

# ULUSLARARASI İLETİŞİM



## İÇİNDEKİLER

- Uluslararası İletişim Kavramı
- Uluslararası İletişimin Nedenleri
- Uluslararası İletişimin Doğası
- Uluslararası İletişimin Altyapısı
- Uluslararası İletişimin Unsurları
- Uluslararası İletişimin İşlevleri
- İletişim ve Güç: Küresel Medya Sistemleri
- Küreselleşme ve Uluslararası İletişim



## HEDEFLER

- Bu üniteyi çalıştıktan sonra;
  - Uluslararası iletişimin temel dinamiklerini ve unsurlarını sıralayabilecek,
  - Uluslararası iletişim politikalarının geçirdiği dönüşümü açıklayabilecek,
  - Uluslararası iletişimle sömürgecilik arasında ilişki hakkında bilgi edinebilecek,
  - Küreselleşme sürecinde uluslararası iletişimin nasıl işlediğini değerlendirebileceksiniz.

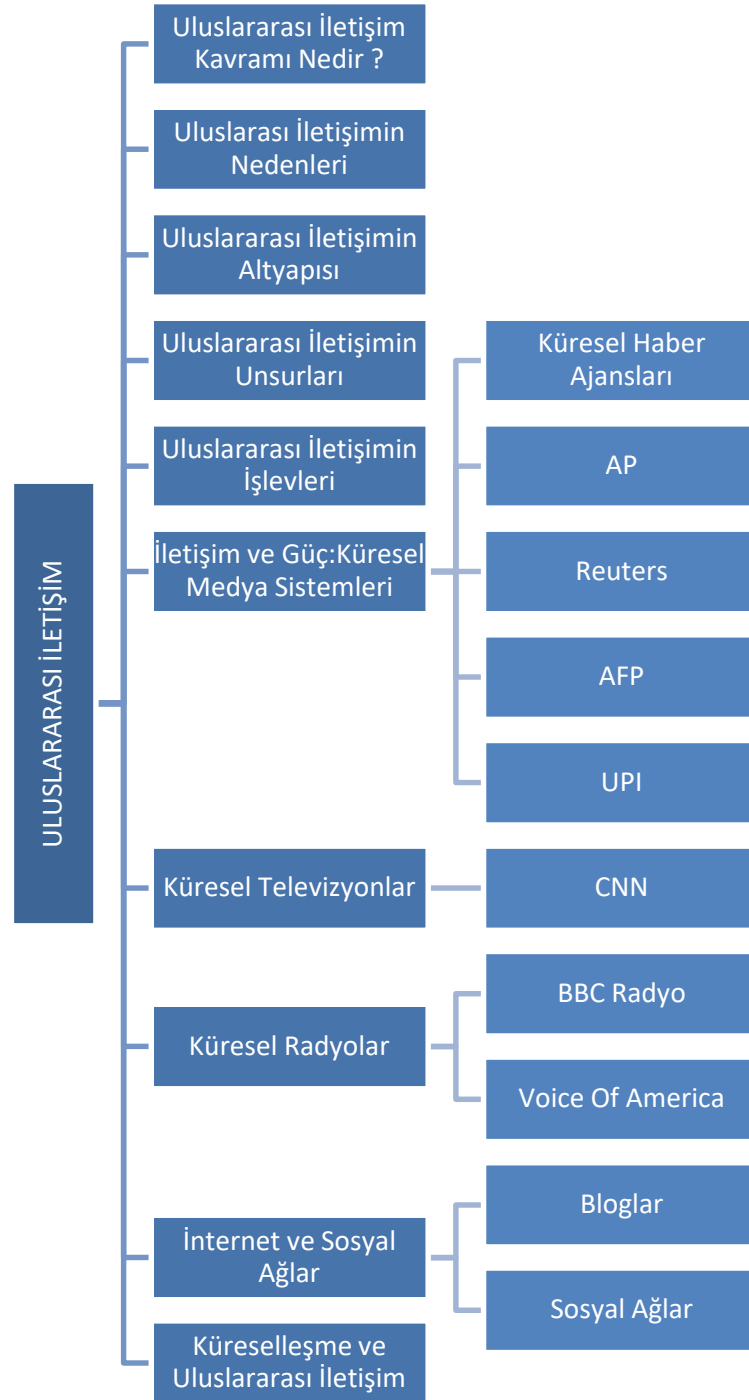


**Atatürk Üniversitesi**  
Açıköğretim Fakültesi

## İLETİŞİME GİRİŞ

**Doç. Dr. Besim  
YILDIRIM**

## ÜNİTE 12



## GİRİŞ

İletişimin en geniş arenada gerçekleştirildiği bir tür olan uluslararası iletişim, makro düzeydeki ilişkileri işaret etse de iletişimin bütün boyutlarını taşımaktadır. Öyle ki kişilerarası iletişimden, grup ve örgüt iletişimine ve kitle iletişim araçları marifetiyle gerçekleşen kitlesel iletişime kadar iletişimin her düzey ve boyutu uluslararası iletişiminin içinde yer almaktadır. Yine başta diplomatik ilişkiler olmak üzere ticari, ekonomik, kültürel, sosyal ve diğer alanlardaki ilişkilerin tümü, ulusların diğer uluslarla kurdukları iletişimin boyutları bağlamında gerçekleşir.

Devlet adamları, imparatorlar, krallar, padişahlar arasında ulaklarla veyahut hediyeleşme ya da kraliyet ve saray mensuplarının başka imparatorluk mensubuyla evlenmesi gibi yollarla tarihin en eski dönemlerinde bile uluslararası iletişim değişik düzeylerde hep var olmuştur. Önceleri sadece diplomatik ilişkiler düzeyinde gerçekleşen uluslararası iletişim sosyal, siyasal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler bağlamında politik, kültürel, ekonomik, eğitim, turizm, spor, çevre vd. gibi hemen her alanda kendini göstererek, egemenlik ilişkilerinde belirleyici bir unsur olmuştur. Bunların yanında uluslar arasında gelişen bütün ilişki biçimleri de uluslararası iletişimin ilgi alanına girmektedir. Başka bir deyişle, uluslararası ilişkilerin olduğu her edim, uzam ve zamanda uluslararası iletişimin varlığından söz edilebilir.



Uluslararası ilişkilerin olduğu her edim, uzam ve zamanda uluslararası iletişimin varlığından söz edilebilir.

Uluslararası iletişim kapsamında ele alınan ülkeler arasındaki ilişkiler tek yönlü olabileceği gibi, çift yönlü veya çok yönlü de olabilir. Bir ülkenin kendi başına bir veya birden fazla ülkeyi ilgilendiren konularda diyaloga girmeden, tek taraflı olarak aldığı ve uyguladığı ilişkiler *tek yönlü iletişimi*; ülkelerin ikili ilişkiler bağlamında karşılıklı anlaşarak veya anlaşamayarak yürüttükleri ilişkiler ise çift *yönlü iletişimi* oluşturur. *Çok yönlü iletişim* ise; ülkelerin bölgesel (AB- Avrupa Birliği, İKO-İslam Konferansı Örgütü, KEİ: Karadeniz Ekonomik İş Birliği, NAFTA- Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması, NATO) ve küresel düzeyde (NATO- Kuzey Atlantik Antlaşması Teşkilatı, BM-Birleşmiş Milletler) örgütlenerek yürüttükleri ilişkileri kapsar[1].

Uluslar arasında var olan bütün ilişki biçimleri uluslararası iletişim kapsamında değerlendirilir. *Uluslararası iletişim; sadece kitle iletişim ürünlerinin (TV programlarının, sinema yapıtlarının, müzik ve diğer popüler ürünlerin) akışı ya da kültürel ilişkileri değil, aynı zamanda sermayenin ve emeğin akışı ve kullanım biçimini de içerdiğinden bu iletişim çoğu kez eşit ve dengeli bir düzlem içinde gerçekleşmez.* Çünkü uluslararası iletişim sürecinde siyaset ile ekonomi iç içedir ve her siyasalın temelinde daima kısa veya uzun vadeli ekonomik çıkar ve güç hesapları yatar[1]. Bu açıdan değerlendirildiğinde uluslararası iletişimin dünyadaki küresel ekonomi, siyasal ve kültürel pazar yapısından bağımsız olmadığı görülecektir. Bu yüzden de bu pazar yapısının işleyişine uygun, belli egemenlik ilişkileriyle ilerler ve değişen güç yapılarına göre yeniden şekillendirilebilen dinamik bir yapıya sahiptir.

Bu bölüm yukarıda ifade edilenler çerçevesinde iletişimin uluslararası boyutunu ele alarak kitabın diğer bölümlerinde oluşturulan iletişim alanına yönelik

altyapıya katkı sunmayı amaçlamaktadır. Bölümde uluslararası iletişim düzeni siyasal, ekonomik ve kültürel boyutlarıyla irdelenerek, sanayi sonrası küresel kapitalizm koşullarıyla bağlantılı bir şekilde değerlendirilecek ve okuyucuya uluslararası iletişime yönelik eleştirel bir perspektif kazandırmaya çalışılacaktır.

