

MEDYA SOSYOLOJİSİ ÜNİTE 8

Ulus İçi ve Uluslararası Sistem

ULUS İÇİ SİSTEM

Maddi Üretim ve Bilinci

- **İnsanlar** kendi fiziksel gereksinimlerini karşılamak için giyecek ve yiyecek gibi, ürünleri üretmek zorundadır. Buna maddi veya materyal üretim diyoruz.
- **Maddi üretimi** örneğin bir giyeceğin üretimidir.
- **Hizmet üretimi**, bu giyeceğin mağazalarda bize satılmasıyla gelen hizmet olabileceği gibi bir yiyeceğin lokantada bize sunulması veya otele kalma ile ilgili hizmet olabilir.
- **İnsanların** birlikte yaşadıkları sosyal yapının yönetsel olarak örgütlenmiş biçimler bütününe *kavim, imparatorluk veya ulus* gibi isimler verilir.
- **İnsanların kurdukları** sosyal yapı (toplum) aynı zamanda, belli bir yer ve zamanda, belli tarihsel geçmişe sahip bir maddi üretim biçimine sahiptir. Bu biçime *ekonomik sistem(düzen)* denir.
- **Bu iletişimler birbirlerini destekleyen iki alanda olur.**
 - 1) Maddenin veya hizmetin üretimi için gerekli olan iletişimler.
 - 2) Madde ve hizmet üretimini ve ilişkiler hakkındaki iletişimler ki iki öbeğe ayrılırlar.
 - a) Halkın, bireylerin üretim, ürün ve ilişkiler hakkındaki iletişimleri.
 - b) Şirket sahiplerinin ve yöneticilerinin ve devletin yasalarla getirdiği üretim, ürün ve üretim ilişkileri hakkındaki iletişimleri...

Maddi üretim ve hizmet örgütlenmeyle yapılır. Bu örgütlenme özel şirket veya devlet kurumu biçiminde olmaktadır.

 - **Yani, bu iletişim**, bir şey hakkında değildir, bir şeyin yapılmasını gerçekleştiren iletişimdir.
 - **Bu ikinci tür iletişim üretimin**, ürünün ve ilişkilerin nasıl yapılacağını düzenlemeyle ilgilidir.
 - **Bu tür iletişim** şirket seviyesinde ve ulusal seviyede üretim ve ilişki politikalarını oluşturan iletişimdir.
 - **Dikkat edilirse bu ikinci tür iletişim**, şirketlerin ve kurumların üretim ve ilişkilerini nasıl yürüteceği hakkındadır.
 - **Bu ikinci tür iletişimde** aynı zamanda, sorunlar ve çözümler de sunulur, tartışılır.
- **Tüm günlük maddi, siyasal, kültürel, ilişkisel, düşünsel, inançsal ve duygusal üretimlerin gerçekleşmesi aşağıdaki biçimlerden geçerek olur:**
 - Yüz yüze ikili veya küçük öbek iletişimi.
 - Teknolojiyle aracılanmış iletişim.
 - İnsan ile teknolojik araç iletişim. (pc kullanarak alışveriş yapma gibi)
 - Ekonomik sistemi oluşturan şirketlerde, aynı seviyedeki işçiler arası yatay ve farklı seviyedeki çalışanlar arasında dikey iletişimler.
 - Aynı seviyedeki yönetici/menajer/müdür gibi hiyerarşik kadrolardakiler arası iletişimler.
 - İşçiler ile yönetenler arasında üretim kurallarına uyma ve görevini yapma biçimindeki sınıfsal dikey iletişim.
 - Özel sektördeki (alandaki) sermaye sahipleri arası ekonomik çıkarı sağlama faaliyetlerindeki iletişim ve kapitalist sistemi (düzeni) koruma iletişimi.

- Kamu ve özel alandaki yönetici kadroları ile kapitalistler arasında hizmete dayanan dikey ilişkiler ve iletişimi.

