uzun mesafe iletişimi sağlamada uyduların artan kullanımınıdır. Üçüncü gelişme pek çok açıdan en köklüsü enformasyonu işleme, biriktirme ve canlandırma ile ilgili sayısal yöntemlerin kullanımındaki artıştır. Elektronik gelişmelerle ( mikroişlemciler gibi) birleşen sayısal enformasyon depolama ve aktarma kapasitesini olağanüstü artırdı ve enformasyon ile iletişim teknolojilerinde yöndeşme temelini yarattı. Birbirine bağlı telekomünikasyon uyduların kullanımı, eşzamanlılığa yakın, karasal yayına ve aktarım kablolarına gereksinim duymayan bir küresel iletişim sistemi yarattı. (Thompson, 2008: 243-246).

Küresel kitle iletişimi homojen değil aksine karmaşık bir olgudur. Markus Kriener ve Miriam Meckel uluslararası kitle iletişimini teknik, kurumsal, üretim ve içerik geliştirme özelliklerine göre sistematize etmek için yola çıkmıştır. Yazarlar azalan uluslararasılaşmanın seviyelerinin sürekliliğini aşağıdaki sıralamada ana hatlarıyla belirlemişlerdir (Kriener ve Meckel, 1996: 15; Hafez, 2009: 48-49).

- **Teknoloji ve altyapı seviyesi**, dijitalleşmenin yeni teknolojileri, çoklu ortam ve ağ bütünleşmesi iletişimin hızlı yapısal uluslararasılaşmanın ve iletişimin küreselleşmesinin önünü açtı.
- **Kurumsal seviye**: Büyük şirketlerin ve vakıfların birleşmesinin bir sonucu olarak kitle iletişim sektörü halihazırda bir kurumsal uluslararasılaşma sürecinden geçiyor.
- **Üretim seviyesi**: Bu seviye uluslararasılaşmanın ayrılan seviyeleri aracılığıyla karakterize edilir. Küreselleşme teorisinin amiral gemisi olan CNN gibi özel ulusaşırı ağlar ya da Fransız-Alman televizyon kanalı ARTE gibi devlet destekli girişimler ulusal (bölgesel, yere) yayıncılar ve basınla bir arada var olur.
- **İçerik seviyesi**: Medya kapsamının iletişimsel kimliğin birkaç 'dakika'sı yerine, belirli ve genelde kültürel olan üretim ve tüketimin şartları tarafından şekillenmesidir.

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde büyük bir etki potansiyeli fark edilmelidir, çünkü tüketiciler genelde medyaya tek bilgi kaynakları olarak güvenirlere ve alternatif kaynaklara ulaşmaları yoktur. Medyanın sözümona kamu 'ajandası'nı, başka bir deyişle kamu düşüncesinin tematik özelliklerini, etkileme kapasitesi genelde uluslararası haberlerde yerel haberlerde olduğundan çok daha fazladır (Palmgrcn ve Clarke, 1977). Uluslararası iletişimin uluslararası anlayış ve dünya barışı için hem yol açıcı hem de zararlı olabilmektedir. James



W. Carey iletişimdeki gelişmelerin iletişimi daha zor hale getirdiğini savunmuştur (Carey, 1983). İletişimin uluslar arası ilişkileri belirleyen tek güç olmadığını, politik ve ekonomik amaçların öncelikli olduğunu kabul etmek bile bu doğrudur (Rosecrance, 1973: 136). Kai Hafez (2009: 55-56) küreselleşme sürecinin uluslararası habercilik alanının da meydana getirdiği dönüşleri açıklarken şu noktalara dikkat çekmektedir:

**Ulus devletin dengelenmesi:** üretim, yeniden üretim, ulusal imge ve çerçevelerin uluslar arası kapsamda dağıtımı ulus devleti dengeleyebilir. Dış habercilik halihazırdaki ekonomik küreselleşmeye yönelik eğilimin sadece politik birleşme ile takip edilebileceğine ve ulus-devlet sisteminin ortadan kaybolacağına dair inanca kayda değer karşı delil sağlar, çünkü ulusal ilgiler ya da ulusal kültürel algılar genelde hüküm sürer. Avrupa Birliği gibi projeler bu yüzden Avrupa medyasını şu anki tikelciliğine üstün hale gelmesi için cesaretlendirmenin yollarını düşünmek zorundadır. Ulusal imge ve çerçevelerin üretimi, yeniden üretimi ve uluslararası dolaşımı ulus devleti dengeleyebilir.

**Uluslar arası politik ve ekonomik çatışmaların güçlendirilmesi:** kitle iletişim araçlarının ikili bir doğası vardır: barışı destekleyebilirler ya da devletler arasındaki çatışmaları derinleştirebilirler. Çoğu içerik analizi dış haberciliğin temel özelliklerinden birinin kriz ve çatışmaları olması gerekenden fazla temsil etmesi olduğu konusunda ortaklaşmaktadır. Genelde, uluslar arası yayın alanı dünyanın ve uluslar arası ilişkilerin yüksek oranda negatif, çatışma dolu bir imgesini yaratma eğilimindedir. ‘İyi haber kötü haberdir’ sloganı uluslar arası krizlerle ilgili haber raporlarının düzenli ve uzun vadeli gelişmelerle ilgili olanlardan daha fazla sattığı anlamına gelir. Aslında, 1991’deki Körfez Savaşı olmamış olsaydı, CNN muhtemelen hala finansal kayıplar içerisindeydi ya da 2001 yılından sonra ABD’nin Afganistandaki Savaşı olmasaydı Al Jazeera kanalı yalnızca bölgesel bir kanal olacaktı. Davison’un “Kitle İletişimi ve Uyuşmazlık Çözümlemesi” (1974) çalışmasına göre medya uyuşmazlığı farklı taraflarından görerek haber kalitesi ve sayısını iyileştirmelidir; fazlasıyla tehlikeli hale gelmeden çatışmaları duyurarak ‘erken uyarı sistemlerini’ geliştirmelidirler; dramatik dil ve duygusal hikaye anlatımını kullanarak kamu duygularını coşturmaktansa, barış için bir atmosfer yaratmalıdırlar; ve politikacılarına barışçıl çözümler aramalarını hatırlatmalıdırlar. ‘Birbirine bağlantılılığın’ geliştiği ve ekonomik bağların küreselleştiği bir dünyada, medyanın, eğer Davison’un kriterlerine bağlı kalmazlarsa, çatışmaları etkisiz hale getirmektense güçlendirmesi tehlikesi gittikçe artmaktadır.

