

PAPER DETAILS

TITLE: KÜRESELLESME SÜRECİNDE HABER KAVRAMINDA GERÇEKLESEN BİR DÖNÜSÜM:

KÜRESEL HABER KAVRAMI

AUTHORS: Gülsüm ÇALISIR

PAGES: 0-0

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/83891>

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE HABER KAVRAMINDA GERÇEKLEŞEN BİR DÖNÜŞÜM: KÜRESEL HABER KAVRAMI

Gülsüm ÇALIŞIR¹

ÖZET

Küreselleşme, bir durum olarak değil, süreç ya da süreçler dizisi olarak görülmesi gereken bir olgudur. Küreselleşme ne basit, doğrusal bir gelişme mantığı ne de bir dünya toplumu ya da dünya topluluğu taslağı anlamına gelmez. Bu kavram tam anlamıyla etkileşim ve değişimin sürükleyicisi olan bölgelerarası ağ ve sistemlerin ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda daha geniş küresel süreçler içindeki ulusal ve toplumsal sistemler, küresel bütünleşmenin herhangi bir kavramıyla kendini belli etmektedir.

Küreselleşme ile birlikte dünyada her alanda yaşanan değişimlerle birlikte, haber kavramında da dönüşümler yaşandığı gözlenmiştir. Özellikle “küresel haber”in ne olduğu konusunda literatürde şu ana kadar henüz yaygın kabul görmüş bir tanıma rastlanmamıştır. Ancak geline bu süreçte kavramın ipuçlarına ulaşmak mümkün olmuştur. Bu bağlamda küreselleşme sürecinde haber, küreselleşmenin kendisinden doğrudan etkilenmiştir. Böylelikle haber kavramı üzerinde etkili olan değişim ve dönüşümler, “küresel haber” kavram ve tanımının belirlenmesinde yol gösterici olmuştur. Bu çalışmada küresel haber kavramının varlığı, kavramı yaratan koşullar, bu kavramı tanımlayan unsurlar araştırılmakta, bir tanım geliştirilmekte ve kavramın oluşmasına bağlı müstakbel gelişmelere ilişkin tartışmalar yapılmaktadır.

Anahtar sözcükler: Küreselleşme, medya, haber, haberin küreselleşmesi, küresel haber.

TRANSITION IN NEWS CONCEPT WITHIN GLOBALIZATION PERIOD: GLOBAL NEWS CONCEPT

ABSTRACT

Globalisation is not a situation but a phenomenon that should be seen as a process or a sequence of processes. Globalisation neither should mean a linear development logic nor a global society or a draft of global community. This concept comes to mean the emerging of the interregional networks and systems as a complete drifter of interaction and change. In this context the national and social systems within the wider global networks expose themselves by means of any concept of the global integration.

Parallel to the changes in almost all areas of daily life, the transformation of the news concept has become visible. The definition of the “global news” is still vague, and widely accepted sufficient literature does not exist. On the other hand it is luckily possible to find some traces that will lead to an acceptable definition. In this context news in the globalisation process has been affected from the globalisation directly. Thus the effective changes and transformations on the news concept have been the road maps to determine the concept and definition

¹ Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı Başkanı, gulsumcalisir@gumushane.edu.tr

for the global news concept. Also the possible future developments depending on the occurrence of the global news concept are discussed.

Keywords: Globalisation, media, news, globalisation of news, global news.

Giriş

Küreselleşme kavramı, öncelikle sınırları aşarak yayılan sosyal, siyasal ve ekonomik etkinlikler anlamına gelir; öyle ki, dünyanın bir bölgesindeki olaylar, kararlar ve etkinlikler yerkürenin uzak bölgelerindeki bireyler ve topluluklar tarafından kayda değer kabul edilmektedir. Bu anlamda küreselleşme; bölgeler arası bağlantılılığı, sosyal etkinlik ve güç ağlarının erişim alanının genişlemesini ve uzak bir mesafede eylem olasılığını ihtiva etmektedir (Held ve McGrew, 2008: 10-11). Küreselleşmeye bu bakış açısı, coğrafi kısıtların sosyal, kültürel ve ekonomik düzenlemeler üzerindeki etkisinin gerilemesini açıklamaktadır (Waters, 1995: 3).

Jacques Attali (1999: 192), küreselleşmeyi tanımlarken “Küreselleşme, teknoloji sayesinde ilişkinlik ile evrenselleştirmenin pazarın gerçekleri için birleşmesidir. Biri zamana doğru, diğeri uzaya doğru yaklaşıyor. Bütün temel sorunlar, uluslararası ve birbirine bağlı olacaktır. Örneğin uyuşturucu sorunu para akışından, kirlilik sorunu sudan, nükleer güvenlik jeopolitikten, trafik tıkanıklığı sorunu seçmekten söz etmeden incelenemeyecektir. Ayrıca her sorun, küresel ölçekte incelenebilecektir” demiştir. Attali’nin küreselleşme etkileriyle neredeyse tüm kavram, kurum ve tanımların yeniden ele alınmasına işaret ettiği genel çerçeve içinde, küreselleşme sürecinde başta bilişim ve iletişim alanlarında olmak üzere, teknolojik gelişmelerin önemli etkileri olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda imkânları çok boyutlu olarak gelişen medya, küreselleşme sürecinde etkin roller oynarken küreselleşmenin getirdiği yenilik ve açılımların medyayı etkilediği gözlenmektedir.

Medyanın küresel rolleri arasında öncelikle yeni kanallar yaratma fonksiyonu ele alınabilir (Uluç, 2003: 206). Gerçekten medya; zaman ve mekân arasındaki eşgüdümü sağlama açısından küreselleşme için yeni koşullar, dolayısıyla yeni kanallar yaratmaktadır (OECD, 2010: 71). İkinci olarak medya; yeni ulus ötesi iletişim, düşünme ve tartışma süreçleri yaratarak, yeni türden bir kamusal alan oluşturmaktadır. Böylece sosyal ve kültürel etkileşim için bir altyapı fonksiyonunu yerine getirmektedir. Medyanın küreselleşme üzerindeki üçüncü etkisi; siyasal,

kültürel ve ekonomik kararların alınmasında yeni aktör ve paydaşları etkinlik ve eylemlilik alanlarına taşımasıdır. Dünyanın farklı bölgelerindeki bu aktörlerin karar süreçlerine katılmaları ile birlikte insan hakları, demokrasi, yaşam çevresinin sürdürülebilirliği ve benzerleri gibi pek çok yakınlıktan kaynaklanan ve neden – sonuç ilişkisini karmaşılaştırıp, iç içe geçiren bir kültürel dönüşlülük oluşmaktadır (Hjarvard, 2006: 3).