Özel Sektörde (alanda) Maddi Üretim

- **Ulusal ekonomik sistemin** belirleyici öğelerinin başında özel sektör ve bu sektörü oluşturan şirketler gelir.
- **Şirket yapıları** sermayeye kar sağlamak için biçimlendirilmiştir.
- **Bu ilişki ve iletişim biçimi örneğin**, neyin, ne kadar, nerede, ne zaman, nasıl ve ne tür bir emek gücü ve ne kadar para kullanarak üretileceği, ücret politikalarının ne olacağı ve kaynakların nasıl kullanılacağı hakkında verilen kararlar ve bu kararların yürütülmesiyle ilgilidir.
- **Bir maddi üretim yapısının ilişkiler, bilişi, bilinci ve iletişimi** günlük insan faaliyetleriyle ve iletişimleriyle her gün yeniden üretilir ve yapının sürekliliği ve sürdürülebilirliği sağlanır.
- **Genelin** çıkarı özel güçlerin çıkarından geçerek açıklanır.
- **Dikkat edilirse ulus içindeki ekonomik iletişim hem**
 - 1) Üretim araçlarına sahiplik, üretim, dağıtım ve tüketim faaliyetleri ve ilişkilerini gerçekleştirme sırasındaki iletişimlerdir(örneğin ekonomik üretim politikalarına karar verme ve üret hem de
 - 2) Sahiplik, üretim, dağıtım ve tüketim hakkındadır(öğrenim gazete ve tv gibi medyanın “ekonomi” haberlerinde sunulan “ekonomi hakkındaki” iletişimleri verebiliriz.).
- **Şirketler arası rekabet ve iş birliğinden geçerek yeniden üretim:**
 - Şirketler de kendi aralarındaki ilişkilerle hem kendi hem de şirketler düzeninin varlığını sürdürürler.
 - Günümüzde, şirketler yoğun bir iletişim ilişkisine girmişlerdir.
- Standartlaşma sadece iş sürecinde olmaz. İnsan beyni, yaşam tarzı ve davranışları da standartlaştırılır.
- **Kitleleri dışarıda bırakma ve bilişsel ve emeksel olarak katarak yeniden üretim:**
 - Şirketlerdeki yönetim yapıları, üretim için gerekli “üretici güçleri” ya sahiplik yoluyla ya da kiralarak şirkete en fazla karı getirecek biçimde işe koşar.
- Bilişleri, davranışları ve iletişimleriyle geniş kitleler kendi koşullarını yeniden üretirken, aynı zamanda, kendilerine iş ve umut veren ekonomik sistemin koşullarını da yeniden üretirler.
- Bu yeniden üretim kitlelerin katılmasıyla olan yeniden üretimdir.

Kamu Sektöründe Maddi Üretim

- **Kamu sektörü** tüm devlet kurumlarının toplamıdır.
- **Bu sektörün** günlük üretim ilişkilerinin ve iletişimlerinin yürütülüş/yapılış biçimleriyle toplumun genel egemen yapısı ve ilişkileri üretilir.
- **Kamu sektöründeki ekonomik üretim ve iletişim:**
 - a) Kamu iktisadi teşebbüslerinin faaliyetlerinde,
 - b) Memurluk sistemindeki maaşlarla ve ihaleler gibi paralı işlerle ilgili üretim ilişkilerinde,
 - c) Kamu zenginliklerini özel şirketlere özelleştirmelerle, meşrulaştırılmış ve gayri meşru yollarla transfer etmede ve kamunun işlerini özel şirketlere yaptırma süreçlerinde gerçekleşir.
- Tüm yukarıdakiler, yasalarla düzenlenmiş kurallar ve yasaların üzerine çöken bürokratik gelenekler ve ilişki tarzlarıyla yürütülür.

- Kamu sektörünün halka olan ekonomik ilişkisi ve dolayısıyla bu ilişkilerin iletişimleri oldukça çeşitlidir. **Örnekler:**

- (1) Kamu kurumlarında işçi/memur olarak çalıştırma, özel şirketlerden kadrosuz ve sözleşmeli personel alma.
- (2) Devlet kurumlarında maaşları ve ücretleri belirleme; şirketler sisteminde asgari ücretleri belirleme; çalışma koşullarını ve iş ilişkilerini yasal kurallara bağlama.
- (3) Vergilerle ve bir işe, sınava, mahkemeye vb. müracaat ücretiyle damga puluyla ve para cezalarıyla belli ilişkilerin biçimlendirilmesine ek biçim getirme.
- (4) Uluslararası şirketlere ve özel yatırımcılara çeşitli teşvikler ve fonlar sağlama.

Toplum Yönetimi ve Bilincin Üretimi

- **Toplum yönetimi a)**çeşitli yönetsel örgütlenmeleri ve **b)** tüm bu örgütlenme ve faaliyetleri meşrulaştıran bilinç üretimini ve üretilenin yaygın bir şekilde dolaşıma sokulmasını içerir.
- **Bu örgütlenme ve faaliyetler bütününe** devletin yönetim yapısı denir.
- **İşi açıkça** siyaset yapmak olan devlet organları parlamento ve siyasal partilerdir.
- **Fakat asıl şunu aklımızdan çıkartmayalım:** Toplum yönetimini sadece devlet kurumları yapmaz; toplum yönetiminin en önemli kısmı özel şirketlerin iş yerinde, alışveriş merkezlerinde ve kitle iletişim mediasından ve İnternet’ten geçerek yapılır.
- **Özet olarak** siyasal, kültürel ve ideolojik üretim ve amaçlar, kendileriyle birlikte ekonomik üretim ve amaçların teminatı olarak görev yapar.
- **Toplum yönetimi toplumsal yaşamın her alanını ve anını kapsar. Örnekler:**
 - Ulus içi siyasal düzen ve bu düzendeki iletişim çıkarları ve biçimleri,
 - Serbest pazar ve özel mülkiyet yapısının desteklenmesi,
 - Siyasal yapının yasalarda ve uygulamalarda pazar yapısına entegre oluşu,
 - Kitle iletişimi ve eğitim gibi bilinç yönetimi sistemlerinin aynı pazar yapısının bilincini planlı şekilde işlemesi/yayması,
 - Kalkınma ve ücret politikalarının sunum biçimleri,
- **Kapitalizmin** önde gelen aydınlarının/filozoflarının da belirttiği gibi devletin, hükümeti dahil, bütün organlarının ön amacı mülkiyetin korunmasıdır.
- **Kapitalist ekonomik anlayışın** dedesi Adam Smith “devletin varlığı mülkiyetin varlığına bağlıdır.” Demektedir.
- **Kapitalist aydınların da açıkça dedikleri şudur:** “Devlet halk değildir, ama halk olmaksızın da devlet olamaz; tarihin hiçbir döneminde devlet “halk tarafından” kurulmamıştır ve “halk için” var olmamıştır.”
- **Toplumlardaki** rekabet, çıkar ortaklığı, çıkar çatışmaları, paylaşma ve sömürü, ekonomik ilişkiler yanında **a)** devlet üzerinde ve **b)** devletten geçerek yapılır.
- **Devlet organlarının** kararları, seçimlerin toplumu temsil adına yapıldığı gibi toplum adına yapılır.
- **Devletin her kurumu** kendi örgütsel faaliyetleriyle kendilerini oluşturan yapıyı sürdüren ve meşrulaştıran günlük üretim yapar.
- **Devletin sistem tutma,** sürdürme ve geliştirmeyi “barışçıl” bilinç yönetimi yoluyla sağladığı önde gelen üç ana örgütlü faaliyet yapısı vardır: *Eğitim sistemi; seçimler ve temsil sistemi; kamu iletişim sistemi*