**Uluslar arası kültürel çatışmaların güçlendirilmesi:** Samuel P. Huntington’un özellikle Batı, Çin ve İslam arasındaki “medeniyetler çatışması” görüşü uluslar arası iletişimin kültürel ilişkiler üzerindeki etkilerini göz önüne almaz (Huntington, 1993). Huntington’a göre uluslar arası kültürel çatışmalar, ki bunları Batı-Doğu çatışması sonrasındaki devletler-arası ilişkilerin ideolojik mayası olarak ele alır, kolektif değer sistemleri ve yaşam tarzları arasındaki doğuştan gelen kültürel husumetlerdir. Ancak kültürlerarası ilişkilere dair bu özcü görüş, önemli bir boyut olan kültürler arası ya da üstü iletişim boyutunu görmezden gelir. Kültürel sembollerin şifrenmesi ve şifrelerinin çözülmesi kültürel anlamın yorumlanmasının planlanmamış bir sürecidir ve bu yüzden kültürler arasındaki farklılıkların ya da ortaklıkların özelliklerini vurgular (Hall, 1981). Uluslar arası yayın alanında çalışan gazeteciler başka ülkelerde kültürel motifler olarak algıladıklarını yorumlayan ve kendi kültürleriyle bunları karşılaştıran kültürel çevirmenler oldukları için önemli bir anahtar pozisyona sahiptirler. Gazetecilerin, kendi önyargılarının, stereotiplerinin ve kültürel bağlamlar konusunda yetersiz bilgilerinin bir sonucu olarak, esasında kültürel uyuşmazlığa dair yanlış bir anlayışı destekleme tehlikesi vardır, ve bu şekilde raporları, farklı kültürlerin sembolleri arasında var olan paylaşılan anlamı vurgulamaktansa, tarihsel olarak büyüyen husumetlere dair, örneğin İslam ve Batı, Çin ve Japon kültürü, ya da Hindu ve Müslümanlar arasındaki husumetlere dair algıyı güçlendirir. Kültürel uyuşmazlıkların bu tarz inşaları uluslar arası ilişkilerdeki ideolojik ihtilafları alevlendirebilir. ‘Kültürler ötesi’ bir anlam arayışı küreselleşme ve insan hakları gibi değerlerin standart hale getirilmesi için gereklidir.

**Yerel kültürler arası ve etnik çatışmaların güçlendirilmesi:** küreselleşme dışsal olduğu kadar içsel bir boyuta da sahiptir. Uluslar arası medya yayını uluslar arası kültürel ilişkiler üzerinde potansiyel bir etkiye sahipse aynı şey kitle iletişimi, etnik azınlıklar ve anaakım kültür arasındaki ilişkiye dair de söylenebilir. Dünya görüntüleri, doğru ya da yanlış, parçalanmış ya da anlaşılır olsalar da, azınlıkların kamu imgelerini etkileyebilir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerden gelişmiş ülkelere doğru gerçekleşen gözle görülür derecede göçün olduğu zamanlarda (örneğin Avrupa'ya göçen Türkler ve Araplar, Birleşik Devletler'e göçen Latin Amerikalılar) medya tarafından şekillendirilen ya da güçlendirilen yabancı imgesi iç sosyal yankılara neden olabilir ve bu durumun tersi de mümkündür (Butterwegge, 1996).

### 3. Değişen Habercilik ve "Yeni Küresel-Yerel Bağ"

Küreselleşmenin habercilik üzerindeki etkilerinin izinin sürülmesi, 'yeni bir küresel-yerel bağ' için normatif bir yaklaşımı kuracak önermeleri de ortaya çıkaracaktır. Küreselleşmenin aynı zamanda ulusal, bölgesel ve yerel kimlikleri güçlendirdiği de neredeyse bir gerçekliktir. Ancak soru bu gelişmelerin birbiriyle nasıl etkileştikleri olarak kalmıştır. Uluslar arası yayın, politika ve toplum üzerindeki etkileri üzerine yapılacak tartışma küreselleşmenin ille de küresel ilerleme ve tikel gerilemeyi dengeleyen sıfır toplamlı bir oyun olması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Eğer 'bilgi' gelecek yüzyılın en önemli kaynaklarından biri olacaksa, uluslar arası haberin şu anki yapay yetersizlik ve parçalanması gelecek için bir gelişme projesi olarak ele alınmalıdır (Hafez 2012:56).

#### 3.1. CNN International ve CNNTürk'ün Ortaya Çıkışı

CNN (Cable News Network) Ted Turner tarafından 1980 yılında Atlanta'da kurulduğunda önceleri diğer büyük televizyonlar tarafından ciddiye alınmayan yerel bir kablolu TV şebekesi niteliğinde iken, çok kısa zamanda genişleyerek ABD dışındaki ülkelere de yayın yapar hale geldiği görülmektedir. 1981 yılında Mısır Devlet Başkanı Enver Sedat'ın öldürülmesi, 1986 yılında uzaya fırlatılan ABD'nin uzay mekiği Challenger'ın havada infilak etmesi, 1987 yılındaki Wall Street borsasında Kara Pazartesi olarak adlandırılan büyük çöküşü önceden belirleyerek, işaretlerini vermesi, 1989 yılında Çin'de Tiannanmen Meydanı'ndaki bahar devrimi, yine 1989 yılının Aralık ayında Romanya olayları, 1990 yılında Nelson Mandela ile röportaj, 1991 yılında Körfez savaşı ve SSCB'nin dağılışı görüntüleyerek kronolojik olarak şimdi bulunduğu noktaya geldiği gözlemlenmektedir. Özellikle, 1991 yılındaki Körfez Savaşı ve SSCB'nin yıkılması gibi önemli olayların, uydu yoluyla yapılan CNN yayınlarından izlenmiş olması nedeniyle haber kavramının biçim değiştirerek "olmuş bitmiş" olayları değil, "henüz yaşanmakta olan" olayları vermek anlamını da ifade etmeye başladığı söylenmektedir (Uluç, 2008: 249). Uluslararası haber piyasasının hakimi CNN'i diğer uluslararası haber televizyonlarına kıyasla farklı kılan canlı ve kesintisiz haber yayını anlayışı olmasına karşın, günümüzde bu anlayışla yayın yapan televizyon kanallarının sayısı artmıştır. CNN'i diğer televizyonlardan farklı kılan şey; küresel bir boyut taşıma iddiasıdır. CNN'in en temel özgülüğünü ve en göze çarpan tikelliğini hiç kuşkusuz haberin ve hedef kitlenin küreselleşmesi oluşturur (Semprini, 2000:83).