## ULUSLARARASI İLETİŞİM KAVRAMI

Ulusların temel iletişim davranış kodlarını betimleyen uluslararası iletişim kavramı; ulusların birim değer olarak konumlandığı ve aralarında sosyal, kültürel, ekonomik, askeri, teknolojik vb. her türlü ilişkinin söz konusu olduğu amaçlı ve özünde egemenlik mücadelesine dayanan bir iletişim türünü ifade eder. Uluslararası iletişim tarihseldir ve her tarihsel döneme ilişkin belli yapısal özellikler taşımakla birlikte, temel dinamikleri 1950’lerden itibaren dünyanın hızla küreselleşmeye başladığı süreçte belirlenmiştir. Bu dönemden itibaren uluslararası sermaye ve enformasyon ağlarının belirlediği kurallara göre işlemeye başlayan uluslararası iletişim, günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte çok uluslu sermayenin dünya çapında ulusal politikaları ve ekonomik uygulamaları düzenleyen[2] bir güç hâline geldiği süreci ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında “uluslararası iletişim egemen güçlerin ideolojisine göre demokrasinin, özgürlüğün, dayanışmanın, ortak yaşamın, kalkınmada yardımlaşmanın, rekabet ve fırsat eşitliğinin, teknoloji ve bilgi transferiyle geçirilebilecek bazı dengesizliklerin egemen olduğu bir alanı”[3] ifade ettiği söylenebilir.



Uluslararası iletişimin doğasında, gelişmiş ülkeler arasında pazar tutma, genişletme ve pazar payını artırma gibi politikalar başat konumdadır.

## ULUSLARARASI İLETİŞİMİN NEDENLERİ

Uluslararası iletişimin *tanıtım* ve *denetim* olmak üzere öne çıkan iki temel nedeni vardır. Tanıtım, daha çok propaganda faaliyetleri etrafında şekillenmektedir. Hangi yönetim biçimi olursa olsun her bir örgütlü devlet kendi varlığını sürdürmek, egemenlik kurmak ve bu egemenliği devam ettirmek için iç ve dış çevreyi sürekli olarak gözetim ve denetim altında tutma çabasıdır. Bunun için de iletişim, devletler için büyük önem taşımaktadır. *İnsan toplulukları kurdukları devlet yapıları biçiminde örgütlenmeye başladıkları tarihlerden itibaren varlıklarını sürdürecek ve diğer devletler nezdinde kendilerini avantajlı konuma taşıyacak propaganda faaliyetlerini gerçekleştirebilecekleri iletişim sistemleri kurmuşlardır*[4].

Denetim ise uluslararası iletişimin tanıtım ve propaganda faaliyetlerinin devamı niteliğindedir. Özellikle kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte, başat ekonomik güçlerin dünya sisteminde ayrıcalıklı bir konuma sahip oldukları ve diğer uluslar üzerinde eşitsiz ilişkilerin kurulduğu egemenlik alanı oluşturulmuştur. Bu çerçeveden düşünüldüğünde uluslararası iletişim, uluslar arasında yaşanan ekonomik, askerî ve siyasal egemenlik mücadelelerinin doğasını anlatır.

## ULUSLARARASI İLETİŞİMİN DOĞASI

Uluslararası iletişimin doğasını belirleyen en önemli unsur; hiç kuşkusuz kapitalist sermayenin askerî, ekonomik ve kültürel egemenlik ilişkileri bağlamında kurduğu küresel pazardır. Uluslararası iletişimin doğasında, gelişmiş ülkeler

arasında pazar tutma, genişletme ve pazar payını artırma gibi politikalar başat konumdadır ve bu konuda kıyasıya rekabet vardır. Gelişmiş ülkelerle gelişmemiş ülkeler arasında ise ilişkiler; meşrulaştırma çerçevesinde kontrol, sindirme, tehdit ve bağımlılık biçiminde gelişir. Bu ilişki tarzının işe yaramadığı durumlarda da kaba güce dayanan yöntemlerle gerçekleşir.



Uluslararası iletişim sisteminde kitle iletişimine verilen önemin nedeni, uluslararası sermayenin sürekliliği için küresel iletişim sistemlerine duyduğu ihtiyaçtır.

Kitle iletişiminde hızla artan teknolojik ve ekonomik gelişmeler küreselleşme denilen süreci doğurmuş, bu süreç ulusal ve bölgesel kimliklerin kaybedilmesinin yanında güçsüz devletlerde kültürel, ekonomik, teknolojik, askerî ve siyasal bağımlılık yaratmıştır. Bu durumun kaçınılmaz sonucu olarak da uluslararası iletişimin doğası zenginden yoksula, güçlüden güçsüze, kuzeyden güneye doğru tek yönlü biçimde gelişmiş ve hemen her alanda iletişim halkaları dengesiz ve adaletsiz biçimde kurulmuştur.

## ULUSLARARASI İLETİŞİMİN ALTYAPISI

1900'lü yılların ikinci yarısından sonra uluslararası iletişim sürecinin temel dinamikleri arasında sermayenin uluslararasılaşması ve küresel medya sistemi belirleyici bir rol üstlenmiştir. Özellikle 1970'lerden sonra ivme kazanan, ulus devletlerde yabancı yatırımları kolaylaştıran, neo-liberal politikalar, başta ABD olmak üzere İngiltere ve Fransa gibi güçlü Avrupa ülkelerinin üçüncü dünya ülkelerinin enformasyon alanındaki pazar potansiyelini fark etmesine, bu ülkelere altyapı ve teknoloji transferi yapmasına neden olmuştur[5]. İletişim ağları olmaksızın sermayenin uluslararası işleyişi ekonomik ve siyasal açıdan süreklilik sağlayamayacağından, enformasyon alanındaki bu yatırım, güçlü ulusal sermayelerin uluslararasılaşmasına yol açan ve hatta kolaylaştıran bir sürecin kapısını aralamıştır. Finansal ve endüstriyel sektörlerin tamamının yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı fırsatlar çerçevesinde ayakta durduğu göz önünde bulundurulduğunda, büyük kapitalist devletlerin diğer devletlerin enformasyon altyapısıyla neden yakından ilgilendiği sorusu daha anlaşılır olmaktadır.

İletişim teknolojileri kavramı genel bir teknolojik yapının içindeki özel bir yapıyı ifade eder. Bu yapı ise teknolojik araçlar üreten ve bu araçlarla aracılanmış iletişimi ortaya çıkarıp, geliştiren yapıdır. Yani bu yapıdan kastedilen şey uluslararası iletişim bağlamında etkisi ve belirleyiciliği en fazla olan kitle iletişim araçlarıdır. *Öyle ki uluslararası ilişkiler sisteminde 1980'lerden itibaren ön planda olan kitle iletişimindeki tek yönlü egemenlik ilişkileri ideolojik emperyalizm, kültürel emperyalizm, yeni-emperyalizm, medya emperyalizmi gibi kavramlarla betimlenmektedir*[1].

Uluslararası iletişim sisteminde kitle iletişimine verilen önemin nedeni şüphesiz ki uluslararası sermayenin sürekliliği için küresel iletişim sistemlerine duyduğu ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır. Baskı, sindirme, terör gibi unsurlar her ne kadar uluslararası ilişkiler sisteminde varlığını devam ettirse de yaşanan çağ gereği bu yöntemlerden ziyade ikna yolunun kullanılması büyük önem taşımaktadır. Gramschivari rıza ve itaat unsurlarını taşıyan bir 'hegemonya'nın oluşturabilmesi için ise kitle iletişimi biçilmiş kaftandır. Ayrıca uluslararası şirketler, giderek yoğunlaşan rekabet ve mücadelede kitleleri sürüklemek ve etkilemek için

kitle iletişime ihtiyaç duyarlar. Öte yandan hem devlet, hem de şirketler bazında iletişim teknolojisinin bilgi toplama, depolama ve dağıtmada hızla artan kapasitesinin kullanılmasının sağladığı olanaklardan faydalanma isteği de uluslararası iletişim sürecinde kitle iletişimi önemli kılan etkenlerden birisidir[6].

Uluslararası iletişim düzeninde küresel medya faaliyetleri, birbiriyle ilişkili ve tüketici/bağımlı durumdaki ülkelerin gelişme karakterine ve durumuna göre bunlardan bir veya ikisinin büyük ağırlık kazandığı, dört ilişki biçiminde ele alınmaktadır[6]:

**1. İletişim teknolojisi ve ilişkileri:** İletişim teknolojisinin kaynakları, biçimi, üretimi ve teknolojinin transferini kapsayan bu ilişki biçiminde teknolojiye, özellikle de bu teknolojinin maddesel bir ürünü olan araca (TV, radyo, bilgisayara, tablet, akıllı telefon vb.) bağımlılık ön plana çıkar. Yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve biçimlendirilmesi Amerika, Japonya, gelişmiş Avrupa ülkeleri gibi ileri kapitalist ülkelerin pazarlarında gerçekleştirilmektedir. Buralardan da diğer devletlere yayılmaktadır. Bu durum aslında teknolojinin yayılması değil, teknolojik araçların yayılması olarak ifade edilmektedir. Öte yandan teknolojinin gelişmesi ve yayılmasıyla birlikte iyimser çevreler tarafından ulusal ve uluslararası ölçekte eşitlik umutları dillendirilse de küresel hiyerarşik dünya sistemi göz önüne alındığında, teknolojinin siyasal ve ekonomik çıkarların ifadesi olduğu ve kontrol edenlere hizmet ettiği rahatlıkla anlaşılabacaktır.

**2. İletişim teknolojinin (medyanın) örgütlenmesi ve örgüt transferi:** Bu ilişki biçimi örgütsel ve finans yapıları, yapı değişimleri, yapısal ilişkiler, örgütsel yapıların transferi konularını kapsar ve iletişim araçlarının biçim ve çalışma tarzlarını ifade eder. Kapitalist sistem, üretimi kendi çıkarları, değerleri ve pratikleri bağlamında biçimlendirebilmesi için buna uygun bir örgütlenme tarzına ihtiyaç duyar. *Genel anlamda kapitalist dünyada özel teşebbüs ve kamu sistemlerinin egemen olduğu iki tür örgütlenme şekli vardır.* Özel teşebbüsün hâkim olduğu sistemde kamu servisi, sistemin güçsüz ve önemsiz bir parçasıdır. Kamu servisinin egemen olduğu sistemlerde ise bu egemenlik sadece yayın (radyo-TV) sistemini kapsar, diğer araçlar özel teşebbüsün elindedir. Ancak her ne kadar mülkiyet konusunda özel ve kamu biçiminde ayırım yapılmış olsa da kontrol yapıları ve yayın politikası konusunda birbirinin içine geçmiş güç ilişkilerinin belirleyici olduğu unutulmamalıdır.