Gerek yukarıda değinilen Jacques Attali'nin (1999: 192) verdiği ipuçları, gerekse değişik yazarların (Kaymakçı: 2007: 5) küreselleşme tanımlamaları ve kapsam belirleme çalışmaları, 21'nci yüzyıl öncesinde kullanılan tüm tanım, kavram ve kurumların küreselleşme perspektifinde yeniden sorgulanabileceği izlenimini vermektedir. Medyanın bu sorgulamanın dışında kalması mümkün olmayacaktır. Henüz pek az incelenmesine rağmen, medya olgusunun en önemli unsurlarından birisi olan haber kavramının tanımlanmasının da küreselleşme olgusunun etkileri açısından ele alınması, önemli bir çalışma alanıdır. Bu düşünce, bizi haberin küreselleşmesi ile küresel haber kavramının varlığının ve tanımının sorgulanmasına götürmektedir.

Bu çalışmada; küresel haber kavramının varlığına ve tanımına ulaşılabilmek için küreselleşme etkileri dışında tanımlanmış olan medya ve haber kavramlarından hareket edilerek, etkilerin anılan kurum ve kavram üzerinde ne tür etkiler yarattığı literatür düzeyinde araştırılacaktır. Bu araştırmanın bulguları ışığında küresel haber kavramının varlığının sorgulaması ve tanımının yapılmasının şart ve imkânları sonuca bağlanacaktır.

1. Küreselleşme ve Medyada Değişim

Thompson (2008: 295) küreselleşme terimini, en genel anlamıyla dünyanın farklı yerlerinin artan bir şekilde birbirine bağlı olmalarını, karşılıklı etkileşimin ve bağımlılığın karmaşık biçimlerine yol açan bir süreci tanımladığına dikkat çekmektedir. Thompson ayrıca, böyle bir tanımlama yapıldığında “küreselleşme”, “uluslararasılaşma” ve ulus ötesileşme” gibi terimlerin birbirinden ayırt edilemez hale geldiğinden söz etmektedir. Gerçekten günlük kullanımda bu üç terim de birbirinin yerine geçecek biçimde kullanılabilmektedir.

Sözü edilen bu üç terimin birbirinden ayırt edilebilmesini sağlayan olgu, ulus-devlettir. Gerçekten Thompson'un vurguladığı gibi; bu üç terimden “küreselleşme”, süreci oluşturan faaliyetlerin ulus-devletlerin sınırlarının ötesine geçmesi ile çok yakından ilgilidir – hatta süreç, sınırlar ötesi olmaktan daha fazlasını kapsamaktadır.

Thompson küreselleşmeyi diğer iki kavramdan daha kapsamlı bulup, ayırt etmek isterken şu tür bir ayıraç kullanmaktadır: “Küreselleşme ancak; (a) faaliyetlerin küresel ya da küresele yakın (örneğin sadece bölgesel olmanın ötesinde) bir alanında gerçekleşiyor olması; (b) faaliyetlerin küresel ölçekte düzenleniyor, tasarlanıyor ya da eşgüdümeleniyor olması; (c) faaliyetlerin belirli ölçüde karşılıklılık ya da karşılıklı bağımlılığı içermesi; öyle ki dünyanın farklı yerlerinde konuşlandırılmış faaliyetlerin birbirlerini şekillendirmeleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda küreselleşmeden bahsetmek ancak farklı bölge ve yerlerin gittikçe artan karşılıklı bağımlılıkları, sistematik ve bir dereceye kadar karşılıklı olduğunda ve karşılıklı bağımlılığın ölçeği verimli bir şekilde küresel olduğunda mümkündür” (Thompson, 2008: 295).

Güleş ve Bülbül (2004: 22), küreselleşme sürecinde ekonomik işletmeleri göz önüne alıp, “küresel olanın” özelliklerini sayarken şunlara dikkat çekmektedirler: 1- Dünyanın bir bütün olarak kabulü, 2- Ulusal sınırların görmezden gelinmesi, 3- Mesafeden ve kuruluş yerinden bağımsız olarak, en uygun olanın tercih edilmesi, 4- Geleceğe ilişkin her düzeydeki öngörü, planlama ve tasarımlarda bütün dünyanın dikkate alınması, 5- Öznenin büyük ölçüde ulusal özelliğinin dışına çıkması, bir başka deyişle ulusal kimliğin geri plana gidip belirsizleşmesi, 6- Merkezdeki ve çevredeki paydaşların çokkültürlülük özelliği ve çeşitliliği sergilemesi, 7- Yeni şartlara uygun biçimde yenilenmiş kurum kültürünün varlığı, 8- Yerel ve bölgesel düzeylerde insan (örneğin tüketici, kullanıcı) tercihlerinin giderek artan biçimde dikkate alınması, 9- Yenilikçi olunması. Küreselleşmenin medya üzerindeki etkilerine bakıldığında; -yukarıda özetlendiği üzere- özellikle 20'inci yüzyılın son çeyreğinde değişip dönüşen medyanın, ‘küresel olana’ dair Güleş ve Bülbül tarafından verilen şemaya uygun bir görüntü verdiği anlaşılmaktadır.

Küreselleşme süreci şartlarında haberin küresel boyuta evrimleşmesini daha açık kavramak için uluslararası haber yayıncılığındaki değişimin unsurlarına göz

atmak gerekir. Yerel, bölgesel ve ulusal ölçekten uluslararası bir niteliğe kavuşan haber yayıncılarının, özellikle 1980 sonrasında küresel izlenimi veren aktörlere dönüştüğü gözlenmektedir. Bu dönüşüm ile birlikte haber ajansları, yayıncı kuruluşlar ve servis sağlayıcılar arasında dikey bütünleşmeyi sağlayan çok belirginleşmemiş, bulanık dikey bütünleşme izlenmektedir. Çeşitli farklı haber medyasının adeta bir bütünleşik stratejinin parçaları imiş gibi davranacak biçimde yatay bütünleştikleri konusundaki genel yönelimden de söz edilebilir (OECD, 2010: 97).

1900’lü yılların son çeyreğinde tüm dünyada devlet ağırlıklı politikalardan vazgeçilip, liberal tercihler yapılmaya başlanması ile paralel olarak gözlenen bir diğer eğilim, haber medyasının ticarileşmesi ve kamu hizmetinden ticari aktörlüğe bir dönüş olmasıdır. Bu olgunun örnekleri arasında BBC ve Euronews’u saymak mümkündür (Bielsa, 2008: 33).