CNN 1998 yılında bölgeselleşme kararı almıştır. Cnn bu kararla beraber çok büyük bir sorunla karşılaşır, CNN gibi uluslararası bir televizyon kanalının izleyici kitlesini genişletmesinin önünde dil gibi bir engel vardır (Albert ve Lenteinturier,1999: 42). Uluslararası kanal olma iddiasındaki her yayın kuruluşu sadece farklı dilleri değil, ulaşmak istedikleri her ülkeye özgü bağlamı da dikkate almak zorundadır. Bu sebepten ötürü bütünleşik iletişim piyasasında makro ve mikro, büyük şirketlerin mantığı arasında oluşan bir tür salınma ortaya çıkar. Bu salınmanın farkına hızla varan CNN, salınmaya küresel haberlerini merkezdişlaştırarak karşılık vermiştir (Mattelart, 2000: 359, Cheviron: 200). CNN, 1998 yılında Avrupalı, Asyalı ve G.Amerikalı izleyicilere yönelik programlar yapmaya başlar. CNN yayınlarıyla bu bölgelerdeki izleyicileri adapte etmekle yetinmez, onların ülkelerinde egemen halde bulunan medya şirketleriyle yerel ortaklıklar kurmaya başlar. Buda CNN adını taşıyan haber kanallarının dünyadaki farklı ülkelerde kendi dillerinde CNN programlarının yayılmasını anlamına gelmektedir (Chevirion: 200). Doğan Medya Grubu ve Time Warner'ın Ortaklığında 11 Ekim 1999'da yayınlarına

başlayan CNN Türk, Türkiye'de yabancı bir medya kuruluşuyla ortak kurulan ilk televizyon kanalıdır. Kanal ayrıca CNN adıyla Atlanta dışında yönetilen ve 24 saat ulusal bir dilde haber yayıncılığı yapan ilk ulusal kanal olma niteliğini de taşımaktadır (www.dyh.com.tr). CNN ile CNN Türk arasında karşılıklı bir haber alış-verişi gerçekleştirilmektedir. CNN'in sahip olduğu haber ağından CNN Türk kanalı da yararlanabilmektedir (İlgaz, 1999: 117). CNNTürk, İstanbul Doğan TV Center'daki merkezinde ve Ankara bürosunda oluşturulan haberlerin dışında Atina, Bonn, Budapeşte, Brüksel, Paris, Roma, Londra, Lefkoşa, Tahran, Moskova, Newyork ve Washington'daki muhabirlerinin desteği sayesinde elde ettiği haberleri 24 saat boyunca izleyicilerine aktarmaktadır (Dirik, 2007: 143).

Küresel piyasada tek bir bütünlük stratejiye sahip bile olsalar şirketler yerel gerekliliklere uyabilecek bir özerklik kapasitesinde göz ardı etmemektedir. Yerel özellikleri dikkate alarak oluşturulan pazarlama ve reklam stratejileri sayesinde şirketler, piyasaları ve tüketicileri sınıflandırıp, bu alanlara müdahale ederek yerel ağlarla yeni piyasalara grime şanslarını arttırmaktadır. Ancak, CNN Türk ile CNN arasında yapılan anlaşmaya göre CNN Türk kanalı, CNN'in temsil ettiği değerlere ters düşmeden yerel bir yayıncılık anlayışını gerçekleştirecektir. Bu değerler arasında tarafsızlık, dürüstlük, kişi hak ve özgürlüklerine karşı saygılı olmak olarak belirtilmektedir (İlgaz, 1999: 115). CNN Türk Ankara Bürosu ile yapılan bir röportajda, CNN'in gündelik bir müdahalesi olup olmadığıyla ilgili sorulara, yetkililer böyle bir şeyin asla söz konusu olmadığını söylemişlerdir. CNN'in neyi nasıl haber yapacağına ilişkin müdahale de bulunmasına gerek yoktur. Merkezin bir denetimi olsa bile, bu denetim haber içeriklerinin belirlenmesine yönelik bir denetim değildir (Chevirion, :204).

### 3.2. Amaç ve Yöntem

Çalışmada CNN International ve CNN International'a bağlı CNNTürk'ün kurumsal internet sitelerinde yapılan ve yayınlanan haberler karşılaştırmalı olarak ele alınacaktır. Amaç küreselleşme yaklaşımının yeni dönemde ulus devletleri aşan bir bütünlük olduğu şeklindeki iddiasını sorgulamaktır. Bu amaca bağlı olarak küreselleşme teorisyenlerine göre dünya ölçeğinde homojen medyanın oluşup oluşmadığı, haberlerin bir merkezden üretilip dünyanın her yerinde aynı şekilde yayınlanıp yayınlanmadığı ortaya konulmak istenmektedir.