**3. İletişim teknolojinin (medyanın) ürün üretimi ve dağıtımı:** Bu ilişki biçimi medyanın ürettiği ürün\ileti biçimlerini ve pazar ilişkilerini anlatmaktadır. Tıpkı teknolojinin somut bir ürünü olan araç gibi, bu araçla üretilen ürün ve iletiler de gelişmiş kapitalist dünyadan gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelere doğru transfer edilmektedir. *İçerik üretiminde de bağımlı pazar olan bu ülkeler kendi üretim olanakları ellerinden alınmış, yozlaşmış, taklitçiliğe, kopyacılığa ve hatta korsanlığa yönelmiş, dış ürünlerin egemenliğindeki tüketici ülkeler konumundadır.* Örneğin, Amerika'nın ekonomik ve siyasal pazar gereksinmelerine göre yapısal bir biçim alan Hollywood sineması diğer ülkeler tarafından taklit edilmiştir. Ya da bugün birçok kişiyi ekranlara kilitleyen hemen her kanalda yer alan yarışma



Uluslararası iletişim düzeninde küresel medya faaliyetleri dört ilişki biçiminde ele alınmaktadır.

programları yurt dışından ihraç edilmiştir. Bütün bunlar kültür endüstrisi olarak adlandırılan medyanın kültür emperyalizmi açısından ne denli önemli bir işlev gördüğünün kanıtıdır.

**4. İdeolojik destek:** Bu ilişki biçimi, günlük iletişim faaliyetlerini idealleştiren değerler sistemini, medya profesyonelizmini, profesyonel ideolojiyi ve medya politikasını kapsar. Araç ve örgütsel transfer sadece örgütün taklidi ya da kopyası girişimlerini içermez, aynı zamanda örgütsel pratik biçimlerini ve bu pratiklerin varsayımlarını da beraberinde getirir. Öyle ki kültürel bağımlılığın en önemli parçalarından biri olan medya profesyonelizmi, teknolojik araç ve ürün transferine paralel olarak ithal edilmiş bir ideolojidir. İletişim örgütlerinde “uygun” profesyonel iş görme ritüelleri ve meslek ahlakı, neyin “uygun” ve neyin “uygunsuz” olduğu hakkındaki tutumlar, ideolojik varsayımlar örgütün çalışma biçimini ve ideolojik profesyonel kültürünü belirler. Yine burada da genel Amerikan ideolojisinin ve medyayı içeren özel ideolojik değer yargılarının egemenliğinin dünyaya yayıldığı görülmektedir. Örneğin, habercilik açısından düşünüldüğünde Amerika’da 19. yüzyılda liberal basın anlayışı çerçevesinde geliştirilen ve bugün tüm dünyada ana akım medyanın haber üretim pratiklerinde temel aldığı profesyonel haber ölçütleri, neyin haber olup, neyin olmayacağına karar vermede başat bir konumdadır.



Uluslararası iletişimi mümkün kılan ve sürekliliğini sağlayan aynı zamanda egemenlik ilişkileri çerçevesinde ülkelerin kapitalist sistemindeki yerini pekiştiren birçok unsur vardır.

## ULUSLARARASI İLETİŞİMİN UNSURLARI

Uluslararası iletişimi mümkün kılan ve sürekliliğini sağlayan aynı zamanda egemenlik ilişkileri çerçevesinde ülkelerin dünya kapitalist sistemindeki yerini pekiştiren birçok unsur vardır. Bunlar arasında ulusal ve uluslararası örgütlenen sivil ve kurumsal hareketler, diplomatik ilişkiler, turizm, sanat, spor ve kültürel faaliyetlerin yanında çoğunlukla uluslararası pazar yapısının çıkar hesapları çerçevesinde yaşanan savaşlar, terör olayları, iltica ve bu olayların sonucu olarak yaşanan zorunlu göç gibi unsurlar yer almaktadır.

**Ekonomik ilişkiler:** Uluslararası iletişimin temelinde ekonomik işbirlikleri ve ekonomik çıkar çatışmaları vardır. Başka bir *deyişle uluslararası iletişimin temelinde daima kısa veya uzun vadeli ekonomik çıkar ve güç hesapları yatmaktadır*[1]. Örneğin; Amerika Birleşik Devletleri 1948-1951 yılları arasında Türkiye ve Ortadoğu’daki diğer devletlerden oluşan 16 devlete, komünist Rusya’ya yaklaşmaması için, antikomünist hedefleri olan bir ekonomik yardım paketi olarak bilinen Marshall Planı’nı devreye sokmuştur. Bu örnekten de anlaşılacağı gibi uluslar arasındaki ekonomik ilişkiler de yine güçlü ülkelere yoksul bırakılan ülkelere doğru tek taraflı ve zora dayalı biçimde işlemektedir. Avrupa Birliği’nin, IMF’nin veya Dünya Bankası’nın yıllar boyunca Türkiye ve diğer gelişmekte olan ülkelere dayattığı politikalarla tek taraflı bir ekonomik ilişki oluşturması da bu konuda verilecek diğer önemli bir örnektir. Bu durumun sonucu olarak bu devletler, sadece ekonomik olarak değil, ekonomik bağımlılık çerçevesinde siyasal, kültürel ve askerî alanda da tek başına karar veremeyecek duruma getirilmişlerdir.





## Bireysel Etkinlik

- Marshall Planı hakkında internet üzerinden bilgi toplayarak, Amerika'nın uluslararası iletişim yönteminin doğasını değerlendiriniz.

**Teknolojik olanaklar:** İletişim teknolojileri uluslararası iletişimi kolaylaştıran

önemli bir unsurdur. İletişim teknolojilerinin etkisi sadece mesafenin belirleyici etkisini azaltmakla veya sıfıra indirmekle sınırlı değildir. Bunun yanı sıra özellikle zamanı sosyal değişimin önünde önemli bir engel olmaktan çıkaran küresel sanal gerçekliğin yaratılmasında önemli bir rol oynadığından dolayı önemlidir. Diğer taraftan teknoloji uluslararası iletişim sürecinde her bir ulus arasındaki mücadeleye yön veren bir etkidir. Zira teknolojik olanaklara sahip olma veya teknoloji üretme gibi unsurlar bir ulusun diğerine üstünlük kurması ya da bağımlılık oluşturmaları için yeterlidir.

**Göçler:** İnsanların uluslar arasında gruplar hâlindeki hareketi genellikle

gelişmemiş ülkelere gelişmiş ülkelere doğru olmuştur ve olmaktadır. Bunun en önemli nedeni; kapitalist pazarın yarattığı felaket ve yoksulluk koşullarından kaçarak, iş bulma ve daha iyi koşullarda yaşama hayalidir. Uluslararası işçi kullanımının kölelikle başladığı söylenebilir. *Kapitalizmin gelişmesiyle birlikte kölelik çağa uygun bir şekilde meşrulaştırılarak 'ucuz iş gücü' biçimine dönüştürülmüştür.* İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa ülkeleri ucuz iş gücü elde edebilmek için belirli bir süre için kontratla diğer ülkelere işçi ithal etmişlerdir. Çoğunluğu Almanya'da olmak üzere Avrupa'daki Türk vatandaşları bu gruba girmektedir. *Ancak neo-liberal politikalarla birlikte uluslararası sermayenin iş gücü bulma yöntemi de değişmiştir. Artık işçi ihraç etmek yerine daha ekonomik olanı yapmaktadırlar. Yani işi, ucuz iş gücünün olduğu yere taşımaktadırlar.* Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Vietnam, Kamboçya ve Çin başta olmak üzere birçok ülkede hükümetler yabancı yatırımcılara özel teşvikler vaat etmekte ve ucuz iş gücü sunmaktadır. Dünya kapitalist sistemindeki adaletsiz paylaşım ve acımasız rekabet, istikrarsızlaştırılmış, sömürülmüş ve yoksul bırakılmış ülkeleri ucuz iş gücüne mecbur bırakmaktadır. Ayrıca hangi nedenle olursa olsun uluslararası hareketlilik, iletişiminin uluslararası ve kültürlerarası bir düzeye ulaşmasını da sağlamaktadır.



İnsanların uluslar arasında gruplar hâlindeki hareketi genellikle gelişmemiş ülkelere gelişmiş ülkelere doğru olmuştur ve olmaktadır.



## Örnek

- Ülkelerindeki savaştan kaçarak daha iyi konumdaki ülkelere giden Afganlı ve Suriyeli göçmenler bu ülkelerde ucuz iş gücü olarak kullanılmaktadır.



**Diplomatik ve politik ilişkiler:** Ulusların birbirleriyle kurdukları diplomatik ve politik ilişkiler zaman zaman konjonktürel olaylar bazında belirlense de, bu ilişkilerin doğasında ekonomik ve teknolojik gücün etkisi vardır. Bunun yanı sıra diplomatik ilişkilerde bilgi birimi, entelektüel yeterlik, ileri görüşlülük ve sağduyu gibi ölçütler de önemlidir. Ancak son kertede diplomatik ilişkilerin yapısı uluslararası sermayenin amaç ve çıkarları bağlamında çerçevelendiğinden bu ölçütlerin işe yararlılığı çoğu kez ortadan kalkmaktadır.