20’nci yüzyılın son çeyreği ile birlikte gündeme gelen bir diğer değişim olgusu, haber medyasının çıktısındaki çeşitlenme olarak gözlenmiştir. Bu süreçte genel sayılabilecek nitelikteki haberlerin iş, sağlık, çevre, eğlence, politika, terör, silahlı mücadele, insan hakları ve özel ilgi alanları gibi şekillerde çeşitlendiği izlenmektedir (Pavlovic, 2009: 9). Yine aynı dönemde küreselleşme eğilimini sürdürmekle birlikte uluslararası haber yayıncılığının bölgeselleşme yönelimine girdiğine vurgu yapmak gerekir. Bir yandan haber yayıncılığı daha fazla küresel öz ve biçim edinmeye başlarken, diğer yandan genel strateji olarak bir tür yerelleşme sayılabilecek bir bölgesel yeniden yapılanma eğilimi içine girmiştir. Bu bağlamda yerel – ulusal aktörlerle bölgesel ortaklıklar ve ittifaklar oluşmuş; Al Jazeera, BBC ve Financial Times ile olduğu gibi farklı dillerde uluslararası yayın yapılmaya başlanmış; bölgesel perspektifler ile ulusal içerik, dünya geneline taşınmıştır (Hjarvard, 2006: 9).

Ulusal ve uluslararası ekseninde medya sahipliğine bakıldığında, bazı örneklerin çelişik olduğunu düşündürecek durumlarla karşılaşmaktadır. Örneğin Avustralya ve Kanada’da ulusal basının bir bölümü iki ulus ötesi şirket tarafından sahip olunmakla birlikte, İngiltere’de bu çatı altında basılan bazı gazeteler (örneğin Sun ve Daily Telegraph) milliyetçi özellikleri ile bilinmektedir. Bu bağlamda Curran

ve Leys (2000: 195) küresel medya sahipliğinin, haber içeriği temelinde uluslararasılık ile eşlenmemesi konusunda uyarı yapmaktadır.

Dünya çapında ulusal ve uluslararası bu karmaşık duruma rağmen, ulusal yayıncılığın ulus ötesine dönüşümü konusunda net bir eğilim gözlenmektedir. Bu sınır ötesi olguya birincil ölçüde katkı veren unsurlar arasında uydu ve internet üzerinden yapılan iletişimin açılım sağladığına işaret etmek gerekir. Anılan bu kanallar üzerinden bir yandan ulusal sunumlar genişlerken, diğer yandan kısa dalga radyo yayıncılığından sayısal görsel medyaya kadar yaygın bir genişleme gerçekleşmektedir. Bazı dilleri kullanan topluluklar büyürken, söz konusu dillerde de kullanım yaygınlığı ve zenginleşme gözlenmektedir. Bunu sağlayan da yeni bir biçim, içerik ve uzanım kazanan medyadır (Hjarvard, 2006: 15).

20'nci yüzyılın işletme kültürünün en başta gelen özelliklerinden birisinin işletme fonksiyonlarının aynı isimle anılan birimlere, müdürlüklere delege edilmesi olduğu iyi bilinir. Holm'un (2000: 195), Chang ve Lee'nin (1992: 554-561), Belske'nin (1991: 92) ve Donohue ile arkadaşlarının (1989: 807-812) çalışmaları nedeniyle; benzer bir yaklaşımla geleneksel medya organları da iç haberler, dış haberler, magazin veya spor gibi birim ve masalara bölünmesinin ve küresel süreçte değişen şartların detaylarına değinmektedir. Haberin küreselleşmesi olarak niteleyebileceğimiz süreçte gözlenen değişim unsurlarından birisi, yabancı haber masasının azalan bağımsızlığı olmuştur. Yabancı haber masasına delege edilen bazı fonksiyon ve görevlerin küreselleşme süreci ile birlikte başka birim ve masalar tarafından paylaşıldığı gözlenmektedir. Dolayısıyla iş dünyası haberleri ile yabancı haberler, çevre haberleri ile yabancı haberler arasında etkileşim ve ortak çalışma türünde yaklaşımlar giderek yaygınlaşmaktadır. Dikkat çeken bir diğer değişim ise gerek gazete sayfalarında gerekse radyo ve televizyon haber kuşaklarında yabancı haberler, çok farklı bölümlere dağılmış halde bulunmaktadır. Bu gelişme, özellikle yazılı basında ciddi bir algı ve davranış değişimine işaret etmektedir.

Yabancı haber algısında özellikle Avrupa ölçeğinde gözlenen önemli bir değişim, Avrupa Birliği'ne (AB) ilişkin haberlerin başta bu kıtadakiler olmak üzere, medya organları tarafından daha fazla yerli (domestik) olarak değerlendirilmeye başlanmasıdır. Genel bir özetleme yapmak gerekirse; AB haberleri, yabancı haber

olmaktan çok duruma göre yerli veya yabancı kabul edilen bir noktaya gelmiştir (Hjarvard, 2006: 17).

2. Küreselleşme ve Kamusal Alan Olarak Medyada Değişim

Kamusal alan, çağdaş toplum kuramlarında, toplumun ortak yararını belirlemeye ve gerçekleştirmeye yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ve geliştirildiği ortak toplumsal faaliyet alanına işaret etmek amacıyla kullanılan bir kavramdır. Kamusal alan fikri, yurttaşların ortak konu ve sorunları hakkında görüşmelerde bulundukları, kurumsallaşmış bir söylemsel etkileşim alanıdır (Özbek, 2004: 28). Başta internet olmak üzere her türlü etkileşimli medyanın gerek birebir iletişim, gerek bireyin medya organı ile iletişimi, gerekse bu ortamda gerçekleşen sosyal ağlar aracılığı ile bir kamusal alan oluşturduğu ortadadır. Bu ortamda yurttaşların görüşlerini karşılıklı paylaşımları yanında, etkin biçimde haber alışverişi de gerçekleşmektedir (Verstraeten, 2002: 339).

Bu noktada küreselleşme olgusunun, aynı zamanda bir haber iletişim sistemi olan kamusal alan üzerinde ne türden etkileri olduğu ve bu sürecin haber iletişimini ne yönde etkileyeceği konusunda olacaktır. Bu konuda Stig Hjarvard (2003), kamusal alanın küreselleşmesini tek bir varlık olarak değerlendirilmesi yerine, bir süreç olarak ele alınmasından yanadır. Bu çerçevede kamusal alanın küreselleşmesinin, kamusal iletişimin yeniden yapılandığı ve ulusal siyasal ve kültürel kurumlardan kısmen ayrıştığı bir süreç olarak algılanmasını belirtmektedir. Hjarvard'a göre haber medyasındaki değişimler, kamusal alanda bazı gerginliklere neden olmaktadır; çünkü bu durum, bir yandan parçalanmayı, diğer yandan ise bağlantılılığı gündeme getirmektedir. Böylece haber medyasının küreselleşme sürecinde ulus ötesileşme ve bölgeselleşme, aynışma ve farklılaşma, merkeze gelme ve merkezden kaçma gibi özelliklerinin etkilerini bir başka kategoride – kamusal alanda– örneklemektedir.