Araştırmada içerik analizinden faydalanılmıştır. İçerik analizi, sistematik, nesnel ve değişkenleri ölçmek amacıyla da niceliksel bir bağlama iletişimi incelemek ve çözümlenmek için geliştirilmiş bir yöntemdir (Kerlinger, 1973: Büyüköztürk, 2001: 3). Araştırmanın evrenini Forbes dergisinin "Dünyanın en büyük 500 şirket" araştırmasında 408. sırada yer alan ve bulunduğu sıra itibarıyla dünyanın en büyük medya kuruluşu olan CNN International ile CNN International'a bağlı ülkemizde faaliyet gösteren CNNTürk'ün, 1 – 31 Ekim 2014 tarihinde web sitelerinde Kobani ile ilgili haberler oluşturmaktadır. Araştırmada öncelikle Ağustos, Eylül, Ekim ve Kasım aylarında Kobani ile ilgili haber sayıları çıkartılmıştır. Ay ay çıkarılan bu sayılardan sonra sayıca en çok haber Ekim ayında yapıldığı için bu ay seçilmiştir. Araştırmada 1-31 Ekim 2014 tarihinde CNN International'ın web sitesinde "Kobani" kelimesinin aranmasıyla 70 haber çıkmaktadır. Araştırmanın ana kriteri olan tarih ve Kobani kelimeleri ana kriter olarak belirlendikten sonra haber kısıtlamalarını yaptıktan sonra 47 haber kalmaktadır. CNNTürk'de Kobani ismi aramasıyla 441 haber bulunmaktadır. Bu haberlerin 166'sında Kobani ismi yer almamaktadır yalnızca sayfada onunla ilgili farklı bir haberin başlığı bulunduğu için bu haberler analize dâhil edilmemiştir. Bu haberler çıkarıldıktan sonra 285 haber elde edilmiştir. Bu haberler; çeşitli kriterlere göre içerikanalizi uygulanmıştır. Analizde kullanılan kelimeler; Recep Tayyip Erdoğan, Ahmet Davutoğlu, Kobani, Türkiye/Türk, Suriye, Işid, İslam, Terör, Kürt, Pkk, Pyd, haberde kullanılan fotoğraf ve videodur. Araştırma da Hafez (2012)'in "ulus devletin dengelenmesi, uluslararası politik ve ekonomik çatışmaların güçlendirilmesi, uluslararası kültürel çatışmaların güçlendirilmesi ve yerel kültürler arası ve etnik çatışmaların güçlendirilmesi" kriterleri uygulanmıştır.

### 3.3. Kobani Olaylarının Karşılaştırılması

Kobani, Şanlıurfa'nın Suruç ilçesinin tam karşısında bulunan, Türkiye ve Suriye arasındaki Mürşitpınar sınır kapısının bulunduğu yerdir. Bu bölge bu konumundan dolayı Türkiye, Kürt gruplar ve İşid için önem arz ediyor. Kobani Esad rejiminden kurtulan ilk şehir. O tarihten itibaren de Kürtler önemli kazanımlar elde etti. Kobani'nin düşmesi bu kazanımlara büyük darbe olacak. Ve en önemlisi Suriye'de Kürtlerin hakimiyet kurduğu 3 kanton var; Afrin, Kobani ve Cezire. Kobani, diğer iki kantonun ortasında yer alıyor. Kürt bölgesinin kalbi. İşid burayı ele geçirdiğinde Kürt kantonları arasında tam bir kopukluk oluşacak. En önemlisi Afrin ve Cezire'den farklı olarak Kobani'de Abdullah Öcalan'ın hem yönetim hem siyasi hem de diğer halklarla birarada yaşamakla ilgili tezleri pratiğe dönüştürüldü. İşid'in bunca kayba rağmen geri çekilmemesinin altında son neden gösteriliyor. (Kılıç, 7.10.2014). Küresel güçler açısından Kobani'nin önemi, Akdeniz'e ulaşan enerji koridorunu güvence altına almaktır. Özellikle enerji koridorundan dolayı Kobani, küresel medyanının dikkatini çekmektedir.

Tablo 2 ve Tablo 3'de CNNTürk ve CNN International'ın "Kobani" olaylarını sayısal olarak değerleri verilmiştir. Haber söyleminin, genellikle ülkelerdeki iktidarların kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme aracı olduğu sık sık ifade edilen bir gerçekliktir. Gerçek dışı haberlerin bile iyi kurgulanarak uygun zaman ve şekilde sunulması, insanları inanmaya yöneltebilmektedir. Ulus devletler gücünü ve iktidarını korumak zorundadır. Kendi yapısının zayıflamaması ve küçülmemesi için kamuoyunu yönlendirmek zorundadır.

**Tablo 2:** CNNTürk websitesinde yer alan kobani olayları

|                            | Recep<br>Tayyip<br>Erdoğan | Ahmet<br>Davutoğlu | Kobani     | İşid        | Terör      | İslam     | Türkiye    | Suriye     | Kürt        | Pkk       | Pyd        | Video     | Fotoğraf   |
|----------------------------|----------------------------|--------------------|------------|-------------|------------|-----------|------------|------------|-------------|-----------|------------|-----------|------------|
| Toplam geçen kelime sayısı | 234                        | 388                | 1372       | 1064        | 304        | 57        | 1292       | 580        | 430         | 153       | 265        |           |            |
| Haberde yer alan           | 52<br>4,5                  | 42<br>9,2          | 285<br>4,8 | 209<br>5,09 | 90<br>3,37 | 24<br>2,3 | 187<br>6,9 | 161<br>3,6 | 128<br>3,35 | 52<br>2,9 | 59<br>4,49 | 38<br>,13 | 247<br>,87 |
| Haberde yer almayan        | 233                        | 243                | 0          | 76          | 195        | 261       | 98         | 124        | 157         | 233       | 226        | 247       | 38         |

**Tablo 3:** CNN International websitesinde yer alan kobani olayları

|                            | Recep<br>Tayyip<br>Erdoğan | Ahmet<br>Davutoğlu | Kobani     | İşid       | Terör      | İslam      | Türkiye    | Suriye      | Kürt       | Pkk        | Pyd        | Video     | Fotoğraf |
|----------------------------|----------------------------|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-----------|----------|
| Toplam geçen kelime sayısı | 32                         | 16                 | 346        | 880        | 78         | 90         | 376        | 471         | 332        | 53         | 52         |           |          |
| Haberde yer alan           | 15<br>2,13                 | 5<br>3,2           | 47<br>7,36 | 47<br>18,7 | 32<br>2,43 | 37<br>2,43 | 41<br>9,17 | 47<br>10,02 | 44<br>7,54 | 13<br>4,07 | 12<br>4,33 | 39<br>,83 | 8<br>,17 |
| Haberde yer almayan        | 32                         | 42                 | 0          | 0          | 15         | 10         | 6          | 0           | 3          | 34         | 35         | 8         | 39       |