**Mesleki işbirlikleri:** Uluslar arasında tüm mesleki alanlarda iş birliği mevcuttur. Akademik kongreler ve diğer meslek gruplarının toplantıları, eğitim kursları buna örnek verilebilir. Bu toplantılar meslek profesyonellerinin bir araya gelerek bilgi alışverişinde bulunmalarına katkı sağladığı gibi aynı zamanda turizm açısından da önem taşımaktadır.

**Uluslararası Örgütler:** Uluslararası iletişim açısından uluslararası örgütlerin ayrı bir önemi vardır. Bu örgütlerin bir kısmı Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği gibi resmi statüde sayılırken, Greenpeace ve Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN) gibi örgütler ise gönüllülük esasına dayanmaktadır. Her örgüt kendi etkinlik alanı bağlamında uluslararası iletişimi hareketlendirmektedir.

**Turizm ve sportif etkinlikler:** Ulaşım olanaklarının gelişmesi ve ucuzlaması, geniş kitlelere uluslararası hareket etme, başka ülkelere seyahat etme olanağını sunmaktadır. Yine sportif faaliyetler çerçevesinde yapılan uluslararası spor organizasyonları uluslararası hareketleri ciddi oranda artırarak uluslararası iletişimi canlı tutmaktadır. Örneğin; Dünya Futbol Turnuvası gibi büyük sportif etkinlikler uluslar açısından ekonomik, siyasal ve teknolojik olarak büyük önem arz etmektedir. Bu yüzden bu turnuvanın hangi ülkede yapılacağından, turnuvanın sponsoru ve turnuvada kullanılacak unsurların kararlaştırılmasına kadar müthiş bir uluslararası rekabet vardır. Bu kıyasıya çekişme uluslararası iletişimde güçlü olanın hedefleri çerçevesinde sonlanır.



Uluslararası spor organizasyonları uluslararası hareketleri ciddi oranda artırarak uluslararası iletişimi canlı tutmaktadır.



Örnek

- Olimpyatlar, dört yılda bir yapılan Dünya Kupası, Dünya Üniversitelerarası Yaz ve Kış Oyunları bu faaliyetlere örnek verilebilir..

**Sanat ve kültür:** Uluslararası iletişim açısından sanat ve kültür aktiviteleri önemli bir yer tutar. Son zamanlarda özellikle uluslararası sermaye yerel sanat ve kültür faaliyetlerine sponsor olarak dünya çapında reklam faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Yine UNESCO her yıl kültür ve sanat adına ülkelerin yerel isimlerini tanıtmak için o yılı, o ülkeye ait isme ya da sanat ve kültür değeri olan bir unsura atfetmektedir. Örneğin, 1997 yılı UNESCO tarafından ünlü Türk eğitimcisi Hasan Ali Yücel yılı ilan edilmiştir. 2010 yılında ise İstanbul Dünya Kültür Başkenti olarak ilan edilmiş ve uluslararası arenada tanıtılmıştır.

## ULUSLARARASI İLETİŞİMİN İŞLEVLERİ

Uluslararası iletişimi başlatan ve yönlendiren birçok neden vardır. Bu nedenlerin başında yukarıda da ifade edildiği gibi denetim ve tanıtım isteği bulunmaktadır. Ancak, *temel olarak uluslararası iletişimin çerçevesini ulusların diğer uluslar karşısındaki egemenlik kurma faaliyetlerinin oluşturduğu söylenebilir.* Güngör[4], uluslararası iletişimin işlevlerini aşağıdaki başlıklar bağlamında özetlemiştir:

**Pazar arayışı:** Ülkeler veya devletlerarası ilişkinin temelinde çoğunlukla piyasa arayışları vardır. Ülkeler ürettikleri ürünleri satmak için piyasa bulmaya çalışırlar. Sömürgecilik olgusunun temelinde de büyük oranda bu niyetin olduğu bilinmektedir.

**Bilgi toplama:** Özellikle günümüzde bilgi önemli bir güç alanı ve aracı hâline gelmiş bulunuyor. Bu nedenle de bütün devletler güçleri oranında bilgi savaşı içerisinde dirler. Başka devletler, ülkeler, toplumlar hakkında bilgi almak, her ülkenin kendi sürekliliği ve gücünü koruması açısından önemlidir.

**İdeolojik aktarım:** Uluslararası iletişimin temel işlevlerindendir. Dünya'nın güçlü ülkeleri kendi egemenlik alanlarını genişletebilmek, dünyanın geri kalanını kendi uydusu hâline getirebilmek için gerek kitle iletişim araçları yoluyla, gerek diplomatik ilişkilerle, gerekse de çeşitli toplantılar, örgütsel çalışmalar yoluyla sürekli ideolojik aktarım yaparlar.

**Bağımlılık ilişkisinin güçlendirilmesi:** Özellikle güçlü ülkeler dünyadaki siyasal ve ekonomik güç alanlarını korumak ve mümkünse genişletmek için açık ya da örtük bağlarla kendilerine bağlı ülkelerle yakın ilişkilerini sürdürürler. Bu ilişkiyi sıcak iletişimsel ilişki boyutunda sürdürmeyi tercih ederler.

**Kültürlerarası iletişimin güçlendirilmesi:** Uluslararası iletişimin önemli bir işlevi de kültürlerarası iletişimin güçlenmesine katkı sağlamaktır. Dünyada her bir ülkenin kendine özgü nüfus yapısı, coğrafi konumu, iklimsel koşulları, bunların yanı sıra sosyo-ekonomik özellikleri, tarihi, dili vardır. Bütün bunlar ülkeyi kültürel açıdan özgün kılar. Dolayısıyla her bir ülkenin kendine özgü bir kültürü vardır. Dünyada çok sayıda ülke bulunması, çok sayıda da kültürün olması anlamına gelir. Diğer yandan her bir etnik kesimin, ırkın, kabilenin, aşiretin vb. kendine özgü kültürü vardır. *Uluslararası iletişimin gelişmesine koşturarak dünyanın çeşitli yerlerindeki çeşitli kültürel düzeyler birbirlerinden haberdar olmuşturlar.*

**Küresel bir kültürün yerleşmesi:** Uluslararası iletişimin bir işlevi de dünya çapında küresel bir kültür üretimine katkı sağlamaktır. 1980'lerde konuşulmaya ve tartışılmaya başlanan küreselleşmenin önemli bir boyutu da kültürel açıdan kaynaşma veya benzeşme olduğu bilinmektedir. McLuhan, 1960'larda dünyanın gelecekte küresel bir köye dönüşeceğini söylerken, bunu daha çok kültürel düzeyde gerçekleştirilen kültürel aktarımın, dünyadaki kültürel farklılıkları bir araya getirerek, zaman içerisinde küresel bir kültürün gelişmesine ortam hazırlayacağını öngörmektedir.



Uluslararası iletişimin bir işlevi de dünya çapında küresel bir kültür üretimine katkı sağlamaktır.



## Bireysel Etkinlik

- Kitle iletişim araçlarının teknolojik gelişimi ve dünyayı küreselleştirmesi hakkında daha fazla bilgi için Marshall McLuhan ve Bruce Povers'ın "Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü, Yaşamda ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler" adlı kitabını okuyabilirsiniz.

**Küresel bir dilin yaygınlaştırılması:** Uluslararası iletişimin daha etkin kullanılması için kullanılan dilin önemi büyüktür. Bugün yaşanan duruma bakıldığında ise İngilizcenin egemenliği gözükmemektedir. Öyle ki, İngilizce okuyup anlayamayanların internet olanaklarından yararlanmaları neredeyse olanaksız duruma gelmiştir. Dünyada özellikle sanal ortamda tek dilin egemenliğine son verilerek çok dillilik uygulamasına geçilebilmesi için UNESCO çalışmalar yürütmektedir. Ancak yine de bütün diller İngilizce karşısında saflıklarını yitirme tehlikesiyle karşı karşıyadır.

**Küresel sermayenin güç kazanması:** Uluslararası iletişimin önemli bir işlevi de küresel sermayenin güçlenmesine katkı sağlamaktır. Bu katkı birkaç boyutta gerçekleşmektedir. Bir kere aralarında olumlu ve yakın iletişimsel ilişkiler bulunan ülkeler siyasal ve kültürel iş birliklerinin yanında ekonomik ve ticari ilişkiler de kurar ve geliştirirler. Dünyada bugün çok uluslu şirketler dönemi yaşanmaktadır. 1980'lerle birlikte uygulamaya başlanan neo-liberal politikalarla bu yöndeki süreç çok daha hızlanmıştır. Küreselleşmeye koşut olarak ulusal sermayeler, ülke sınırlarını zorlamaya başladılar. Bu zorlama kısa sürede uluslararası zincirlerin, holdinglerin, tekellerin yayılmasına ortam hazırladı. Bugün gelinen nokta küresel sermayenin dünya çapında egemenliğidir.

**Küresel iletişim sürecine girilmesi:** Uluslararası iletişim, bir yanıla küresel iletişim için de bir temel oluşturmaktadır. Bir yandan küresel kültürel alanın hızla genişlemekte olması, diğer yandan İngilizcenin giderek küresel dil hâline gelmesi, bunların yanında da çok uluslu medya kuruluşlarının dünyayı kuşatmakta olmaları yakın bir gelecekte küresel iletişimin de egemenliğini kuracağı sinyallerini vermektedir. Kaldı ki günümüzde özellikle de uydu üzerinden yayın yapan televizyonlar, internet üzerinden yayın yapan gazete ve radyolar, internet iletişim ağı, sanal arama motorları, veri tabanları, 3G teknolojisinin yaygınlaşması vb. pek çok teknolojik gelişme dünyayı hızla küresel iletişim olanaklarına yöneltmektedir.