20'nci yüzyılın ilk on yılına kadar olan gözlemlerle, küresel haber sistemi denebilecek olguya ilişkin bazı özellikleri indirgemek mümkün olmaktadır. Öncelikle küresel haber sistemi, tek ve tümleşik olmayıp çok katmanlı, farklılaşmış ve kısmen bağlantılı bir sistemdir. Küresel veya ulus ötesi haber sistemleri, yaygın

bir alana erişebilen, marka özelliğini kazanmış, kimi durumlarda siyasal etki yapabilen yapılardır. Ulusal sınırlar çerçevesinde bakıldığında; ulusal özellikli medyanın kamusal siyasal söylemin oluşumunda en etkili rolü oynayamaya devam ettiği görülmektedir. Diğer yandan haberin küreselleşmesi olgusu, iş alanında sağlanan gelişmelerle teknik ilerlemelerin haber alanındaki aktörleri ve servisleri sınır ötesi biçimde bütünleştirdiği gözlenmektedir. Son olarak; küreselleşen haber sistemi, kişilerin ve kuruluşların içe ve dışa ilişkin bakış açılarının oluşmasında etkili olmaktadır (Hjarvard, 2006: 22).

3. Küreselleşme ve Haber

Olay, Türk Dil Kurumu'nun (TDK) çevrimiçi sözlüğünde “Ortaya çıkan, oluşan durum, ilgi çeken veya çekebilecek nitelikte olan her türlü iş, hadise, vaka” olarak tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>). Haberin kaynağı, olaydır. Bir olayın haber sayılabilmesi için ise 1- gerçeklik, 2- yenilik, 3- ilginçlik ve ilgi çekicilik ve 4- önemlilik özelliklerinin sağlaması gerekmektedir (Tokgöz, 1981: 51; Girgin, 2009; Dilekçen, 2005: 26). Yine TDK haberi; “Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi” şeklinde tanımlamaktadır. Bu çerçevede haber, zamanında verilen, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay ya da kanaattir. Girgin (2009), haberin özelliklerini gerçeklik ve doğruluk, yenilik ve güncellik, ilginçlik ve ilgi uyandırma, önemlilik ve önemli sayılma, anlaşılabilirlik ve anlam taşıma olarak açıklamaktadır. Hartley (1990: 11), haberin “haber değeri taşıyan olayın kendisinden çok, onun rapor edilmesi / bildirilmesi ya da aktarılması” olduğunu ifade etmektedir.

Haber tüketicisinin artan ağırlığı yanında Hans Henrik Holm'un (2005: 1) bazı bulgu ve önerilerine dikkat etmek gerekir: Küreselleşmenin pek çok farklı tanımını inceleyen Holm, iki temel eksen öne çıkarmaktadır. İlk olarak; küreselleşme bir ekonomik bütünleşme ve iç bağılıklar sürecidir. İkinci olarak; anlık küresel iletişim için teknolojik araçların geliştirildiği bir değişimdir. Bu ana tespitler, Holm'u küresel haberin ayıklanmasına da yansıtacak olan editörün seçimi modeline götürmektedir. Holm, editörün seçimine bir soğanda olduğu gibi katlar haline bakmakta ve dört katman belirlemektedir: 1- Medya yapısı ve politikası, 2- Editörlük yapısı, 3- Kuruluşun profesyonel normları, 4- Seçimin kendisi. Holm'un bu

çalışması, küresel haberin izleyici ortamına yansımada ve muhtemelen yorumlanmasında, haber editörünün etkisini göstermektedir. Dolayısıyla küresel haber olmaya aday bir haberin, izleyicinin önüne ‘küresel haber’ olarak gelebilmesi için öncelikle editörün küreselleşme algısının payı ve önemi ortaya çıkmaktadır.

Boyd-Barrett ve Rantanen’in yaklaşımı (1998: 2) ise haberin –küreselleşme ile birlikte düşünülmesi gereken– bir başka boyutunu sergilemektedir: “Biz, ‘haber’ kavramının gelişimini çağdaş kapitalizmin yüreğinde yatan ve aynı zamanda kapitalizmin gelişmesine yardımcı olduğu küreselleşmenin süreçlerini aydınlatan bir süreç olarak kabul ediyoruz. ‘Haber’, ‘enformasyonun’ bir emtia olarak yeniden formülasyonunu temsil etmektedir. Bu emtialaşmada siyasal iletişim, ticaret ve tatmin olmak üzere üç neden bulunmaktadır. Şu anki özgün şekline yönelmesinde teknoloji, bilimcilik ve kitlesel medya pazarlarının etkisi olmuştur.” Bu tespitte sözü edilen haberin emtialaşması süreci ile yukarıda değinilmiş olan iletişim pazarında haber tüketicisinin artan öneminin çakışmasına dikkat etmek gerekir.

Bu noktada küresel haberi, olağan haber tanımından ayırt eden unsurların tartışmasına girmeden önce; yukarıda yapılan bazı saptamaların da bir özeti olması açısından televizyon haberi tanımını vermek yararlı olacaktır: “Televizyon haberi, televizyon habercisi tarafından önemlilik ve / veya ilginçlik kuralı (kuralları) göz ardı edilmeden haber konusu olarak seçilen yeni (ya da yeni unsurunu buldukları) olaylarda, olgularda doğru ve dürüst olarak topladıkları ve anlaşılır bir dille yazıp – seslendirip, montajladıklarının, kitle iletişim araçları tarafından izleyiciye ulaştırılan görüntülerdir” (Dileklen, 2005: 37).

4. Küresel Haber

Haber alanındaki literatür incelendiğinde; özellikle Türkiye dışında yayınlanmış kaynaklarda yurt dışı haber, yabancı haber, uluslararası haber ve ulus ötesi haber gibi ifadelerle yer verilmekle birlikte, ‘küresel haber’ konusunda kolaylıkla alınıp benimsenebilecek bir tanıma rastlanmamaktadır. Yine değişik kaynaklarda küresel medya (Boyd-Barrett, 2006) veya küresel haber sistemi (Hjarvard, 2006) (Allern, 2007) gibi terimlerin kullanılmış olmasına rağmen, küresel habere ilişkin genel kabul görmüş bir tanıma henüz ulaşamamaktadır. Bu tanım

zafiyetinin nedeni, bazı literatür çalışmaları yapılmış olmasına rağmen, küreselleşmenin oldukça yeni ve yeterince açımsanmamış bir konu olması muhtemeldir.

Galtung ve Ruge (1965: 70), bir konunun ya da olayın haber niteliğini kazanması için etkili olan bazı faktörler saptamışlardır. Daha sonra Schlesinger (1987) ve Bell (1991) bu faktörlere kendi listelerini eklemişlerdir. Her ne kadar Ryan (1991) böyle bir listenin sonu olmadığını söylese de, ‘haber değerleri’ olarak isimlendirilen bu listenin, küresel haberin oluşturulmasında da etki yaptığı kabul edilebilir. Diğer yandan küreselleşmenin değerlerinin aynılaştırıcı etkisi de dikkate alınırsa, geçmişte yerel / bölgesel / ulusal nitelik taşıyan haber değerlerinin –en azından bunlardan bazılarının– bugün küresel boyutta kabul gördüğü ve küresel haberin oluşumuna etki yaptığı söylenebilir (Kisuke, 2004).