- **Bunlara ek olarak**, devlet yoluyla sistem koruma, parlamenter sistemdeki yasal yapıya eklenen yasalarla meşrulaştırılmış baskı güçleriyle mahkemeler, hapishaneler, polis ve ordu ile gerçekleştirilir.

Seçimler ve Demokrasi Süreçleri

- **Sistem tutma ve sürdürme**, ekonomik yapı yanında, ancak siyaseti yapacak siyasal örgütlerle olabilir.
- **Bu örgütlenme** parlamenter sistem adı verilen ve seçimlere dayanan yapılar ve bu yapıların faaliyetleriyle gerçekleştirilir.
- **Seçimler ve temsil sistemi ile maddi bir ürün üretilemez fakat**
 - a) Maddi ürünlerin üretimi hakkında kamu politikalarının üretilmesi işi yapılır ve
 - b) Sistemin süreçlerden geçerek oluşan meşruluğu ve toplum yönetimiyle ilgili konular, sorunlar ve çözümler ile ilgili toplumsal bilimleri üretir.

Meşrulaştırılmış Güçle Üretim

- **Devletlerin**, kaba güçle ikna iletişimi üretimi adalet sistemi ve ordusuyla yapılır.
- **Meşru ikna kurumları yanında** gayri-meşru gizli devlet kuruluşları casusluktan gizli teşkilat kurma, yasa dışı örgütleri destekleme ve kontrol etmeye kadar çeşitlenen görevler yaparlar.
- **Adalet sistemi**, güç yapılarının çıkarlarından ve amaçlarından yalıtılmış bir adaleti isteseler de temsil edemezler.
- **Adaletin iletilen en ideal amacı** “rehabilitasyon” yani “iyileştirme, ıslah” ve topluma geri kazandırma.
- **Ne yazık ki** adalet tüm dünyada çok ender olarak “iyileştiren” mekanizmaları kullanmaktadır.
- **Kapitalizmin yasal sistemi** mülkiyet yapısı ve ilişkileri ve bu yapı ve ilişkilerin korunması üzerine kurulmuştur.
- **Adaletin iletişimi** “herkes için aynı yasa ve uygulama” olarak sunulur.

Eğitim Sistemi

- **Eğitim sistemi**; özel, kamu ve ikisinin karışımı karma yapılar olmak üzere üçe ayrılır.
- **Eğitim sisteminin ekonomik, sosyal ve ideolojik rolü** üzerine yapılan araştırmalar okulların **üç temel faaliyet alanında** görev yaptığını ortaya koymuştur. Bunlar; *Birikim (sermaye birikimi), meşrulaştırma ve üretime yardım.*
 - a) **Sermaye birikimi**: eğitim sistemi ekonomik sistemin koşullarını yaratarak kapital birikim sürecine yardım eder. Okul, kapitalist Pazar sistemine benzer şekilde tabakalaşmış iş gücü yetiştirir.
 - b) **Meşrulaştırma**: okullar egemenliğin ve egemen öbeklerin meşrulaştırıldığı ve sosyal ve kültürel ideolojilerin kurulduğu, yeniden yaratıldığı ve tutulduğu karmaşık bir yapının parçasıdır.
 - **Eğitim sistemi** aynı zamanda siyasal bir kurumdur ve siyasal kurumları da “yurttaşlık bilgileri” ve “siyaset tarihleriyle” meşrulaştırırlar.
 - c) **Üretime Yardım**:
 - 1) Pazarların genişlemesi,
 - 2) Savunma deneni iç ve dış savaşa hazırlık,
 - 3) Yeni tüketicilerin yaratılması ve tutulması,
 - 4) İş bölümü ve kontrol,

- 5) Pazar payı ve kar oranını artırma uğraşı ve benzeri gereksinimlerin hepsi de iletişim, teknik yenilikler ve yönetim için yenilenen bilgi gerektirir.
- **Okullar**, korkuların ve umutların verildiği ve egemenliklerin olağanlaştırılıp yaşatıldığı bir yerdir.
 - **Okuldaki “not verme”** düzeninin işlediği biliş, dış hayattaki firma düzeninin ücret/maaş verme düzeninin sürdürdüğü egemenliğine gençleri alıştırarak hazırlar.
 - **Eğitim sisteminin** kendisi de broşürler ve kitaplar bastırma gibi maddi üretimler yapar.