## İLETİŞİM VE GÜÇ: KÜRESEL MEDYA SİSTEMLERİ

Tarih boyunca insan-insan, insan-toplum, insan-devlet, toplum-devlet arasındaki ilişkilerde güç ve egemenlik ilişkileri, kişilerarası iletişimden kitle iletişime kadar bütün iletişim süreçlerinde kilit öneme sahiptir. Güç ilişkilerinin bu önemi ve etkinliği elbette ki uluslararası iletişim süreci açısından da yönlendirici mahiyettedir. Dünya kapitalizmi ile eklemlenmiş ulaşım, ticaret ve sanayi gibi sektörlerin iletişim gereksiniminin artması, pazarın dikkatini enformasyon

Uluslararası iletişim, bir yanıla küresel iletişim için de bir temel oluşturmaktadır.



İletişim teknolojileri ekonomik ve siyasal yapıyla bütünleşerek haber ve bilgi akışının güçlü ülkeler lehine tek yönlü biçimde kurulması sonucunu doğurmuştur.

altyapısına çekmiştir[7]. Başka bir deyişle *uluslararası siyasal, kültürel ve ekonomik pazar yapısının işlemesi ve amaçlarına ulaşması da ancak iletişim ile mümkündür.*

Böylesi geniş oylumlu bir iletişim yapısı devletler düzeyinde ancak ikili ya da çok uluslu örgütlenmeler yoluyla yürütülür[1]. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ekonomik ve siyasal yapıyla bütünleşerek, uluslararası alanda, egemenlik ilişkileri çerçevesinde haber ve bilgi akışının güçlü ülkeler lehine tek yönlü biçimde kurulması sonucunu doğurmuştur. Öyle ki uluslar, kendi coğrafyalarıyla ilgili olayları bile küresel enformasyon taşıyıcısı konumundaki kanal ya da ağlar aracılığıyla, çoğu kez çarpıtılmış biçimde almaktadır. Uluslararası iletişim kapsamında son zamanlarda oldukça sık dile getirilen dengesizlik, eşitsizlik ve temsil sorunları, daha çok medya sistemleri bağlamında ve kitle iletişim araçlarında gerçekleşen tek yönlü bilgi akış kanalları ve türlerine ilişkin olarak yaşanmaktadır[8].

*Bu dengesiz ve eşitsiz bilgi akışıyla birlikte, üçüncü dünya ülkeleri zorunlu olarak Batı kültürüne maruz kalmakta ve bu kültürle bütünleşmektedirler. Bunun bir sonucu olarak kültürel çeşitlilik ve yaratıcılık yok olurken, kültürel emperyalizm yaygınlaşmaktadır.* Schiller'a[2] göre kültür emperyalizmi üçüncü dünya ülkelerinin kapitalist dünya sistemi ile bütünleştirilmesinin bir yoludur ve iletişim altyapıları da kültürel emperyalizmin taşıyıcısıdır.



Az gelişmiş ülkelerdeki medya kuruluşları, küresel ölçekte bilgi toplama maliyetinin üstesinden gelemeyeceğinden uluslararası haber ajanslarından hizmet almaya mecbur kalmaktadırlar.

Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerdeki medya kuruluşları, küresel ölçekte bilgi toplama maliyetinin üstesinden gelemeyeceğinden küresel bir hizmet ağına sahip olan ve dünyanın hemen her yerinde büroları bulunan uluslararası haber ajanslarından hizmet almaya mecbur kalmaktadırlar. Çünkü ciddi bir sermayeyle yönetilen uluslararası haber ajansları dünya haber trafiğinin hatırı sayılır bir kısmını yönlendirirler. Bu durum uluslararası iletişim sürecinde etkin olmayan ulusların ya uluslararası sahnede görünür olmalarında ya da temsil noktasında veya seslerini duyurmalarında ciddi sıkıntılar oluşturmaktadır[9].

Dünya haber ticaretinin birkaç uluslararası şirketin egemenliğinde olması tüm dünyadaki birçok haber medyasına sunulan içeriğin yine bu sermayenin amaçları çerçevesinde üretildiği anlamına gelmektedir. Uluslararası iletişim akışının artması ve yaygınlaşması, çokuluslu ticari imparatorlukların yaygınlaşması ve etkilerini yayma çabaları, belirli format, dil ve hikâye türlerinin birçok farklı toplumda geniş biçimde kabul görmeye başladığı uluslararası “kitle iletişim kültürü’nün” yükselişini de beraberinde getirmiştir. Bütün bunlar göz önünde bulundurulduğunda uluslararası iletişim, kitle iletişim teknolojilerinin örgütlenme, üretim ve dağıtım biçimlerinin, iletişim ürünlerinin, profesyonel ideolojilerin, yasal yapıların ve iş kültürünün transferinin benimsenmesi ve benimsetilmesi ile ilgili ilişkileri betimler.

## Küresel Haber Ajansları

Uluslararası alanda güçlü birkaç kapitalist örgüt dışında, hiçbir medya sistemi teknik, fiziki ve personel alt yapısını örgütleyerek haber üretim ve dağıtma işini yapacak finansmana sahip değildir. Bu nedenle küresel enformasyon üretimi yıllardır başlıca öne çıkanları arasında Associated Press (AP), United Press

International (UPI), Reuters, Agence France Presse (AFP), CNN gibi ajansların olduğu birkaç dev örgütün tekelindedir.

### **Associated Press (AP)**

1948 yılından bu yana varlığını sürdürerek dünyadaki haber ajanslarının en eskisi olan ABD kaynaklı AP, geniş haber kaynakları, yaygın haberleşme ağı ve yeni teknolojileri kullanmasıyla uluslararası haber ajansları içinde en büyük ve en etkili olanıdır.

### **Reuters Ajansı**

İngiltere merkezli Reuters 1851 yılında Londra’da kurulmuştur. Sadece uluslararası haber yayımlayan ve toplam 163 ülkede 217 bürosu bulunan ajansın bünyesinde 2000 dolayında haberci, foto muhabir ve kameraman vardır. Bunların dışında ajansın yaklaşık 16 bin çalışanı bulunmaktadır.

### **Agence France Presse (AFP)**

1944 yılında kurulan ve Havas Ajansının devamı olan AFP dünyanın üçüncü büyük haber ajansı konumundadır. Fransa orijinli AFP’nin bünyesinde yaklaşık 2000 dolayında 81 ayrı ulustan kadrolu işçi çalışmaktadır.

### **United Press International (UPI)**

1907’de United Press Association (UP) adı altında kurulan ABD merkezli bir haber ajansıdır. 2000 yılında News World Communications şirketi tarafından satın alınan UPI, iç ve dış haberler, iş, eğlence, spor, sağlık ve bazı diğer konularda İngilizce, İspanyolca ve Arapça dilinde haberler üreterek dağıtmaktadır.

### **Küresel Televizyonlar**

Küresel haber ağları içinde haber ajanslarının yanında tüm dünyaya yayın yapan küresel televizyonlar da yer almaktadır. Sadece haber yayını yapan tematik kanalların dışında, yayınları içinde dizi, yarışma ve diğer eğlence içeriklerinin ağırlıkta olduğu televizyon kanalları, uluslararası haber ve program akışının temel unsurlarıdır. Televizyonların başı çektiği ve internet teknolojisinin gelişimiyle birlikte daha da karmaşılaşan küresel medya pazarının başlıca şirketleri Disney, Time Warner, Bertelsmann, Viacom, News Corporation, TCI, Sony, General Electric, Poly Gram ve Seagram’dır. Bu şirketler CNN, FOX, MTV, CNBC gibi tüm dünyaya kültür ve ideoloji yayan küresel televizyon kanallarını yönetmektedirler[10]. Büyük şirketler medya üzerinde iki biçimde yatırımda bulunabilirler. Bunlardan ilki sahibi olunan mevcut unsurlar vasıtasıyla ulusal sınırların ötesine yatırım yapılarak yayın yapılmasıdır. İkincisi ise farklı uluslardan ortaklık ya da doğrudan satın almalarla yerel pazarlara eklemlenilmesidir. Türkiye açısından düşünüldüğünde bu duruma CNNTÜRK, SKYTÜRK, BloombergHT gibi kanallar örnek verilebilir.

### **Cable News Network (CNN)**

Haber televizyon yayıncılığı için bir içerik hâline getiren CNN, 1980 yılında, dünya çapındaki medya baronu Ted Turner tarafından kurulmuştur. Turner 24 saat haber yayını yapan CNN’i kurmasıyla, haber alanında ve yayın içeriğini belli konularla sınırlayan, tematik kanalların öncülüğünü yapmıştır.



Küresel haber ağları içinde haber ajanslarının yanında tüm dünyaya yayın yapan küresel televizyonlar da yer almaktadır.



Günümüzde küresel medya sistemlerinin haber çerçeveleri, dünyadaki gelişmelerin verilmesinde ve dünyaya duyurulmasında önemli bir filtre görevi görmektedir.

CNN, adını tüm dünyada 1991 yılındaki Körfez Savaşı'nı canlı olarak vermesiyle duyurmuş, uydu aracılığıyla haberleri dağıtmanın yanında cepheye taşınabilir uydu link hatları getirerek haber akışında azami hızı sağlamıştır. O dönemde Türkiye'de olduğu gibi diğer ulusların medya sistemleri de Körfez Savaşı ile ilgili bilgileri CNN'den alarak haberleştirmişlerdir. Yani tüm dünya, Amerika'nın tarafı olduğu bir savaşı Amerikan orjinli uluslararası medya kapitalizminin baş aktörlerinden biri olan CNN'nin perspektifiyle öğrenmiştir. Günümüzde de küresel medya sistemlerinin haber çerçeveleri dünyadaki gelişmelerin verilmesinde ve dünyaya duyurulmasında önemli bir filtre görevi görmektedir.