Yukarıda sözü edilen yazar ve araştırmacılar tarafından tespit edilmiş –bir haberin medyada yer almasını sağlayan– haber değerleri şunlardır: Olayın tekrar sıklığı, olumsuzluk içeriği (olumsuzluğa yapılan gönderme), beklenti dışı olması, anlaşılmayı zorlaştıran karmaşıklıkta kaynaklanan belirsizlik, özelleştirme ve kişileştirme, anlamlılık (izleyiciye anlamlı gelme), ‘seçkin’ uluslara yapılan göndermeler, ‘seçkin’ kişilere yapılan göndermeler, çatışma, medya organının beklentileri ile uyum, mevcut bir olayda yeni gelişmeler (süreklilik), haber kuşağı kompozisyonunda farklılık yaratma (haber kuşağının konu ve olay bileşimi), medya organları arası rekabette öne çıkma, düşük özellikli olmasına rağmen büyük bir hikâyenin parçası olma, elde yazılmış / görüntülenmiş halde bulunma, uygun zamanlama, zaman kısıtları, lojistik (haber ve eklerinin ulaştırılması) (Karaduman ve Karaduman, 2004).

Literatürde haber değerlerinin küresel değişimi ile ilgili yeterli çalışmanın henüz bulunmadığı gözlenmektedir. Bu nedenle bir küresel haber tanımına ulaşılmasının ardından medyada yer alan ve küresel olarak işaretlenen haberlerin mevcut haber değerleri açısından tasnif edilmesi, küresel haber değerlerine ulaşılması yönünde önemli ipuçları verebilir.

Küreselleşmenin ulus ötesileştirme bileşeni dikkate alındığında, bu olgunun dünyanın bütününe ilişkin yeni bir algı yarattığı anlaşılmaktadır. Örneğin bunun ekonomik düzlemdeki yorumu, dünyanın büyük bir pazar olarak kabul edilmeye başlamasıdır (Güleş ve Bülbül, 2004: 22). Haber değerleri konusunda çalışma yapan yazar ve araştırmacıların bulgularının, küreselleşmenin etkisi altında öne çıkanlarının değerlendirilmesi, küresel haberin tanımına doğru atılacak adımlardan birisi olacaktır. Bu arada küreselleşmenin yarattığı ortamda bazı haber değerlerinin önemi ve ağırlığı olumlu veya olumsuz yönde değişirken, yeni haber değerlerinin de gelişip yaygınlaşabileceği unutulmamalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, haber üretici, iletici veya izleyicisinin –muhtemelen her üçünün de– haberde küreselleşmenin yarattığı bütünlüğü (maddi veya sanal bir bütünleşmeye gidişi) neden veya sonuç olarak algılamasıdır. Böyle bir ‘küresel bütünlük algısı’ oluşturan haber, küresel haber olmanın gerek şartını sağlamış kabul edilebilir (Clausen, 2003). Habere ilişkin bu bütünlük algısı haberi üretenden, haberden, haberin iletildiği medyadan ya da haberi izleyenden (veya aynı anda bunlardan birkaçından) kaynaklanıyor olabilir.

Burada bir noktaya vurgu yapmak gerekir. Haber değerleri olarak isimlendirilen kriterler, genelde haber üreticisini ve haberi izlenir hale getiren yapıyı etkileyen değerler manzumesidir. Ne yazık ki; izleyici açısından konuya yaklaşan pek fazla çalışma yoktur. Bu durum, kitlesel izleyici için ortak faktör (değer) sayısının muhtemel fazlalığı nedeniyle saptanma zorluğu şeklinde izah edilmektedir (Karaduman ve Karaduman, 2004).

Küresel haberden söz edilmeye çalışılırken, iletişim sistemlerindeki duruma yakından bakmak gerekir. Bilim ve teknolojiye önemli gelişmeler olduğu ve bunun küreselleşmenin bir boyutu olarak görüldüğü 1980 sonrası yıllarda, medyanın ulusallık eksenindeki değişiminin izlenmesi yararlıdır. Bu dönemde medyanın gelişen uluslararası özelliklerine karşın bazı noktaları gözden kaçırmamak gerekir. Bunlardan birincisi, iletişim sistemlerinin ciddi oranda ulusal olmasıdır. İkinci olarak; ulus devletler hâlâ medya sistemlerinin biçimlenmesinde etkilidirler. Üçüncüsü; iletişimin her alanında ulusal diller baskındır. Son olarak; tüm kültürel

dönüştürülebilir ve aynılaşmaya karşın, ulusal kültürlerin ve geleneklerin “ortadan kalkıyor” denebilecek bir noktada olmadığı gözlenmektedir (Allern, 2007: 11).

Hans Henrik Holm (2000: 113), haberin ulusaldan küresele doğru değişimini üç boyutta ele almaktadır. Birincisi; yukarıda bazı özelliklerine değinilen medya yapısı ve medya politikalarına ilişkindir. Bu bağlamda artan rekabete ve tüketicinin haber izlemedeki seçiciliğine işaret edilmektedir. İkinci boyut; yazı işleri ve editörlük yapısındaki değişime ilişkindir. Yabancı haberler masası ile diğer haber birimlerine ilişkin değişimden söz edilmektedir. Haberin küreselleşme sürecine ilişkin üçüncü boyutu; gazetecinin haber seçimi ve haberin çerçevesi denebilecek haber değerleridir – ki, küreselleşmeden en az etkilenen boyut budur. Bu arada haberin çerçevesinin küreselleşmeden en az etkilendiği hususunu açarken, ulusalcı bir değer açısının tercih edildiğini ve küresel haberin içerik ve kaynaklar açısından yerleştirildiğini belirtmek gerekir. Sonuç olarak; sözü edilen bu üç boyut, haberin ulusaldan ulus ötesine ve küresele değişiminin farklı fiziksel katmanlarını sergilemektedir.

Tony Silvia’nın (2001: 12) görüşlerinin yukarıda anlatılan çevreyle uygunluğu dikkati çekmektedir: “Haber profesyonelleri sıklıkla küresel haberin ne olduğu ve izleyiciye en iyi nasıl aktarılacağı konusunda aynı görüşte olmamaktadırlar. Bu tartışmadan indirgenen uzlaşma, gelecek konusunda karar verecek olanın izleyici olduğu yönündedir. Artık küresel haber, izleyicisinin üzerindeki etkilerinden izleyicinin, iletilen hikâyeye vereceği tepki nedeniyle ayrı düşünülemez. Özellikle çevrimiçi durumlarda; izleyici geri bildirimi, hikâyenin o noktadan sonra alacağı yön konusunda ani etkiler yapabilir ve yapacaktır.”