Özel ve Kamu İletişim Sistemi ve İletişimin Kontrolü

- **TRT gibi** kamu kitle iletişimiyle yapılan üretim çoğu kez iktidarların etkisinde olan bir yapıdır.
- **Devletin resmi ideolojisi** çerçevesinde yayın yapan bu kuruluşlar, hemen her zaman hükümet politikalarını, iktidar partisinin çıkarını savunmuş ve çeşitli ölçüde savunmaya devam etmektedir.
- **Özel iletişim örgütleri de** özel okullar gibi hem ekonomik amaca hem de siyasal ve ideolojik amaca hizmet eder.
- **İletişimin kontrolü**, insanın düşündüğünü söz, yazı, görüntü veya gösteri gibi yollarla ifade edebilme ve yayabilme olanaklarının, olasılıklarının, haklarının ve özgürlüklerinin ortadan kaldırılması, kısıtlaması ve çeşitli yollarla engellenmesidir.
- **İletişimin kontrolü** şirketler ve devlet tarafından oluşturulan “biçimlendirme, yasaklama, engelleme, teşvik, promosyon ve yönlendirme” gibi mekanizmalardan geçerek olur.
- **Devletin uyguladığı iletişim kontrolü** yasal kurallardan geçerek olur.
- **Bu yasal koşullar** belli koşullarda belli biçimlerde düşüncenin ifadesini cezalandırır.
- **Devlet kurumlarında da** iletişimin kontrolü, şirketlerde olduğu gibi iş süreçleriyle gelen çerçevelerle olur.

Özel ve Kamu Sosyal Yardım, Eğlence, Spor ve Dinlenme Yapılar

- **Belediyeler gibi devlet kurumları**, okullar ve özel kuruluşlar yardım, eğlence, spor ve dinlenme faaliyetleriyle hem para kazanır hem de kendi promosyonunu ve halkla ilişkilerini yaparlar.
- **Örgütlü** ticari spor günümüzde de ekmek ve sirk politikalarının yürütülmesinde “iş dışı eğlence ve dinlenme” zamanının sömürgeleştirilmesinde önemli yer alır.

Kültürel, İdeolojik ve Duygusal Üretim

- **Kültür** insanın kendi yaşamını, geçmişten gelen deneyimler ve birikimlerle ve kendinin yarattıklarıyla nasıl ürettiğini anlatır.
- **Kültür alanı** insan yaşamının her anını ve alanını kapsayan egemenlik ve mücadele alanıdır.
- **Kültürsüzlük** diye bir şey olamaz çünkü her insanın yaşadığı yerde kendini ifade biçimleri vardır, dolayısıyla kültür vardır.
- **Maddi hayatını üreten insan** aynı zamanda bu hayatla ilgili bilinci de üretir.
- **Bu süreçte**, sadece egemen kültürler yeniden üretilip sürekliliği sağlanmaya çalışılmaz, aynı zamanda, karşıt olan kültürler üretilir ve mücadele verilir.
- **Kültürel farklılık** insanların belli zamanlarda ve belli koşullarda, kendi fiziksel, psikolojik ve sosyal varlıklarını üretimde, egemenlik ve mücadeleyle “yapış ve ifade yolları” farklıdır.
- İki topluluk veya toplum arasındaki ilişki aynı zamanda **kültürel ilişkidir**.