## Küresel Radyolar

Hem yayıncı hem dinleyici açısından ucuz olması hem içeriklerinin dinleyicilere ulaştırılması konusunda zaman ve mekân konusunda esnek ve hızlı olması ve hem de meşgul edici değil, eşlik edici olmasından dolayı radyo, diğer iletişim araçlarına göre daha çok tercih edilmektedir. *Televizyon, internet gibi kendisinden sonra gelen iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla yüzyılın ilk elektronik iletişim aracı olan radyonun arka plana atıldığına yönelik tartışmalar olsa da sayısal iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu olanaklarla birlikte radyo yeni teknolojilerin içine entegre olarak hayatın her alanında zaman ve mekân sınırlarını aşarak var olmaya devam etmektedir.* Günümüzde ise internet sayesinde yerel radyolar, küresel düzeyde dağılmış alıcılara bireysel olarak ulaşmaktadır.

## BBC Radyo

Küresel bağlamda örgütlenen radyo kanallarının başında kısa adı BBC Radyo olan İngiliz Radyo Televizyon Kurumu British Broadcasting Corporation gelmektedir. 1939 yılından beri Türkçe yayın yapan BBC Radyo, 27 Mayıs 2011 yılında Türkçe ile beraber Makedonca, Arnavutça, Sırpça, Azerice, Çince, Ukraynaca radyo yayınlarını durdurmuştur. Bugün ise sadece internet ve televizyon yayınları yapmaktadır.

## Voice Of America (VOA)

Küresel radyo kapsamında değerlendirilecek bir diğer radyo kanalı ise Voice Of America (Amerika'nın Sesi) radyosudur. 1942'de kurulan ve Amerikan hükümetince desteklenen VOA özellikle Amerika'nın görüşlerini yansıtan bir medya aracı olması nedeniyle dış haberler servislerinin dinlemeyi tercih ettiği radyolardandır. Birçok dilde haber, eğitim ve kültür ağırlıklı yayınlar yapan Amerika'nın Sesi radyosu 1940'dan bu yana Türkçe yayın yapmaktadır.

## İnternet ve Sosyal Ağlar

Kitle iletişim araçları basılı medya, sinema, radyo, televizyon gibi daha çok geleneksel medyayı içeren araçlar ifade edilse de 21. yüzyıldan itibaren gelişen teknoloji ve internetle birlikte ortaya çıkan mobil telefonlar, tabletler, sosyal ağlar, bloglar, RSS (Rich Site Summary) gibi yeni medya olarak ifade edilen teknolojiler de kitle iletişim araçları olarak sınıflandırılmaktadır. *Geleneksel medya ve yeni*



*medya kavramları arasındaki ayrım, genel olarak, iletilerin ne şekilde gönderildiğine ve bu iletişim sürecindeki okuyucunun/izleyicinin rolüne bağlı olarak değişmektedir.* Geleneksel medya iletilerini analog sinyaller kullanarak, yeni medya ise sayısal (dijital) sinyalleri kullanarak göndermektedir. Ayrıca geleneksel medyada okuyucu/izleyici pasif iken, yeni medya teknolojisinde okuyucunun/izleyicinin içerik üretimine katılabilme potansiyeli vardır.



Küresel medya şirketleri hayatımıza giren bilgisayar, akıllı telefonlar, tabletler sayesinde mekân ve zamandan bağımsız biçimde sürekli olarak ideoloji üretimi yapabilmektedirler.

Kısaca “ağların ağı” olarak da ifade edilen internet, dünya çapında milyarlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bir sistem olarak tanımlanabilir. Kamuoyuna açık bütün bilgileri kapsayan ve bunlara erişim kolaylığı sağlayan bir yapıya sahip olan internet, bilgiye kolay, ucuz şekilde ulaşmayı da mümkün hâle getirecek alt yapıya sahiptir. Diğer yandan internet ortamının sayısallaşmayı mümkün kılacak özellikte olması ses, görüntü, metin ve diğer her türden içeriği bir arada sunabilmesini de olanaklı kılmıştır.

Ne var ki bütün bu özellikleri, interneti, küresel anlamda önemli bir haber ağı yaparken, diğer yandan da egemen kapitalist devletlerin küresel medya sistemlerine pazar yapısının dayattığı kültür ve ideolojilerini yayabilmeleri için çok yönlü bir fırsat sunmuştur. Örneğin; küresel medya şirketleri sayısal iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle hayatımıza giren akıllı telefonlar, tabletler sayesinde mekân ve zamandan bağımsız biçimde sürekli olarak ideoloji üretimi yapabilmektedirler.

*Yaşadığımız yüzyılın iletişim ve teknoloji çağı olarak adlandırılmasında kuşkusuz ki en temel etkenlerin başında internet teknolojisi gelmektedir.* Her geçen gün gelişen sayısal iletişim teknolojileri geleneksel iletişim yöntemlerini de içinde barındıran önemli bir alt yapı oluşturmaktadır. Öyle ki sayısal iletişim teknolojilerinin ve internetin yarattığı yeni ortam, birçok alanda olduğu gibi, medya alanında da büyük değişikliklere yol açmıştır. Geleneksel medya varlığını devam ettiriyor olsa da günümüzde, etkinliğini yavaş yavaş yeni medyaya bırakmaktadır. İletişim teknolojilerinin yol açtığı bu değişim ve dönüşümü bir fırsat olarak değerlendiren geleneksel medya (gazete, TV, radyo) daha fazla insana daha az maliyetle ulaşabilmek amacıyla, içeriklerini internete taşıyarak kitle sayısını artırmışlardır[11]. Bunun yanında haberin bulunması, işlenmesi ve dağıtılması konusunda yeni iş yapma biçimlerine zemin sunan bu yeni mecra, kendi teknolojisine uygun internet forumları, viki siteleri, blog ve sosyal ağ denilen yeni haber ağlarını da ortaya çıkarmıştır (Resim 12.1).



**Resim 12.1.** Sosyal medya uygulamalarının küresel niteliği

**Kaynak:** <https://socialmedya.org/>



## Bloglar



Günümüzün teknoloji ve internet bağımlısı insanı gününün önemlice bir kısmını sosyal ağlar üzerinden yaşamakta ve böylece gerçek yaşamdan uzaklaşmaktadır.

Weblog kelimesinin kısaltılmışı olan blog, internet günlüğü anlamını taşımaktadır. Bloglar insanlara yemekten seyahate, teknolojiden müziğe, spordan politikaya, modadan sanata, sağlıktan hobilere ve dini konulara kadar birçok konuda internet üzerinden ulaşabilme imkânı sunmaktadır. Gazetecilik açısından bakıldığında kişisel günlükten daha fazla işlevi olan bloglar, haber üretim ve dağıtım ağının bir parçası olmuşlardır. Gerek amatör ve gerekse profesyonel gazetecilerin (Blogger), çevrelerinde olup bitenleri haberleştirerek bloglar üzerinden vermeleri ana akım medya karşısında alternatif olma potansiyelini gündeme getirmiştir. Ancak ne var ki gerek *haber toplama ve yayma işinin maliyetinin yüksek oluşu, gerek küresel medya şirketlerinin egemenlikleri ve gerekse buna bağlı olarak da kitlelerin haber ve bilgi almada bu şirketlere bağlılığı vb. gibi nedenler blogların alternatif olma umutlarını kırmıştır*. Bloglar mesajın hangi formatta verildiğine göre farklı isimlerle adlandırılabilirler. Örneğin; videoların yer aldığı ağ günlüğü Vblog, içeriğinde fotoğrafların bulunduğu ağ günlüğüne Photoblog, Cep telefonları veya diğer mobil araçlarla üretilen içeriğin yine bu yolla dağıtıldığı ağ günlüklerine ise Moblog denilmektedir.

## Sosyal Ağlar

Kullanıcılarının kendileriyle ilgili kişisel haberler verebileceği, birbirleriyle irtibata geçebilecekleri, yeni arkadaş edinebilecekleri veya her türlü yazılı, sesli, görsel paylaşımda bulunabilecekleri, Web 2.0 mantığıyla çalışan web sitelerine genel olarak Sosyal Ağ ya da Sosyal Paylaşım Sitesi adı verilmektedir. Bu ağların en önde gelen ve yaygın kullanılanları Facebook, Twitter, Youtube ve LinkedIn gibi sitelerdir. *Bu sosyal ağların gündelik hayata etkilerini, medya tüketim alışkanlıklarından toplumsal hareketlere, iş dünyasından eğitime kadar çok geniş alanlarda görmek mümkündür*. Günümüzün teknoloji ve internet bağımlısı insanı eğlenme, yaşamını teşhir etme, anlık bilgi alma, haberdar olma, kendilerini ifade etme gibi amaçlarla gününün önemlice bir kısmını sosyal ağlar üzerinden yaşamakta ve böylece gerçek yaşamdan uzaklaşmaktadır[12]. Reklam firmaları da sosyal ağları yeni bir kanal olarak yoğun biçimde kullanmakta, oyun uygulamaları da dâhil olmak üzere her türlü içeriğe reklam ilâştirerek kullanıcılara pazarlamaktadırlar. Birey hayatına bu kadar sızmış bir yapıyı; sadece günlük hayatı kolaylaştıran, etkileşim fırsatı sunarak demokratik unsurlar içeren, bilgiye ulaşma ve dağıtma maliyetini düşüren bir teknoloji olarak görmek, bu teknolojiyi örgütleyen ve kullanan küresel pazar sisteminin siyasal ve ekonomik amaçlarını göz ardı etmek anlamına gelmektedir. 1950'lerden itibaren uluslararası sermayenin oluşturmaya başladığı enformasyon altyapısı, günümüzde gelişmiş iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla kapitalist dünya pazarının yeni boyutlara ulaşmasında önemli bir zemin oluşturmuş ve dünya üzerindeki eşitsizliklere yenilerini eklemiştir. Şöyle ki insanlar ve toplumlar tarih boyunca diğer mal ve kaynakların paylaşımı kadar günümüzde enformasyon ihtiyaçlarını giderme açısından da eşitsizdirler. Hatta enformasyon konusunda eşitsizlik

bireylerin toplumsal statüsünü, devletlerin ise dünya sistemi içerisindeki sıralamasının belirlenmesinde önemli bir faktördür.