Silvia’nın şu tespitleri de önemlidir: “Küresel haberin tanımına doğru ilerlerken, yalnız bir nokta kesin görünüyor: Hangi enformasyonun ve ne kadarının önemli olduğunu belirleme gücü, editörün masasından tüketicinin bilgisayarının faresine kaydı. Geleneksel haberlerin okunmasında ve izlenmesindeki düşüşü izleyen bir kişi, güç paradigmasındaki kaymayı hissetmiştir. Artık haber ‘bizim’ ‘onlara’ anlattığımız değil; şimdi ‘onların’ ‘bize’ anlattığıdır. Muhtemelen sorumluluğumuzun bir kısmı dinlemektir” (Silvia, 2001: 12). Görüldüğü gibi; haber tüketicisinin ne ile ne kadar ilgilendiği, haberin yerel / bölgesel / ulusal / uluslararası

/ ulus ötesi / küresel olarak tanımlanıp, ölçeklendirilmesinde haber tüketicisinin artan rolü belirleyici olmaya başlamıştır.

Tüketicinin artan rolü ve yükselen statüsü konusunda önemli bir noktaya daha değinmek gerekir. Utley (1997: 9), haber tüketicisini aynı zamanda bir haber üreticisi –buna küresel haber üreticisi de denilebilir- olması konusunda şu önemli tespiti yapmaktadır: “Bugün herkes muhabirdir. Basit bir kamera ve bilgisayar düzeneğine sahip herkes, dünyanın her nokrasından video görüntü ve olay hikâyeleri gönderebilir.” Utley’in dile getirdiği çerçevede haberin üretildiği ve tüketildiği ortamlar sınırsızlaşırken, öte yandan haber üretici ve tüketicisi de bir yandan bireyselleşmekte diğer yandan yaygınlaşmaktadır. Böyle bir durumda haberin de küresel özellikler taşıyan bir dönüşüm göstermesi beklenen bir durumdur.

Küresel haber, anahtar kelimesi ile ilgi bir literatür araması yapıldığında görülmektedir ki; küresel haber tanımlaması konusundaki algı büyük ölçüde haberin küresel medya tarafından servisi ile ilişkilendirilmektedir. Mevcut literatür, “küresel haber” tanımı konusunda ikna edici bir bütünselliğe erişmiş gözükmemektedir. Bu araştırmanın bir bulgusu olarak; yapılan tartışmaların ışığında bir haberin küresel haber olup olmadığı konusunda ipuçları verecek bazı sorular üretilebilir:

1. Üreten, ileten, izleyen veya sunum gibi değişik bileşenler açısından haberin dünyaya ilişkin bir ‘küresel bütünlük algısı’ var mıdır? (Allern, 2007) (Gerek şart. Evet ise küresel haber olabilir.)
2. Haberde ulusal yorumlar ve format farklılıkları olabilmekle birlikte, ‘ulus ötesi’ bir öz var mı? (Hjarvard, 2006) (Gerek şart. Evet ise küresel haber olabilir.)
3. Haber, sınır ötesi özelliğine sahip olarak çok aktörlü, çokkültürlü ve yaygın izleyici topluluğuna hitap etme özünü taşıyor mu? (UNESCO, 1978; Silvia, 2001: 12) (Evet ise küresel haber olma potansiyeline katkı yapar.)
4. Küreselleşme sürecine yenilikçi (inovatif) katkı yapan bir öze sahip mi? (Güleş ve Bülbül, 2004: 22; Hjarvard, 2003) (Evet ise küresel haber olma potansiyeline katkı yapar.)

5. Haber, küreselleşmenin aslî unsurlarından birisi olan izleyici ilgi, merak, talep, tercih, beklenti veya beğenilerini dikkate alıyor mu? Haber izleyici odaklı mı? (Ginneken, 2003: 17) (Evet ise küresel haber olma potansiyeline katkı yapar.)
6. Haberde küresel güvenlik, küresel ısınma, dünya kaynaklarının durumu, küresel terör gibi tüm dünyayı ilgilendiren bir olay veya tema işleniyor mu? (Held, 2004) (Evet ise küresel haber olma potansiyeline katkı yapar.)
7. Haberin etkilerinin büyüyerek ve gelişerek yaygınlaşması beklenir mi? (Hjarvard, 2006) (Evet ise küresel haber olma potansiyeline katkı yapar.)
8. Haber küresel finans, küresel siyaset, sermayenin ulus ötesileşmesi, işgücünün serbest dolaşımı, teknolojinin gelişimi, kültürel aynılaşma, büyük medya kuruluşlarının yerel ve bölgesel ortaklarla çalışması vb. gibi küreselleşmenin aslî unsurları ile mi ilgili? (Ito, 2009) (Evet ise küresel haber olma potansiyeline katkı yapar.)

Bu araştırmanın bir bulgusu olarak; bu soruların ışığında tümevarım yaklaşımıyla, küresel haber ile ilgili bir tanıma ulaşmak mümkün olmaktadır: Küresel haber; küreselleşme olgusunun dünyanın giderek bir bütün olarak algılanmasındaki özünü içeren ve bu sürece ilişkin iletişim yöntem, araç ve kuruluşları kullanılarak zamanında verilen, toplumda çok sayıda kişi ya da topluluğu ilgilendiren ve etkileyen, kişilerin anlayabileceği ulus ötesi herhangi bir olay ya da kanaattir (Çalışır, 2009:61).

5. Beklenen Gelişmelere İlişkin Tartışmalar

Bu noktaya kadar küresel haber kavramının varlığı, onun ortaya çıkışını mümkün kılan şartlar ve küresel haber kavramının tanımı araştırılmıştır. Küresel haberi oluşturan şartlar ve unsurlar incelenerek, bir tanıma ulaşılmıştır. Bu başlıkta ise küresel haber olgusunun ortaya çıkışının, teknoloji ve medya alanındaki gelişmeler ile küreselleşmenin diğer unsurlarına eklemlenmesiyle ortaya çıkması beklenen yönelimler hakkında yazarın öngörülleri verilecektir.

Genel anlamda küresel medya kavramından ne anlaşılmaktadır? Bu sorunun cevabı medya sahipliği, medyada kullanılan haber dâhil malzemenin üretimi, dağıtım

ve yayılımı, içerik ve izleyiciye ulaşımı açılarından incelenebilir. Küreselleşmenin geleceği üzerine yorum yapmanın henüz zor olduğu bu dönemde küresel medya kavramının sınırları geçmiş dönemin medyasının sınırları kadar açık ve belirgin değildir. Küresel medyanın gücü ve etki alanı sadece sermaye birikimine, izleyici izleme oranlarına veya medyanın fiziksel altyapı yaygınlığı ve erişim imkânlarına bağlanamaz. Kimi durumlarda yerel olan, etki anlamında küresel olanın yerel organından daha güçlü olabilir. Bu noktada küresel haber olgusu, küresel medya olgusundan farklı bir görünüm kazanır. Küresel haber, medyanın küreselleşmesinden de yararlanan fakat geleceğin oluşumundaki etkileri açısından ondan farklı niteliklere sahip bir gerçekliktir.