Haberler, söylem seçkinlerinin görüşlerine başvurularak oluşturulur ve onların iktidarı yeniden kurulur. Ekonomik ve siyasal güce sahip olmayan kitleler medyada sadece olumsuz biçimde yer alabilirler. Bu eleştirel yaklaşımın medya-iktidar ilişkisi temelinde haber metinlerinin yapısal olarak yanlılık taşıyan metinler olduğuna ilişkin görüşü, ideolojiyle ilgili çalışmaların yoğunlaşmasıyla büyük ölçüde kabul görmüştür (Baştürk Akça, 2008). CNNTürk ile CNN International'ın haber söylemi seçkinleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. CNNTürk'ün haber söylemi seçkinleri incelendiğinde başvurulan kişilerin araştırmanın toplamının %38,5'lik bir kısmını oluşturur. Araştırmada kullanılan söylem seçkinleri Cumhurbaşkanı, Başbakan, Bakanlar, Siyasi Parti liderleri ve yabancı bürokratlardır. CNN International'ın haber seçkinleri muhabirler ve akademisyenlerdir. Kobani olayları

ile ilgili sadece 3 (% 6.3)'lük haberde ülkemizin Cumhurbaşkanına ve Başbakanının görüşlerine başvurulduğu görülmektedir. Haber seçkinlerine sadece Cumhurbaşkanı ve Başbakan üzerinden incelenecek olursak; CNNTürk'ün haberlerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ortalama bir haberde 4,5 kelime, Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun ise 9,2 kelime yer aldığı görülmektedir. CNN International'ın ise haberlerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ortalama bir haberde 2,13 kelime, Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun ise 3,2 kelime yer aldığı görülmektedir. Her iki kanalında arasında yüzdesel olarak büyük bir fark vardır.

Medya kuruluşları ticari ve ideolojik kaygıları nedeniyle haberde bulunması gereken tarafsızlık ilkesini göz göre göre çiğnemektedir. Medya kuruluşları bu sayede kamuoyu oluşturduklarını ve kamu yararına çalışma yaptıklarını düşünürler. İşid'in uzun ismi "Irak Şam İslam Devleti"dir. Çoğunluğu müslüman olan bir ülkede islam isminin bir terror örgütüyle beraber kullanılması insaları dine karşı soğutabilir veya islam ile şiddeti çağrıştırmak için kullanılabilir. Bu yüzden söylem seçkinleri haber yaparken İşid'in ismini uzun kullanmaktan kaçınmışlardır. CNNTürk'ün Kobani haberlerinde islam, müslümanlık isimlerini kullanmamaya çalışmışlardır. İslam ismini hükümetten sadece Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik kullanmıştır. Çelik, 17 kez islam ismini kullanmıştır. Çelik haricinde ülkemizde islam kelimesi Ekim ayının Kurban Bayramına gelmesinden dolayı ve yabancı haber siteleri veya yabancı kaynaklar tarafından kullanılmıştır. Yabancı kaynaklardan alınan haberler çeviri olduğu içinde cümle yapısının bozulmamasından dolayı kullanılmamıştır. İslam kelimesi toplam 57 kez kullanılmıştır ve haber başına ortalama 2,3 kere kullanılmıştır. CNN International ise batı odaklı yaklaşım içinde bulunmuştur. Yani haberlerini "islam-batı" çerçevesinden vermiştir. İslamı "caliphate (hilafet), radical, militant, violence, extremist ve state" kelimeleriyle beraber kullanmıştır. 47 haberin 32'sinde islam kelimesi yukardaki kelimelerle birlikte kullanılmıştır. Haber başına ortalama 2,43 kere kullanılmıştır. CNNTürk ve CNN International'ın islam kelimelerini ortalama kullanım sayıları birbirine yakın gibi görülmektedir. İslam kelimesi dilin kullanım biçimi olarak birbirinden farklıdır. CNNTürk islam ile şiddeti yanyana kullanmazken, CNN International islamla şiddeti yanyana kullanmaktadır. Ancak CNNTürk'ün kendi yaptığı haberlerde İşid ismiyle "islam, müslümanlık, islamiyet" gibi kutsalları kamu yararı gözeterek korumaya çalışması başarılı değildir veya bu şekilde kamu yararı gözettileri söylenemez.

İnsanlar kendilerini ilgilendiren ya da ilgilendirdiğini düşündüğü, hissettiği olaylara karşı dikkatli bir yaklaşım sergiler (Girgin, 2009). Bogart'ın "Köpek insanı ısırırsa haber değil, insan köpeği ısırırsa haberdur." dediği gibi haberciler haberleri ilginç hale getirmektedir. Haberciler, haberleri ilginç hale getirirken abartıya kaçmaları haberin doğruluğunu ve inanırılığını da olumsuz olarak etkilerken haberi magazinleştirmektedir. CNNTürk'ün web sitesinde Kobani olaylarını araştırırken, birçok haber ortaya çıkmıştır. Araştırmanın ana kriterleri Kobani ve Ekim ayı içindeki haberler olduğu için tüm haberler incelenmiştir. 13 Ekim 2014 tarihinde yayınlanan "İsveç'in gündemi yakışıklı Sağlık Bakanı", "Türkiye Kobani, İŞİD ve PKK gibi gündem maddeleriyle uğraşırken, İsveç'in gündeminde ise çok farklı bir konu var. İsveç bugünlerde 29 yaşındaki yeni Sağlık Bakanı Gabriel Wikström'ün yakışıklılığını konuşuyor." Bu haberin Kobani ile ilgili hiç bir bağlantısı bulunmamaktadır, ancak CNNTürk editörleri haberi daha ilginç hale getirmek için Kobani kelimesini kullanmaktadır. Bu yöntemde haberi magazinselleştirmektedir. Ayrıca bu tip haberlerle haberin değeri de azalmaktadır. Bu olay, editörlerin olayları arzu ettikleri şekilde haberleştirip sunma çabasından başka bir şey değildir. CNN International'daki haberleri incelediğimiz zaman buna benzer bir habere rastlamamaktayız. CNN International incelenen Kobani haberlerinde magazinleştirme olgusunu kullanmamaktadır.