## KÜRESELLEŞME VE ULUSLARARASI İLETİŞİM



Küreselleşme en genel biçimiyle ekonomik, siyasal ve kültürel boyutları içeren bir süreçtir.

Toplumdaki eşitsizliklerin ve yoksulluğun pek çok kaynağından bahsedilebilir. Bunlar arasında emek piyasası, eğitim, teknolojiye sahip olma, serbest ekonomi, küreselleşme, ırksal farklılıklar, cinsiyet, kültür, boş zaman ve risk almaya ilişkin kişisel tercihler gibi unsurlar sayılabilir. *Dünya sistemindeki eşitsizliklerde ise, her ne kadar doğal kaynakların coğrafi dağılımındaki farklılıklar temel etken olarak kabul edilse de, asıl belirleyici unsur kapitalist pazar sisteminin çıkar ve amaçları çerçevesinde örgütlü olma ortaya çıkmaktadır*[13]. Öyle ki bugün, zengin petrol yataklarına sahip olan Orta Doğu ülkelerinin ve değerli maden zengini Afrika ülkelerinin çoğu, batının sömürü politikası yüzünden yoksul bırakılmıştır. Yani buradan çıkan sonuç, dünya sistemindeki eşitsizliğin nedeninin doğal kaynakların coğrafi dağılımındaki farklılık değil, sömürgecilik olduğudur. Tarih boyunca sosyal, kültürel, siyasal, ekonomik ve teknolojik değişimlere bağlı olarak sömürgecilik değişmiş, yaşanan çağın karakteristik özelliklerine göre şekillenmiştir. Günümüzün sömürge sisteminin adı ise küreselleşme olarak ifade edilmektedir. Başka anlatımla sermayenin global serüveni olan küreselleşmenin üretim, dağıtım ve tüketim pazarıyla birlikte, insanlar küresel dünyanın özgürlük ve demokratik katılma peşinde koşan mutlu üyeleri olarak sunulsa da[1] bu süreçte insanlar ve toplumlar arasında ekonomik ve bilgi kaynakları bakımından keskin uçurumlar oluşmuştur.

Küreselleşme en genel biçimiyle ekonomik, siyasal ve kültürel boyutları içeren bir süreçtir. Ekonomik alan, sermaye hareketliliğini, hizmetler sektörü ve serbest ticaret isteğinin yükselişini; siyasal alan, ulus devletin yetki alanlarının zorlanması; kültürel alan ise dünya ölçeğinde enformasyon dolaşımını ifade etmektedir.

1990'lerden sonra hızlı bir şekilde yaşanan küreselleşmenin temelde üç nedeni vardır[14]:

- 1970'lerden başlayarak, çokuluslu şirketlerin dünya ekonomisine egemen olması,
- 1980'lerde Batı'nın optik kablo, haberleşme uyduları, bilgisayar, internet gibi teknolojik buluşları devreye sokarak yarattığı iletişim devrimi,
- 1990'larda SSCB'nin dağılması sonucu güç dengesinin ortadan kalkması ve Batı'nın yeniden tek güç odağı konumuna gelmesi,

Her ne kadar küreselleşmeyi olumlamaya çalışan kesimler küreselleşmeyi ekonomik, kültürel, siyasal ve teknolojik düzeyde tüm ulusal sınırları ortadan kaldırarak eşitlik ve dengeye dayalı yeni uluslararası bir düzen olarak tanımlasa da 1980'lerden itibaren dünyadaki eşitsizlikler ve artan bağımlılık düşünüldüğünde küreselleşmenin kolonyalizm, sömürgecilik, emperyalizm gibi her dönem farklı isimlerle anılan, ancak özünde kapitalizmin sömürü ilişkisini içeren ve 'güçlülerin

daha güçlü olduğu' süreçlerinin günümüzdeki adı şeklinde tanımlamanın daha akla yatkın olduğu söylenebilir.



Dünyada sömürgecilik ilişkileri yeniden tanımlanmış, yeni iletişim teknolojileri geliştikçe sömürgecilik giderek elektronik sömürgeciliğe ve ardından masaüstü sömürgeciliğe dönüşmüştür.



**Resim 12.2.** Küreselleşme politikaları ile dünya kaynaklarının eşitsiz dağılımı

**Kaynak:** <https://www.quora.com/What-is-the-main-problem-of-capitalism>

*Bu süreçte, daha önce sömürgecilik yoluyla sanayileşmiş uluslar, neo-liberal politikaların rehberliğinde ve dev şirketler aracılığıyla etkilerini genişletme yollarını aramışlar ve özelleştirme, deregülasyon, ulus devletin küçültülmesi, koşulsuz piyasa egemenliği gibi pratiklerle de bunu mümkün kılmışlardır.* Böylelikle de dünyada askerî ve ekonomik anlamda var olan sömürgecilik ilişkileri yeniden tanımlanmış, yeni iletişim teknolojileri geliştikçe sömürgecilik giderek elektronik sömürgeciliğe ve ardından masaüstü sömürgeciliğe (desktop colonialism) dönüşmüştür[7].



Büyük teknoloji şirketleri, akıllı telefonları "inovasyon" adı altında sürekli yenileştirerek ve "gelişmiş" versiyonlarını çıkararak, kapitalist dünya pazarının sürekliliğini sağlamaktadır.

Hall[15], bu konuda, geçmişteki sömürgeciliğin günümüzde sanal sömürgecilik şeklinde devam ettiğini belirterek, sahip oldukları gemi hatları, limanları ve ambarlarıyla 17. yüzyılın küresel koloniciliğinin temsilcilerinin (denizasıra ticaret şirketlerinin) yerini günümüzde fiber optik ve uydu ağları sunucuları ve veri depolama hizmetleriyle internet servis sağlayıcı şirketlerinin aldığını ifade etmektedir. Hatta Hall bant genişliği ve yeni alanlara erişim için yaşanan uluslararası mücadeleyi 400 yıl önceki Avrupalı şirketlerin kârlı doğu ticaret yollarına sahip olmak için verdikleri mücadeleye benzeterek, iletişim ve enformasyon altyapısının gelişmesiyle ortaya çıkan küreselleşme sürecini eski dönem sömürge ilişkilerinin yeni bir boyutu olarak tanımlamaktadır. Zira teknoloji ve iletişim altyapısı kültürel yapıların dönüşüme zorlanması ve sömürge ilişkilerinin ekonomik anlamda örtük olarak sürmesi için zemin hazırlamıştır. *Bu yeni sömürgecilik daha ince stratejilerle birçok bağımlılık ve sömürgecilik ilişkisini geliştirmiştir.* Bu bağlamda pazar, kültür endüstrisiyle üretilen içerikle tüketim alışkanlığı kazanmış dünya çapında bir kitle kültürü toplumu oluştururken, aynı zamanda uluslararası sermayenin teknoloji üretiminin ve transferinin sürekliliğini sağlayacak olan teknoloji/araç bağımlılığı da oluşturulmuştur. Örneğin; büyük teknoloji şirketleri, akıllı telefonları *inovasyon* adı altında sürekli yenileştirerek ve "gelişmiş" versiyonlarını çıkararak, kapitalist dünya pazarının sürekliliğini sağlamaktadır. Genel anlamda yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirilerek bunu ticari gelir elde edilebilir hâle getirecek süreçleri kapsayan[16] inovasyonda temel amaç, tüketimi ve buna bağlı olarak üretimi

devamlı kılmaktır. Bunun yanı sıra kapitalist pazar sistemindeki rekabetin sonucu olan inovasyon, yeni bir ürün ya da hizmet fikri geliştirirken o ürün ya da hizmete ilişkin bireysel ve toplumsal ihtiyacı da üreterek tüketimi sürekli olarak canlı tutmaktadır.



### Bireysel Etkinlik

- İnovasyon konusunu araştırarak, uluslararası iletişim açısından işlevini tartışınız.



## Özet

### •Uluslararası İletişim

•Ulusların temel iletişim davranış kodlarını betimleyen uluslararası iletişim kavramı, ulusların birim değer olarak konumlandığı ve aralarında sosyal, kültürel, ekonomik, askerî, teknolojik vb. her türlü ilişkinin söz konusu olduğu, amaçlı ve özünde egemenlik mücadelesine dayanan bir iletişim türünü ifade eder. İletişimin en geniş arenada gerçekleştirildiği bir tür olan uluslararası iletişim, makro düzeydeki ilişkileri işaret etse de iletişimin bütün boyutlarını taşımaktadır. Öyle ki kişilerarası iletişimden, grup ve örgüt iletişimine ve kitle iletişim araçları marifetiyle gerçekleşen kitlesel iletişime kadar iletişimin her düzey ve boyutu uluslararası iletişimin içinde yer almaktadır. Yine başta diplomatik ilişkiler olmak üzere ticari, ekonomik, kültürel, sosyal ve diğer alanlardaki ilişkilerin tümü, ulusların diğer uluslarla kurdukları iletişimin boyutları bağlamında gerçekleşir.