Günümüzün küresel medya sorunlarından birisi, küresel medyanın yerel organının haberin çevirisini ve editörlüğünü yapmasında ortaya çıkmaktadır. Bu noktada küresel medyanın yerel organının haberin çeviri ve editörlük sürecinde bir etnosantrik (etnik, ulusalcı vb.) hataya düştüğü gözlenmektedir. *Küresel dar görüşlülük* sayılabilecek bu yaklaşımın zamanla bir *küresel söylem / anlatı dili* çözülebileceği öngörülebilir. Bu bağlamda küresel haber olgusunun bize öngördüğü sorulardan birisi küresel haberin izleyiciye aktarımında bir küresel söylem / anlatı dilinin mümkün olup olmadığıdır.

Küresel haber alanında ilginç gelişme örneklerinden birisini Julian Assenge'nin yönetimindeki Wikileaks isimli kuruluş ve internet sitesi gerçekleştirmiştir. Assenge, televizyon kanalları ve gazeteler dışında bir başka medya üzerinden etnosantrik çeviri, editörlük ve yorum yapmadan, küresel haber örnekleri oluşturmuştur. Önce, sadece belgelerin yayınlanması şeklinde başlayan süreç; daha sonra bunların ticari, siyasi vb. şeklinde sınıflandırılması ile yeni bir düzeye erişmiştir. Wikileaks, küresel habere yeni bir yaklaşım olmanın yanında, nötr bir söylem / anlatı dili konusunda ilgi çekici bir örnek olmuştur. İnternet ortamında Google Translate gibi çeviri imkânlarının daha da gelişmesi ile birlikte entrosantrik manipülasyon veya dezenformasyon içermeyen bir küresel haber dili ortaya çıkabilir.

Bilişim ve iletişim araçlarının birbirine eklemlenmesi, internetin ivmeli gelişimi ve fotoğraf makinesi veya kamera gibi kayıtlama donanımlarının teknolojik gelişimi, habercilik alanında farklılaşmalara neden olmuştur. Bunun örnekleri

televizyon kanallarında ve gazetelerin internet siteleri ile Youtube gibi odaklanmış internet ortamlarında, sıradan insanların sağladıkları haberler konusunda izlenmektedir. Kısaca söylemek gerekirse; neredeyse internet bağlantılı bir cep telefonuna sahip herkes, küresel haber muhabiri olma potansiyeline sahiptir. Bu çerçevede haber muhabiri kavramı, *kalabalık kaynaklı (crowd sourcing)* hale dönüşürken, başta yurt dışı (yabancı) haber olmak üzere haber muhabirliğinin de önemini azaltmaktadır. Bu nedenle mevcut haber muhabirliği olgusu, muhtemelen önümüzdeki dönemde haberin odağında olmayacaktır. Küresel haber olgusu ile birlikte *herkesin izleyici ve herkesin haber muhabiri olduğu* farklı bir konuma geçildiği öngörülebilir.

İnternet ve sosyal medyanın en ilgi çekici özelliklerinden birisi, fiziksel sınırları ortadan kaldırarak, yeni türden ve küresel özellikli bir kamusal alan oluşturmasıdır. Bilgisayarlara ve akıllı telefonlara etkileşimli televizyon donanımının etkilenmesi ile haberin oluşumun da daha fazla küreselleşmiş bir niteliğe sahip olacağını söylemek mümkündür. Wikipedia'nın verdiği bilgilere göre; Nisan 2012 itibarıyla Twitter'ın 500 milyon, Facebook'un ise bir milyar üyesi bulunmaktadır. Üyelerin arkadaş listeleri aracılığıyla dev bir salkım oluşturdıkları düşünülürse, Arap Baharı sürecinde sosyal medyanın neden bu kadar etkili ve verimli olduğu kolayca anlaşılır. Özetle; günümüzde haberi küresel olarak izlemenin yanında, haberi küresel olarak yaratmanın şartları da gelişmiştir. Bu yeni durum, medya için haber kavramının küresel haber kavramı olarak isimlendireceğimiz yeni bir düzeye terfi ettiğini doğrulamaktadır.

Sonuç

Küreselleşme; ekonomik, sosyal, teknolojik, kültürel, politik ve ekolojik açılardan dünya ölçeğinde bütünleşme, dayanışma ve bağımlılaşmanın artması olarak tanımlanmaktadır. Küreselleşme kavramı ile öncelikle her an daha fazla bilginin üretilmesi kastedilmektedir. Diğer yandan bilginin gelişen medya organları ve internet de dâhil olmak üzere bilişim ve iletişim araçları ile daha hızlı yayılımı ifade edilmektedir. Küreselleşmenin bir diğer önemli boyutu ise farklı ülkeler arasında ekonomik ilişkilerin yoğunlaşması ve bu uluslararası bağımlılık ilişkisi ile adeta yeni bir dünya ekonomisi yaratılması anlatılmaktadır. Adeta ulusal sınırları

saydamlaştırmış bir bütünleşik dünya pazarından söz edilebilir. Bu durum, 20'nci yüzyılın son çeyreğinden başlayarak, uluslararası ekonomik ilişkilerin ve dış ticaretin önemindeki artışın birincil nedenlerinden birisidir.

Küreselleşme, bir yandan bilginin dünya üzerindeki yayılımını hızlandırmaktadır. Diğer yandan da bu süreci daha etkin ve verimli kullanan ülkelerin kültürlerinin daha iyi bilinir ve kolay benimsenir hale gelmesini de sağlamaktadır. Böylece hızla gelişen bir kültür aynılaşması süreci yaşanmaktadır. Yerel ve özgün kültür öğelerinin, yaygınlaşan küresel kültürün etkisiyle asimile olmaya başladığı gözlenmektedir.

Küreselleşme sürecinde; bilişim, iletişim, uydu ve internet teknolojilerinde önemli gelişmeler ve ilerlemeler gerçekleşmiştir. Değişim süreci, bilginin ve onun bir bileşeni olarak haberin miktar ve çeşitlilik olarak artışını sağlamıştır. Bu hızlı değişim sürecinden medya teknolojileri ve kültürü de yakından etkilenmiştir. Böylece medya bir yandan yeni teknolojilerin katkılarıyla yeni kanallar yaratırken, diğer yandan küreselleşmenin sınırları saydam ve geçirgen hale getirmesi ile ulus ötesi iletişim, düşünme ve tartışmaya uygun bir kamusal alan türü oluşturmuştur. Ayrıca küreselleşmenin etkilerinin taşınması ve bunun yaşamın tüm unsurlarına eklemlenmesi sürecinde, medya önemli roller üstlenmiştir. Medya ile yaşamın tüm alanlarındaki karşılıklı etkileşimin yoğunlaşması ile bir yandan kültürel kabuller, kavramlar ve kurumlar değişirken, diğer yandan küresel nitelik kazanan medya sadece aktaran olmaktan çıkıp, küresel ölçekte “aktaran, etkilenen, yorumlayan, üreten ve yeniden aktaran” biçiminde yeni ve karmaşık bir yapıya dönüşmüştür.