Kobani olayı Türkiye'den çok İşid, Kürt gruplar ve Suriye'yi ilgilendiren bir olaydır. Bu yüzden haberde özellikle İşid, Kürt gruplar ve Kobani kelimesinin beraber kullanılması gerekir. CNNTürk'ün Kobani haberlerinde en çok kullanılan kelimeler Kobani, Türkiye ve İşid'tir. Bu üç kelime de binin üzerinde kullanılmıştır. Oransal olarak kullanılan kelime ve haber sayısına göre incelensek; Başbakan Ahmet Davutoğlu (9,2), Türkiye (6,9), İşid (5,09) ve Kobani (4,8)'dir. CNNTürk'ün Kobani haberlerinde olayın gerçek kahramanları Suriye ve Kürt gruplar geridedir. Bu durumda CNNTürk'ün haberlerinde iç politikaya yönelik haberlerin yapıldığı görülmektedir. CNN

International’da ise en çok kullanılan kelimeler; Işid, Suriye, Kobani, Kürt ve Türk’tür. Oransal olarak kullanılan kelime ve haber sayısına göre incelersek; Işid (18,7), Suriye (10,02), Türkiye (9,17), Kürt (7,54) ve Kobani (7,36)’dır. CNN International’da olayın ana aktörleri olan Işid, Kobani, Suriye, Kürt ve Türk kelimeleri haberde sıklıkla kullanılır. Ayrıca CNN International Kobani haberlerinin tamamını Kobani, Işid ve Suriye kelimelerini kullanır.

CNNTürk, CNN International’a bağlı bir kuruluş olmasına rağmen hiç bir haberinde CNN International’ı kaynak olarak göstermemiştir. CNN International’ın yerine Associated Press (AP) ve Reuters’ı kaynak olarak göstermiştir. CNN International ise Türkiye’deki Kobani olaylarının protesto gösterilerini haber yaparken CNNTürk için bağlı şirket (affiliate) terimini söyleyip kaynak göstererek haber yapmıştır. Kobani olaylarında bir haberde Reuters’ı kaynak olarak göstermiştir. Diğer bütün haberlerinde kendi kaynaklarıyla haber yapmıştır.

Küreselleşme teoristlerine göre, ulus devletin giderek aşındığını varsayan görüşler temel alındığında bunun çok sağlam temeller altında olmadığı görülmektedir. Forbes dergisi ve bu gibi dergilerin araştırmalarında şirketlerin merkezlerinin bulunduğu ülkeler yer alır. Bu ülkeler, o şirketlerin kurulduğu veya merkezinin bulunduğu ülkeleri gösterir. Yani şirketler yurtsuz değildir, bir ülkeye bağlıdır ve o ülkenin politikasına yardım eder. Başka bir deyişle “ulusötesi” şirketlerden söz edilirken sıralamasında hangi ülkeden kaç şirketin sıralamada yer aldığını da belirtir. Küreselleşme teorisini destekleyen teoristlere göre ulus-devlet zayıflamıştır. Ancak Forbes ve benzeri dergilerin araştırmalarına göre çokuluslu şirketlerin ulusal karakterleri ortadan kalkmamıştır.

### **Sonuç ve Öneriler**

1970’lerde başlayan petrol krizi, Sovyetler Birliği’nin dağılması ve sonrasında yaşanan olaylar dünyada yepyeni bir sistemi ortaya çıkarmıştır. Dünyanın ekonomik ve politik olarak bütünleşme içinde olduğu herkesin kabul ettiği bir olgudur. Ancak bu bütünleşmenin yeni liberal bir bütünleşme olmasının; yanında bölüşümdeki eşitsizliklerin artmasını getirmektedir. Bunun yanı sıra sürecin kültürel alandaki yansımaları da önemli sorunlar yaratmaktadır.

M. Castells (2013)’e göre, bu bütünleşme egemen bir oluşum olarak ulus-devletin krizi ve bununla bağlantılı olarak da, geçen iki yüzyılda inşa edildiği haliyle siyasi demokrasinin kriziyle ilgilidir. Devletin talimatları tam anlamıyla uygulanmadığından ve refah devletin somutlaşmış olan bazı temel vaatleri de tutulmadığından otoritesi ve meşruiyeti sorgulanır olmuştur. Sermayenin küreselleşmesi, iktidar kurumlarının çok taraflı hale gelmesi ve otorite merkezinin bölgesel ve yerel yönetimlere kayması, belki de yeni bir devlet biçimine, ağ devletine yol açacak olan yeni bir iktidar geometrisi başlatmıştır. Günümüzde küreselleşmeyle beraber iktidar yapısına bir ağ geometrisi hâkimdir, bu ağ geometrisinde iktidar ilişkileri her zaman belli bir aktörler ve kurumlar konfigürasyonuna özeldir (Castells, 2013; 499-500).

Bütünleşme sürecinin kilit aracı medyadır. Özellikle YİT ile medyanın önemi ve kullanımı da artmıştır. Medya, sadece küreselleşmeciler için değil küreselleşme karşıtları içinde çok önemlidir. Medya, kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme yani hem ticari hem de ideolojik özelliği vardır. Medya aracılığıyla toplumlar arasındaki sınırlar kalkmakta ve toplumlar birbirlerinden daha kolay haberdar olabilmektedir. Medyanın bütünleşmeyi kolaylaştırma özelliği gibi bölünmeyi kolaylaştırma özelliği de vardır.

Günümüzde medya alanında faaliyet gösteren küresel ve ulusal şirketlerin ana amacı kar ve egemen gücün ideolojisini yaymaktır. Medya gruplarının çok az bir kısmının görevi kamu hizmetidir. Ana amaçları kar etmek ve ideoloji oluşturmaktır; bu nedenle şirket sahiplerinin ve devlet yöneticileriyle çıkarları ön planda tutulur. Bu bağlamda günümüz enformasyon savaşlarının silahı da esasen medyadır.



Boyd-Barrett (1987), medya emperyalizminden söz ederken Üçüncü Dünya ülkelerinin bir takım planlama güçlükleri içinde olduklarını da belirtir. Söz konusu güçlüklerin giderilmesinde bu ülkeler, kendi ulus devletleri aracılığıyla bir takım önlemler alırlar. Ancak yine de merkez ülkelerden teknoloji seçimi, finans, medya politikaları ve içerikleri yönüyle farklılaşırlar. Zamanla merkezden farklılıkları azalsa bile, yerelliklerin aşarak ortak bir kültürün gelişimi, diğer bir deyişle ulusal kültürün bilincinin oluşturulmasında sistemin gelişmesiyle paralellikler vardır. Öncelikle haber medyasının kurulmasıyla birlikte meydana gelen gelişmelerle haber, eğlence ve reklama karışmış orta düzey bir pazar oluşturma süreci yaşanır.