- **Maddi kültür:** Elle tutulur, somut maddi üretim biçimini ve ürününü içerir.
- **Soyut kültür:** Düşünsel olan, insanın duyguları, inançları, tutumları, kendini sözle ifade biçimleri ve ideolojisidir.
 - **Soyut kültürel ürünün** kalıcılığı, düşüncenin veya duygunun bir maddi ürün üzerine veya içine kaydedilmesiyle olur.
 - **Bu durumda** soyut kültürel ürünü somut bir kültürel ürün taşır.
 - **Örneğin,** bir CD çalar veya MP4 kullanılması temeli nedeni kendisi değil, taşıdığı kültürel içeriktir.
- **Halk kültürü:** Belli yer ve zamanda halk denen insanların kendini maddi ve maddi ve maddi olmayan ürünler ve faaliyetlerle ifade biçimidir.
- **Kitle kültürü:** Kitleler halinde üretim yapan endüstriyel yapının endüstriyel kültürüdür; endüstrilerin ürettiği ve kitlelerin tükettiği kültürdür; uluslararası pazarın değişmelerine ve ihtiyaçlarına göre biçimlenip değişen, önceden-yapılmış, önceden kesilip biçilmiş ve paketlenip sunulmuş bir kültürdür.
- **Popüler kültür:** Mekaniksel ve elektronik çoğaltmayla niceliksel fazlalık ve niteliksel yoksulluğun kültürüdür.
 - Bu yoksulluktan geçerek kapitalist Pazar yapısı maddi zenginlik elde eder ve güç kazanır.
 - Yıllardır bir kez bile kendine kendi olarak bakmaktan korkar hale gelmiş popüler kullanıcı, kendini kendinden alan popülerlere kurban olarak sarılıp özgürlüğünü, dinini, imanını, vicdanını ve insanlığını bulur ve ifade eder; kendi sandığı “kendi olmayan önemli kendi” olur.
- **Ulusal kültür:** Ulus egemen bir ekonomik ilişkiler yapısının oluşturduğu siyasal bir birimdir; birden fazla kültürleri içinde barındırdığı için hiçbir ülkede ulusal kültürden bahsedilemez.
- **Evrensel veya küresel kültür:** Teknolojiyle üretilmiş ve bilinç yönetimi yapıları içinde kurgulanmış bir kültürdür.
 - **GÖRÜNÜŞTE** bir yere, dine, inanca, dünya görüşüne bağlı değildir; kopmuştur ve yansızdır, varlığı önce teknolojik kitle üretimine ve uluslararası dağıtıma bağlıdır, sonra da tüketen kitlelere.
- **Kültürlerarası İletişim:** Belli öbek insanların oluşturduğu kültürel birimlerin resmi veya resmi olmayan temsilcileri arası olan iletişimidir.

ULUSLARARASI SİSTEM(DÜZEN)

- **Uluslararası iletişim makro** seviyede ulus denen ana birimden başlayarak mikro seviyede bireysel seyahate kadar çeşitlenen, farklı uluslardaki birimler arası ilişkiler ve bu ilişkilerin kurulması, düzenlenmesi ve yürütülmesiyle ilişkilidir.
- **Uluslararası iletişim öncelikle** makro seviyedeki ilişkileri anlatır. Burada birim **uluslardır**.
- Dolayısıyla ulus birimleri ile ilgili siyasal, kültürel, ekonomik, eğitim, turizm, çevre, iş göçü, ücret politikaları, gümrük konuları, yatırım, üretim, dağıtım ve uluslararası diplomatik ilişkiler uluslararası iletişim kapsamı içine girer.
- Bu ilişkiler **tek yönlüde, ikili** ve **çok yönlüye** kadar değişir.
- İkili ilişkiler güçlü ile güçsüz arasında ise bu aslında **tek yönlüdür**.
- Çoklu ilişkiler bölgesel gruplaşmalarla veya küresel seviyede olur.
- **Makro seviyede, uluslararası ilişkilere bakıldığında**
 - a) Küresel pazarda ekonomik tekelleşmeyi/yoğunlaşmayı,
 - b) Finans sermayesinin egemenliğini,

- c) Sermaye ihracatının/ihtalatının önemi ve sonuçlarını,
- d) Dev firmaların egemenliği sonucunda dünyada mekânsal tabakalaşma olduğunu,
- e) Bu tabakalaşmanın siyasal boyutuyla gelen ilişkileri görürüz.
- **Bu ülkeler ile diğer ülkeler arasındaki ilişkiler ise birbirine bağlı üç genel alan içinde olur:**
 - a) Ekonomik güçten ve bu gücün temsilcisi olan uluslararası örgütlerden geçerek sağlanan ekonomik kontrol ilişkileri.
 - b) Siyasal ve kültürel örgütlenme biçimlerinin transferiyle gelen siyasal ve kültürel kontrol.
 - c) Savaş teknolojileriyle elde edilen üstünlükten geçerek “savunma sistemleri” kurma adı altında savaş ürünlerini satma
- 1990’lardan beri artan bir şekilde vurgulanan *küresel iletişim*
- **Günümüz ülkelerinde büyük sermayelerin ve uluslararası şirketlerin egemenliğindeki iletişim yapısı aşağıdaki temel özellikleri gösterir:**
 - Teknolojik araçlar hızla digitalleşmektedir.
 - Son iletişim teknolojileriyle uluslararası seviyeden bireysel seviyeye kadar tüm iletişimler dinlenmekte.
 - Aynı çapı içindeki parça ve yazılımdaki geçişsizlik şirketler arası anlaşmalarla ortadan kaldırılmaktadır.
 - Tv, radyo, bilgisayar ve cep telefonu gibi araçlar tek bir araç içinde toplanma yönünde gelişmektedir.
 - Devletin yaptığı sosyal kontrol ortadan kaldırılmış ve kontrol özel şirketlerin eline geçmektedir.
 - Dünyadaki ürünlerin yarısından fazlası ABD ve Japonya merkezli, uluslararası faaliyet gösteren 200 şirket tarafından üretilmektedir.
 - Dev iletişim örgütleri çeşitli yollarla birleşmekte ve çok daha büyümektedir.
 - Kamu yararı için örgütlenen iletişim yapıları ortadan kalkmaktadır.
 - 150 yıldan fazladır dünyaya egemen olan ticari haber ajansları egemenliklerini devam ettirmektedirler.
 - Uluslararası şirketlerin ülkelerdeki yasal yapılanmaları ve yatırımları uluslararası kuruluşlar tarafından belirlenen ölçütlere göre düzenlenmektedir.
 - Ekonomik ve siyasal yönetici sınıflar modernizmi bağımsızlık arayan ulusalcı kimliğini terk etmekte uluslararası pazarın güç ve çıkar kimliğini benimsemektedirler.
 - Küreselleşmeyi demokratikleşme olarak niteleyen “alternatif görüşleri” taşıyan bazıları da bu değişimi şiddetle desteklemektedir.
 - Medya ürünlerinin bir bölümü uluslararası yapıya uygun karakter taşımaktadır.
 - Kitle kültürü ve popüler kültür denilen kapitalist endüstriyel kültür dünyanın her köşesine yayılmaktadır.
 - Ürünleri üretenler, aynı zamanda kendilerine işlevsel olan kültürel anlamları da üretmektedir.
 - Sosyal ilişki ve iletişim mekanları uluslararası şirketlerin ve ortaklarının kurdukları eğlence, boş vakit geçirme, kültürel faaliyetlerde bulunma ve çalışma yerlerine taşınmaktadır.
 - Medya okuryazarlığı adı altında a) bilgisayarın ve internet bağlantılarının her eve ve okulun her sınıfındaki her öğrenciye kadar yaygınlaştırılması ve b) ekonomik ve siyasal yapıların herkese kolayca ulaşarak kontrol mekanizmaları kurabilmesi yaygınlaştırılmaktadır.