• Uluslar arasında var olan bütün ilişki biçimleri uluslararası iletişim kapsamında değerlendirilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde uluslararası iletişimin dünyadaki küresel ekonomi, siyasal ve kültürel pazar yapısından bağımsız olmadığı görülecektir. Bu yüzden de bu pazar yapısının işleyişine uygun, belli egemenlik ilişkileriyle ilerler ve değişen güç yapılarına göre yeniden şekillendirilebilen dinamik bir yapıya sahiptir. Eş deyişle uluslararası iletişimin doğasında, gelişmiş ülkeler arasında pazar tutma, genişletme ve pazar payını artırma gibi politikalar başat konumdadır ve bu konuda kıyasıya rekabet vardır. Gelişmiş ülkelerle gelişmemiş ülkeler arasında ise ilişkiler, meşrulaştırma çerçevesinde kontrol, sindirme, tehdit ve bağımlılık biçiminde gelişir. Bu ilişki tarzının işe yaramadığı durumlarda da kaba güç dayanan yöntemlerle gerçekleşir. Bu durumun kaçınılmaz sonucu olarak da uluslararası iletişimin doğası zenginden yoksula, güçlüden güçsüze, kuzeyden güneye doğru tek yönlü biçimde gelişmiş ve hemen her alanda iletişim halkaları dengesiz ve adaletsiz biçimde kurulmuştur.

• 1900'lü yılların ikinci yarısından sonra uluslararası iletişim sürecinin temel dinamikleri arasında sermayenin uluslararasılaşması ve küresel medya sistemi belirleyici bir rol üstlenmiştir. Özellikle 1970'lerden sonra ivme kazanan, ulus devletlerde yabancı yatırımını kolaylaştıran, neo-liberal politikalar, başta ABD olmak üzere İngiltere ve Fransa gibi güçlü Avrupa ülkelerinin üçüncü dünya ülkelerinin enformasyon alanındaki pazar potansiyelini fark etmesine, bu ülkelere altyapı ve teknoloji transferi yapmasına neden olmuştur. Bu bağlamda düşünüldüğünde uluslararası iletişimin temelinde ekonomik işbirlikleri ve ekonomik çıkar çatışmaları vardır. Başka bir deyişle uluslararası iletişimin temelinde daima kısa veya uzun vadeli ekonomik çıkar ve güç hesapları yatmaktadır.

### •Uluslararası İletişimin Eşitsizliği

•Uluslararası iletişim kapsamında son zamanlarda oldukça sık dile getirilen dengesizlik, eşitsizlik ve temsil sorunları, daha çok medya sistemleri bağlamında ve kitle iletişim araçlarında gerçekleşen tek yönlü bilgi akış kanalları ve türlerine ilişkin olarak yaşanmaktadır. Bu dengesiz ve eşitsiz bilgi akışıyla birlikte, üçüncü dünya ülkeleri zorunlu olarak Batı kültürüne maruz kalmakta ve bu kültürle bütünleşmektedirler. Bunun bir sonucu olarak kültürel çeşitlilik ve yaratıcılık yok olurken, kültürel emperyalizm yaygınlaşmaktadır. Öte yandan dünya haber ticaretinin birkaç uluslararası şirketin egemenliğinde olması tüm dünyadaki birçok haber medyasına sunulan içeriğin yine bu sermayenin amaçları çerçevesinde üretildiği anlamına gelmektedir.

### •Küreselleşme ve Eşitsizlik

•Her ne kadar küreselleşmeyi olumlamaya çalışan kesimler küreselleşmeyi ekonomik, kültürel, siyasal ve teknolojik düzeyde tüm ulusal sınırları ortadan kaldırarak eşitlik ve dengeye dayalı yeni uluslararası bir düzen olarak tanımlasa da 1980'lerden itibaren dünyadaki eşitsizlikler ve artan bağımlılık düşünüldüğünde küreselleşmenin kolonyalizm, sömürgecilik, emperyalizm gibi her dönem farklı isimlerle anılan, ancak özünde kapitalizmin sömürü ilişkisini içeren ve 'güçlülerin daha güçlü olduğu süreçlerinin günümüzdeki adı şeklinde tanımlamanın daha akla yatkın olduğu söylenebilir.

## DEĞERLENDİRME SORULARI

1. “Ulusların birim değer olarak konumlandığı ve aralarında sosyal, kültürel, ekonomik, askeri, teknolojik vb. her türlü ilişkisinin söz konusu olduğu amaçlı ve özünde egemenlik mücadelesine dayanan iletişim türüne ..... denir.”  
Cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?
  - a) Siyasal iletişim
  - b) Etkileşimli iletişim
  - c) Meta iletişimi
  - d) Uluslararası iletişim
  - e) Tek taraflı iletişim
2. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası iletişim için söylenemez?
  - a) Makro düzeyde bir iletişim türüdür.
  - b) Ülkeler arasında eşit düzlemde gerçekleşir.
  - c) Tek yönlü, çift yönlü veya çok yönlü de olabilir.
  - d) Egemenlik mücadelesi içerir.
  - e) Ülkeler arasındaki ticari, ekonomik, kültürel, sosyal ve diğer alanlardaki ilişkilerin tümünü kapsar.
3. Aşağıdakilerden hangisi küresel haber akışında belirleyici rol oynayan haber ajanslarından biri değildir?
  - a) AFP
  - b) VOA
  - c) Reuters
  - d) AP
  - e) UPI
4. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası iletişimin unsurlarından biri değildir?
  - a) Göçler
  - b) Ekonomik ilişkiler
  - c) Uluslararası örgütler
  - d) Teknolojik olanaklar
  - e) Ulusal kongreler
5. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası iletişimin işlevlerinden biri değildir?
  - a) Bağımlılık ilişkisinin geliştirilmesi
  - b) Küresel bir kültürün yerleştirilmesi
  - c) Küresel sermayenin güç kazanması
  - d) Küresel bir dilin yaygınlaştırılması
  - e) Adalet ve eşitliğin küresel düzeyde yaygınlaştırılması

6. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası iletişim düzeninde küresel medya faaliyetleri biçimlerinden biri değildir?
- a) İletişim teknolojisi ve ilişkileri
  - b) Ulusal örgütlerin desteklenmesi
  - c) Medyanın ürün üretimi ve dağıtımı
  - d) Medyanın örgütlenmesi ve örgüt transferi
  - e) İdeolojik destek
7. Yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirerek bunu ticari gelir elde edilebilir hâle getirecek süreçleri kapsayan kavram aşağıdakilerden hangisidir?
- a) İnovasyon
  - b) Uluslararasılaşma
  - c) Sömürgecilik
  - d) Güncelenebilirlik
  - e) Sayısallaşma
- I. 1970'lerden başlayarak, çokuluslu şirketlerin dünya ekonomisine egemen olması
- II. 1980'lerde Batı'nın optik kablo, haberleşme uyduları, bilgisayar, internet gibi teknolojik buluşları devreye sokarak yarattığı iletişim devrimi
- III. 1990'larda SSCB'nin dağılması sonucu güç dengesinin ortadan kalkması ve Batı'nın yeniden tek güç odağı konumuna gelmesi
8. Yukarıda sıralanan olgular hangi süreci doğurmuştur?
- a) Uluslararası iletişim
  - b) Neo-liberalizm
  - c) Küreselleşme
  - d) Yöndeşme
  - e) Kolonyalizm
9. Aşağıdakilerden hangisi ülkelerin bölgesel ve küresel düzeyde örgütlenerek yürüttükleri ilişkileri kapsayan iletişim türüdür?
- a) Çok yönlü iletişim
  - b) Tek yönlü iletişim
  - c) İkili iletişim
  - d) Grup iletişimi
  - e) Siyasal iletişim



10. “Uluslararası iletişimin ..... ve .....olmak üzere öne çıkan iki temel nedeni vardır.”

Cümlede boş bırakılan yerlere sırasıyla aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- a) tanıtım - propaganda
- b) denetim - kontrol
- c) kontrol - bilgilendirme
- d) tanıtım - denetleme
- e) denetim - gözetim

**Cevap Anahtarı**

1.d, 2.b, 3.b, 4.e, 5.e, 6.b, 7.a, 8.c, 9.a, 10.d

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Erdoğan, İ. (2002). *İletişimi anlamak*. Ankara: Erk Yayınları.
- [2] Schiller, H. I. (1991). *Not Yet the Post-Imperialist Era*. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1), 13-28.
- [3] Erdoğan, İ. (1997). *İletişim egemenlik mücadeleye giriş*. Ankara: İmge.
- [4] Güngör, N. (2011). *İletişime giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- [5] Başaran, F. (2000). *İletişim ve emperyalizm: Türkiye’de telekomünikasyonun ekonomi-politiği*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- [6] Erdoğan, İ. (1995). Uluslararası iletişim düzeni. *Bilim ve Ütopya Dergisi*, 3, 4-6.
- [7] Geray, H. (1995). Küreselleşme ve masaüstü sömürgecilik. *Mürekkap*, 3-4, 33-48.
- [8] Matelert, A. (2001). *İletişimin dünyasallaşması*, (çev. Halime Yücel). İstanbul: İletişim.
- [9] McQuail, D. ve Windhal, S. (2005). *İletişim modelleri*, (çev. Konca Yumlu), Ankara: İmge.
- [10] Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de medya endüstrisi: Neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri*. Ankara: Yayınevi.
- [11] Yılmaz, A. (2010) İletişim teknolojilerinde yöndeşme: sosyo-ekonomik ilişkiler üzerindeki etkilerini tartışmak. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12/4, 295-322.
- [12] Yılmaz, A. (2008). Sayısal teknolojilerin televizyon yayıncılığına sağladığı yeni açılımları değerlendirmek. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 389-400.
- [13] Beaud, M. (2003), *Kapitalizmin tarihi*. Ankara: Dost Yayınevi.
- [14] Oran, B. (2009). *Küreselleşme ve azınlıklar*. Ankara: İmaj Yayınları.
- [15] Hall, M. (1999), Virtual colonization. *Journal of Material Culture*, 4(1), 39- 55.
- [16] Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları: Teoriler ve yaklaşımlar*, (çev. A. Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.