Kurulan medya modelleri yoluyla bu toplumlar hem Batı'nın güçlü devletlerine ideolojik olarak bağlanmakta, hem de modernleşmektedir. İletişimin uluslar arası ilişkileri belirleyen tek güç olmadığı, politik ve ekonomik amaçların da öncelikli olduğu aşikardır (Rosecrance, 1973: 136). Bu varsayım temelinde haberin raporlanmasında politik ve sosyal etkilerin olduğunu söylemek mümkündür. Bu etkilerden birincisi; ulus devletin dengelenmesidir. Ulus devlet kendi egemenlik faaliyetlerini korumak için haberleri tekrar üretir ve kendi imleriyle tekrar dağıtır. CNNTürk'ün Kobani haberlerinde Türkiye'deki söylem seçkinleri ve elitlerin söylemleri üzerinden haberlerin yapıldığı görülmektedir. Hafez (2012)'in çalışmasında olduğu gibi ulusal ilgiler ya da ulusal kültürel algılar genelde hüküm sürer. Kobani olaylarında bunun en önemli kanıtı CNN International'ın Kobani haberlerinde islamla şiddeti beraber kullanırken, CNNTürk Kobani haberlerinde ülkemizin kültüründen dolayı islam ile İşid'i beraber kullanmaz ve bu durumdan rahatsız olur. Faaliyetlerden ikincisi; uluslar arası politik ve ekonomik çatışmaların güçlendirilmesidir. CNN International Kobani haberlerinde Batı-İslam karşılaştırması içinde yapmaktadır. Küresel medyanın egemen gücü açık açık belirtmesinde islam karşıtlığıyla alakalı haber yapmaktadır. Bu yüzden haberlerinde şiddet ile islamı yan yana kullanmaktadır. Davison'un "Kitle İletişimi ve Uyuşmazlık Çözülmesi" (1974) çalışmasına göre medya uyumsuzluğu farklı taraflardan görerek haber kalitesi ve sayısını iyileştirmelidir; fazlasıyla tehlikeli hale gelmeden çatışmaları duyurarak 'erken uyarı sistemlerini' geliştirmelidirler; dramatik dil ve duygusal hikaye anlatımını kullanarak kamu duygularını coşturmaktansa, barış için bir atmosfer yaratmalıdırlar; ve politikacılarına barışçıl çözümler aramalarını hatırlatmalıdırlar. 'Birbirine bağlantılılığın' geliştiği ve ekonomik bağların küreselleştiği bir dünyada, medyanın, eğer Davison'un kriterlerine bağlı kalmazlarsa, çatışmaları etkisiz hale getirmektense güçlendirmesi tehlikesi gittikçe artmaktadır. Faaliyetlerden üçüncüsüde; uluslararası kültürel çatışmaların güçlendirilmesidir. Bu faktör ikinci faktörle benzerlikler göstermektedir. Medeniyetler çatışması bu faaliyetin başlangıç noktasıdır. Kültürel sembollerin şifrelenmesi ve şifrelerinin çözülmesi kültürel anlamın yorumlanmasının planlanmamış bir sürecidir ve bu sebeple bu faktör kültürler arası farklılıkların önemini vurgular (Huntington, 1993). Bu sebeple uluslararası medya seçkinleri ve elitleri başka ülkelerde kültürel motifler olarak algıladıklarını yorumlayan ve kendi kültürleriyle bunları karşılaştıran kültürel çevirmenler oldukları için önemli bir anahtar pozisyona sahiptirler. CNN International Kobani sebebiyle ülkemizdeki protesto gösterilerini veya Türkiye-Suriye sınırında gördüklerini CNNTürk'e göre farklı haber yapmaktadır. Protestoların, bazılarının Kobani ile ilgili olmamasına rağmen altındaki koddan farklı olarak haber yapmaktadır. CNN International Kobani haberlerinde Türklerle-Kürtler arasında süren mücadele için altın fırsat olduğunu ve protestoların Türk-Kürt çatışmasını arttırdığını söyler, aslında bu çatışmaların artması ne çözüm sürecine ne de bölgedeki insanlara hiç bir katkısı yoktur. Ancak haberi bu şekilde yaparak kültürel çatışmaları arttırmaktadır. CNNTürk ise Kobani haberlerinde, CNN International'ın tam tersi bir tavır alır, çünkü kültürel çatışmaların artması ulus devlet yapısını bozan bir olaydır ve ulus devlet yapısının işletmenin elde ettiği karı da etkilemektedir. CNNTürk Kobani haberlerini verirken, Kobani olaylarının devam etmesinin ülkede yaşayan göçmen sayısını arttıracaklarını vurgulamaktadır ve bir çözüm arayışındadır. Son faktör ise yerel kültürler arası ve etnik çatışmaların güçlendirilmesidir. CNN International Kobani haberlerinde Kürt grupların ve islamın çarpıştığını göstermektedir. Bunun yanında islamın kendi içindeki mezhepleri sünni ve alevi olarak da vermektedir. Sünni olan İşid ile Sünnide olsa kürt grupların yanında Özgür Suriye Ordusu (ÖSO)'nun destek vererek operasyon düzenlediğini haber yapar. İşid ile ÖSO çatışması aslında sünni-alevi çatışmasıdır ve özellikle CNN International bunu görüntülerle destekler.