Yerin Kullanımı ve İletişimin Coğrafik Politikası

- **İnsanlar** belli coğrafyada yaşar ve oradaki kaynakları kullanır; tarihsel sosyali ve sosyal-kendilerini bu yer içinde üretir ve yeniden üretir.
- **Coğrafik-politikada yer**, hem ülke içindeki güçlerce paylaşılmıştır hem de uluslararası güçlerin paylaşım ve kullanım politikalarının bütünleşik parçasıdır.
- **Coğrafik-politikada** bir bölgenin/yerin bölünüş şekli ve bölünüşün açıklanması, eskiden sömürgeciliğin şimdi de küresel yayılma politikasının ifadeleridir.
- **Sömürülen topraklar** “yaşam yeri” olarak nitelenir.
- **İletişim teknolojilerinin** devrimi araç üreticilerinin küreselleştirdikleri pazar devrimidir.
- **Televizyon** barışta ve savaşta kitlelerin “izleyici” değil, tv önünde “katılımcı” olduğu “birilerinin iletişim devrimini” getirdi.

Uzayın Kullanımı: Ekonomik, Bilgi ve Kontrol

- **Pazarın tutulması ve yaygınlaştırılmasının** ön koşullarından biri uzayın kontrol ve kullanımıdır.
- **Uluslararası ekonomik ve diğer ilişkilerde** yer gibi, *uzayın* kullanımı mal ve insan taşınmasında kullanılmaktadır.
- **Çoğu ülkede hava herkese aittir**; kamunun malıdır. Uzaya çıkılınca bu mülkiyet uluslararası bir karakter alır.
- **Gerçekte örneğin Türkiye’de** hava iç ve dış çıkar güçlerin mülkiyeti ve kontrolü altındadır.

Sermayenin ve Emeğin Uluslararasılaşması

- **Uluslararası sıcak savaşta** havanın kullanımı havadan ölüm yağdırma, istilayı sağlama ve bununla ilgili iletişim için önemlidir.
- **Sermayenin** uluslararasılaşmasının ortaya çıkardığı önemli bir sonuç da firmaların çıkarlarının “milli çıkar propagandasıyla” çatıştığında, firmaların çıkarı galip gelmektedir.
- **Küreselleşen sermaye, üretimin ve dağıtımın maliyetini azaltmak için tüm dünyada**
 - a) Sendikalaşmanın olduğu yerlerden kaçarak sendikalaşmayı ortadan kaldırmaktadır;
 - b) Sendikasız yerlere gitmekte ve o yerlerde sendikalaşmayı engellemektedir;
 - c) İşçi göçü ile emeğin ucuzlamasını sağlamaktadır;
 - d) Yoğun işçi mücadeleleriyle elde edilen, haftada beş gün ve günde sekiz saat çalışma, fazla mesai ve bayram tatillerinde ödeme gibi hakları ortadan kaldırmakta ve oluşmasını engellemektedir;
 - e) Emeğin sınıf ve çıkar bilincinin yerine, giderek yaygınlaştırılan tarikatçılık, sofuculuk, bireysel gelişim uyduruları, parçalanmış ve sapık kimlikler, böl, birbirine düşür ve yönet politikalarıyla gelen biliş ve davranış yönetimi biçimleri almaktadır.
- Yabancı işçiler ulusal ve uluslararası politika ve iletişimde **a)** ekonomik sömürü aracı ve **b)** toplumsal sorunlarda suçlu diye gösterilen taşlama keçileri olarak kullanılır.
- Emeğin küresel-yerelliğinde sömürülmesi, işçi göçü ve beyin göçü gibi gereksinimleri de ortadan kaldırmıştır.
- Uluslararası işçi kullanımı yeni değildir; kölelikle başlar.

İletişim Teknolojileri, Örgütsel Yapılar ve Yapı Transferi

- İletişim teknolojilerinin ve ürünlerinin nerede ve nasıl üretileceğine, nerede ve nasıl dağıtılacağına, nerede ve nasıl tüketileceğine karar verme, “teknolojik aracı satın alanların” ve

“ürünleri tüketen kitlelerin” isteğine göre düzenlenmez. Karar verenler üreten ve dağıtan güçlerdir.

İletişim Teknolojileri ve Yapıları

- **Günümüzde “enformasyon ve iletişim teknolojileri” öncelikle aşağıdaki yapıları içerir:**
 - a) Sabit telefon şebekesi/ağı teknolojileri
 - b) Mobile/taşınabilir şebeke/ağ teknolojileri
 - c) İnternet
 - d) Radyo ve televizyon yayını teknolojileri
 - e) Bilgisayar
 - f) İçte kontrol ve dışa karşı tedbir için baskı, sindirme ve savaş iletişimi için silah teknolojileri
- **İletişim teknolojileri** hem iletişimi üreten, dağıtan ve alan araçları üreten teknolojileri hem de iletişim araçları dediğimiz her şeyi içerir.

Örgütsel Yapılar, Transfer ve Transferin İşleyişi

- **Teknoloji transferi demek**, yapı transferi ve çoğunlukla örgütlü ürün anlamına gelir.
- **Transfer** uluslararası ilişkilerdeki egemenlikleri anlatırken, içteki işleyiş biçimi bu egemenliğin iş birliğindeki bir uzantısı olarak kendini gösterir.
- **Örgütsel transferde**, eski sömürgeciler ve Amerika kendi örgütlenme biçimini diğer ülkelere yerleştirdiler.
- **İletişim teknolojisinin** fiziki biçiminin ardında, aynı şekilde ihraç edilen ve yayılan, örgütlenme şekli ve finansmanı yatar.
- **Teknolojinin biçiminin** getirdiği örgütlenme modelleri de kopya edildi.
- **Bu donatmayla sağlanan servis ve yardım**, danışma/yardım edene birkaç yolla hizmet eder.
- **Bu yeni sistem kendini sürdürmek için yardımcının a) teknolojisine b) bilgi ürünlerine müşteri olur ve c) medya teknolojisinin ihtiyaç olan ham madde için ucuz ham madde kaynağı haline gelir.**
- **Teknoloji transferlerinde** çok nadiren “tercihler” objektif toplumsal çıkar ve gelişme kıstaslarına göre yapılır.
- **Medya alanında ilişki** “kiralama, temsilcilik, yayın hakkını alma, kopyalama” ve/veya “uyma, benzeme, uydurma ve benzetme” süreci böylece, güçlü gelişmiş ülkelerin ihracatı ve diğerlerinin ise ithalatı üzerine kurulmuştur.
- **Kapitalist üretimde büyüme**
 - a- Artan kapitalist ürünlerin pazarlanıp satılması için sosyal iletişim sektörünün ekonomik sömürsünü,
 - b- Farklı sosyal sınıfların oluşturduğu kitlelere ulaşacak bir ideolojik çerçeveyi gerektirir.

Profesyonellik, Ürün Biçimleri ve İlişkileri

Profesyonellik

- **Profesyonellik**, teknolojik araç ve ürün transferiyle birlikte gelen ithal edilmiş bir iş yapış biçimidir.
- **Bu biçimle birlikte** profesyonel kültür ve ideoloji de gelir.
- **Bu ideoloji** yerel iş yapış biçimi üzerine oturtulur ve bu karışımdan melez bir yapı doğar.

- **Medyada profesyonellik** ile Amerikan endüstriyel yapısının ideolojisinin ve medyayı içeren özel ideolojik değer yargılarının egemenliğinin dünyaya yayıldığını görürüz.
- **Basında ise kapitalist ülkelerin dışında**, bu standartlaştırılmış ideolojik kalıp “ideal ilkeler” olarak kazanılmaya çalışılmaktadır.
- **Profesyonel ideoloji ve pratiklerde** egemen anlayış biçimleri iletişim politikalarında yansır.
- **Bu politikaların** yürütücüsü, koruyucusu, sürdürücüsü, destekleyicisi sadece iletişim örgütleri değil aynı zamanda devlettir.

İletişim Ürün Biçimleri ve Pazar İlişkileri

- **İletişim teknolojisinin ortaya koyduğu** en önemli ürün iletişimin iletileni, gözle görüleni ve kulakla duyulanıdır.
- **Bu ürünler** medya teknolojisinin özelliğine göre çeşitli araçlarla taşınarak, çeşitli araçlardan geçerek, çeşitli biçimlerde gelir.
- **Film, VCR, TV, VCD** ile üzerine yazı, ses ve görüntü kaydedilmiş biçimlerde; gazete, kitap ve dergi ile “yazılı” biçimlerde; radyo ile ses şeklinde gelir.
- **Birinci bağlamda**, Amerikan endüstrilerinin ideolojisi ve kültürü dünyada rakipsiz egemenliğe sahiptir. Dünya 24 saat bombardıman edilmektedir.
- **İkinci bağlamda**, dünya pazarında Amerikan egemenliği giderek gerilemektedir.