Günümüzde küreselleşme teorisyenlerinin bahsettiği gibi tam anlamıyla ulus-devlet yapısının aşınmadığı görülmektedir. ulus devlet hala çok güçlü olduğu görülmektedir. Sahip olduğu egemenlik gücü üzerinde medya kuruluşlarına müdahale edebilmektedir. Ülkemizdeki medya kuruluşları çapraz mülkiyet yapısındadır ve medya kuruluşlarının da birinci amacı kardır. Ticarileşme ve ulus devletin medya sistemleri üzerinde kurduğu egemenlik sisteminin sınırlarını oluşturmaktadır. Devletten ihale alamamak, teşvik, vergi cezaları medya sahiplerini korkuttuğu için devletle iyi ilişkiler içinde olmak zorundadırlar. Bunun yanında yerel dinamiklerde eskiye göre önem kazanmaktadır. Türk medyasının temel nitelikleri arasında bulunan milliyetçilik ve militarizm hala çok güçlüdür. CNNTürk'ün yaptığı haberlerde bu açıkça görülmektedir ve bu haberler CNN Internatioanl'ın haber şekilleriyle çelişmektedir. Ulus-devletin yapısından dolayı medyanın ne söylediğinin yanında ne söylemediği daha önemlidir. CNNTürk'de iktisadi, ideolojik ve siyasi olarak güçlülerin gücünü pekiştirecek şekilde haber verdiği görülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Boyd-Barrett, J.O. (1987) Media Imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media Systems", Mass Communication and Society, Ed. James Curran, Michael Gurevitch, Janet Wollacott, Londra, Sage, s. 117-135.
- Bryane, M. (2002). Theorising the Politics of Globalisation: A Critique of Held et al.'s 'Transformationalism'. Journal of Economic and Social Research. 4 (2): 3-17.
- Butterwegge, C. (1996). Migrant(inn)en und Massenmedien, in Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung (ed.), Ethnisierung gesellschaftlicher Konflikte, Bonn, Friedrich- Ebert-Stiftung, pp. 55-79.
- Büyükoztürk, Ş. (2001). Deneysel Desenler. Ankara: Pegem A Yayıncılık
- Carey, J. W. (1983). High speed communication in an unstable world, Chronicle of Higher Education, 27 July, p. 48.
- Castells, M. (2000). Toward a Sociology of the Network, Comparative Sociology, 29/5, s. 695
- Castells, M. (2013). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Binyılın Sonu, Üçüncü Cilt İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları
- Cheviron, N. T. (2014). Küresel İletişim, İstanbul, Ekslibris Yayıncılık
- Chomsky, N. (2001). Sömürgecilikten Küreselleşmeye. İstanbul, Ütopya Yayıncılık
- Chomsky, N. (2001). Amerikan Müdahaleciliği, Çev. Barış Zeren vd., Aram Yayınları, İstanbul
- Chomsky, N. (2001). Demokrasi, Gerçek ve Hayal. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Davison, W. P. (1974). Mass Communication and Conflict Resolution. The Role of the Information Media in the Advancement of International Understanding, New York, Praeger
- Dirik, Ç. (2007). Küreselleşme Çerçevesinde, Küresel Medya-Türk Medyası İlişkisi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi SBE
- Fox, J. (2002). Chomsky ve Küreselleşme: Postmodern Hesaplaşmalar. İstanbul, Everest Yayınları
- Friedman, T (1999). Lexus ve Zeytin Ağacı: Küreselleşmenin Geleceği. İstanbul, Boyner Yayınları
- Girgin, A. (2002). Uluslararası İletişim, İstanbul, Der Yayınları
- Hafez, K. (1999). International news coverage and the problems of media globalization. In search of a 'new global-local nexus', Innovation: The European Journal of Social Science Research, 12:1, 47-62,
- Hall, S. (1981). Encoding/decoding, in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. and Willis, A. (eds), Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79, London,

- Held, D. vd. (1999). *Global Transformations-Politics, Economics and Culture*. Oxford: Polity Press
- Held, D. & McGrew, A. (1998). *The End of the Old Order? Globalization and the Prospects for World Order*. *Review of International Studies*. 24: 219-245.
- Huntington, S. P. (1993). *The clash of civilizations?*, *Foreign Affairs*, Vol. 3, pp. 22-49
- Ilgaz, C. (1999). *Uluslararası Haberleşme Sistemi ve Az Gelişmiş Ülkeler*, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, S.: 9,
- Kriener, M. & Meckel, M. (1996). *Internationale Kommunikation. Begriffe, Probleme, Referenzen*, in Meckel, M. and Kriener, M. (eds), *Internationale Kommunikation. Eine Einführung*, Opladen, Westdeutscher Verlag, pp. 11-18.
- Martinelli, A. (2003). *Global Order or Divided World?: Introduction*. *Current Sociology*. 51(2): 95–100.
- McChesney, R.W (2003) “Küresel İletişimin Politik Ekonomisi” çev. Çınga, S.N. vd., McChesney, R.W., Wood, E.M., Foster J.B. (der.) *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı – Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi*, içinde Ankara: Epos Yayınları, 7-38.
- Morley, D. & Robins, K. (1997). *Kimlik Mekânları Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar*, çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları
- Rosecrance, R. (1973). *International Relations: Peace or War?*, New York, McGraw-Hill
- Thompson, J. B. (2008). *Medya ve Modernite*, İstanbul, Kırmızı Yayınları
- Tomlinson, J. (2004). *Küreselleşme ve Kültür*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları
- Wallerstein, I. (2004). *Dünya Sistemlerinin Analizi: Bir Giriş*. İstanbul: Aram Yayıncılık
- Wallerstein, I. (2004). *21. Yy’da Siyaset*. İstanbul: Aram Yayıncılık
- Yolcu, Ö. (2008). *Küreselleşme Bağlamında İnternet Yayıncılığı ve Küresel Medya Kuruluşlarının İnternetteki Türkçe Yayınları*, İstanbul Üniversitesi, Doktora Tezi, İstanbul
- <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001887/188715eo.pdf> (Erişim Tarihi: 15.11.2015)
- <http://www.forbes.com/sites/panosmourdukoutas/2013/07/17/worlds-500-largest-corporations-in-2013-the-chinese-are-rising/> (Erişim Tarihi: 20.11.2015)
- [http://webapps.aljazeera.net/ajit/interactive/Kobani\\_onemi/untitled-5.html](http://webapps.aljazeera.net/ajit/interactive/Kobani_onemi/untitled-5.html) (Erişim Tarihi: 20.11.2014)
- <http://fortune.com/global500> (Erişim Tarihi: 20.11.2015)
- [http://www.dyh.com.tr/\\_files/raporlar-ve-sunumlar/DYH\\_Faaliyet\\_Raporu\\_2010.pdf](http://www.dyh.com.tr/_files/raporlar-ve-sunumlar/DYH_Faaliyet_Raporu_2010.pdf) (Erişim Tarihi: 25.11.2015)