Haber

- Milletlerarası haber toplama ve yayama örgütlenmesinde, birkaç kapitalist haber örgütlerinin sadece örgütsel yapı olarak değil, aynı zamanda fiilen dünya pazarlarındaki egemenliği vardır; diğer ülkeler onların yapısını taklit eder.
- Amerika’da Türkiye ve benzeri ülkeler hakkında olumlu bir haber yapılmaz; “olumlu bir sosyal olay” Amerika’da bile haber değildir çünkü olağandır, genel olarak beklenendir.
- Dünya iletişim düzeninde, çoğu ülkeler sadece haberin ham maddesini sağlarlar.
- Haber ajansı profesyonel ideolojisinde örgütün merkezindeki olaylar, merkez dışındaki olaylardan daha önemlidir.
- Çevredeki bir olayın haber olabilmesi için belli ölçüler içine girmesi gerekir.
- Bu ölçüler de belli bir dünya görüşünün ve politikanın ifadesidir.

Sinema Filmleri

- **Film satışları** geleneksel olarak üç merkezden olurdu (Santo Monica, Cannes ve Milan).
- **Şimdi bu merkezler** dışı yapılan satışlar tüm satışların yarısından fazladır. Hollywood sayesinde Amerika hala lider ülkedir.

Diziler

- **Türkiye** gibi bazı ülkeler Amerikan ve Latin Amerika dizilerine taş çıkartacak kadar aşağı seviyede dizi yapmayı öğrendiler.
- **Artık küresel Pazar** tüketim ve yönlendirme işini yapmak için “yabancı dizilere” gereksinim duymaz, bunu Türkiye gibi yerel pazarlar yapmaktadır.

Yarışma programları

- **Amerikan firmalarının** öğrettiği oyun/yarışma programlarının taktikleri ve yerel isimlerle aynıları tüm dünyada egemenliğini, eskisi kadar yaygın olmasa da devam etmektedir.

Futbol ve Spor

- **Hiçbir program türü** futbol yayınlarının kısa sürede topladığı izleyici ve parayı yapamaz.
- **Futbol**, kapitalist düzende tüketim endüstrisinin reklamını yaparak geniş kitlelere ulaştığı bir alandır.

Çocuklara yönelik iletişim ürünleri

- **Çocuk programları**, filmleri ve çizgi filmleri, dergileri, mecmuaları alanında da Amerika'ya kimse rakip olacak bir durumda değildir.
- **Walt disney** ürünlerine ne ticari ne ideolojik yönden dünyada bir rakip vardır.

Dergiler

- **Müzik dergileri** popüler müzik endüstrisinin, kadın dergileri tüketim-feminizmi ve bireyciliği, seks ve moda endüstrisinin destekleyicisi ürünleridir.
- **Bunların da çoğu Amerikan** kaynaklıdır veya Amerika'dakinin tıpa tıp kopyasıdır.

Müzik Ürünleri

- **Müzik endüstrisi Amerika'nın** dünya pazarlarında sattığı iletişim ürünlerinin tarihsel geçmiş bakımından hemen hepsinden önce gelir.
- **Müzik** "ihraç edilen Amerikan hayranlığının" belki de ilk ürünüdür.

İletişim Politikaları

- **Politikalar** belli amaçları gerçekleştirmek için ilişkilerin nasıl düzenleneceğini ve yürütüleceğini belirlemeyi, uygulamayı ve uygulamanın amacı, yapılışı ve sonucu üzerinde düşünerek politikalarda gerekli düzenlemeler yapmayı içerir.
- **Politikalar**
 - 1- Aile içinde, firmada, parlamentoda belli örgütlü yapılar ve ilişkiler içinde saptanır; dolayısıyla tüm katılanların arzularının özgür ifadesi olma olasılığı çok azdır;
 - 2- İlişkilerdeki güç durumunu yansıtır;
 - 3- Politikalarda hazırlanma, uygulama ve sonuçlar süreci vardır ve bu süreçler her zaman birbirleriyle uyum içinde değildir.
- Toplumsal politikaları anlamak için sadece yazılı olanlara bakmak yeterli değildir; politikaların günlük pratikler ağı içinde uygulanışı ve sonuçlarına bakmak gerekir.
- Uluslararası politikalarda yasalarda, anlaşmalarda, prensiplerde ve politika raporlarında sunulan ile devletlerin yaptıkları arasında uyum olmayabilir.
- Türkiye'de kamu servisi beceriksizlikle halkın ihtiyaçlarını duyarsızlıkla suçlanmış ve alternatif olarak iletişim özgürlüğü propagandası getirilmiştir.
- Böylece sanki özel teşebbüs politikaları "iletişim özgürlüğünün" teminatıymış gibi sunulur.

FİNAL ÜNİTE SONU