Pek çok doğal ve sosyal olayda karşıt eğilimlerin birlikte var olmaları olgusunu doğrularcasına, küreselleşmenin de kendisiyle birlikte yerelleşme ve bölgeselleşme yönelimlerini geliştirdiği gözlenmektedir. Bu bağlamda küreselleşme eğilimi ile birlikte uluslararası haber yayıncılığında ve buna bağlı medya yapılanmasında bölgeselleşme eğiliminin de güçlenmekte olduğu gözlenmektedir. Yerel ve ulusal medya aktörleriyle bölgesel ittifaklar ve işbirlikleri, küresel boyuta taşınmış medya iş modeli olarak yaygınlaşmaktadır. Bu işbirlikleri sayesinde bir yandan yerel ve bölgesel haberin küresel boyuta taşınması kolaylaşırken, diğer

yandan başka bölgelerde oluşan haberin yerele ve bölgesel aktarılması için yeni araçlar geliştirilmiş olmaktadır.

Gerek medyanın gerekse haberin bölgesel ya da ulusal alandan küresel boyuta taşınmasında, değişim kendini farklı biçimlerde açığa vurmaktadır. Bunlardan birincisi, ekonominin tüm sektörlerinde olduğu gibi medyada da artan müşteri (izleyici) odaklılık, medya yapısı ve politikalarına yansımaktadır. Burada yeni medya, özellikle izleyicinin haber seçiciliği özelliğini giderek daha fazla dikkate almaktadır.

İkinci olarak; kürselleşen haber olgusu, medya organlarındaki haber masası yapısını değişikliğe uğratmıştır. 20'nci yüzyılın son çeyreğine kadar yurt içi (yerli) ve yurt dışı (yabancı) haber masaları halinde örgütlenmiş olan haber medyası, iç ve dış ayırımından daha farklı bir yazı işleri ve editörlük yapısına geçmiştir. Üçüncü değişim eksenini ise; haberin küresel özelliğine karşılık, haber seçiminin ve haber çerçevesinin ulusalcı bir değer kriteri ve yerlileştirme yaklaşımı ile yapılmasıdır. Özetle; haberin işlenmesi ve aktarılması sürecinde bir yandan küreselleşme yönelimi gözlenirken, diğer yandan ulusalcı kalıpların varlığını sürdürdüğü adeta ortaya konmaktadır.

Tüm çatışan bileşenleriyle birlikte küreselleşme süreci içinde haber değerleri konusunda yapılan çalışmalar, 1980'li yıllara kadar dile getirilmeyen bir küresel haber kavramının varlığını ortaya koymaktadır. Küresel haberin ortaya çıkışında medya teknolojileri, örgütsel yapılanmada değişim ve haber içeriğinin farklılaşması kadar haber üretici, iletilici ve izleyici arasında yeni ve karmaşık bir etkileşim modelinin oluşmasının etkisi de vardır. Bu yeni haber çerçevesini bir 'küresel bütünlük algısı' olarak isimlendirmek mümkündür.

Küresel haber kavramının iletişim ve medya dünyası için yeni bir kavram olması nedeniyle, henüz bir tanım üzerinde uzlaşmaya varılmış gibi görünmemektedir. Diğer yandan iletişimcilerin yaptıkları çalışmalar, kürsel haberin 'kimlik sorgulamasında' yardımcı olacak bazı göstergeler ortaya koymaktadır. Bunlar arasında haberin bir küresel bütünlük algısına sahipliği; ulus ötesi bir öz taşıması; çok kültürlü, çok aktörlü, yaygın izleyiciye hitap etme özellikleri; haberin

yenilikçi (inovatif) niteliği; haberin izleyici odaklılığı; küresel boyutta konu veya temalarla ilgisi; haberin yaygınlaşma enerjisi ve haberin küresel yapı veya örgütlerle bağlantısı gibi; herhangi bir haberi ‘küresel haber’ olarak niteleyebilmek için olumlu cevaplanması gereken soru özlari sayılabilir. Bu çerçeveyi dikkate alarak; ‘küresel haber’i, küreselleşme olgusunun dünyanın giderek bir bütün halinde algılanmasındaki özünü içeren ve bu sürece ilişkin iletişim yöntem, araç ve örgütsel yapıları kullanılarak, zamanında verilen, toplumda çok sayıda kişi ya da topluluğu ilgilendiren ve etkileyen, kişilerin anlayabileceği ulus ötesi herhangi bir olay veya kanaattir, şeklinde tanımlamak mümkündür.

KAYNAKÇA

- ALLERN, Sigurd (2007). “Global News National News, University of Oslo, Teaching Material”,
<http://www.uio.no/studier/emner/hf/imk/JOUR4421/v07/Global%20news,%20national%20news.ppt>, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2012.
- ATTALI, Jacques (1999). 21. Yüzyıl Sözlüğü, (Çev: Kosta Sarioğlu), İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- BELL, Allan (1991). The Language of News Media, Oxford: Blackwell.
- BLESKE, Glen L. (1991). “Ms. Gates Takes Over”; Newspaper Research Journal, vol. 12, pp. 88-97.
- BIELSA, Esperanca (2008). Translation in Global News London: Routledge.
- BOYD-BARRETT, Oliver; RANTANEN, Terhi (1998). The Globalization of News; London: Sage.
- BOYD-BARRETT, Oliver (2006). Communications Media Globalization and Empire, Selangor: John Libbey.
- CHANG, Tsan-Kuo; LEE, Jae-Won (1992). “Factors Affecting Gatekeepers’ Selection of Foreign News; A National Survey of Newspaper Editors”; Journalism Quarterly, vol. 69/3 pp. 554-561.

- CLAUSEN, Lisbeth (2003). “Global News Communication Strategies: Around The World”, http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/32_105-116.pdf.
Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2012.
- CURRAN, James; LEYS, Colin (2000). Media and Decline of Liberal Corporatism in Britain, (Editörler) James Curran, Myung-Jin Park, De-Westernizing Media Studies, London: Routledge.
- ÇALIŞIR, Gülsüm (2009). Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Olayların Türkiye’deki Televizyon Haberlerine Yansımaları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DİLEKLEN, Taner (2005). 5N-1K Televizyon Haberciliği, İstanbul: Okumuş Adam.
- DONOHUE, George A.; OLEIN, Clarice N.; TICHENOR, Philip J. (1989). “Structure and Constraints on Community Newspaper Gatekeepers”, Journalism Quarterly, vol. 66, pp. 807-812.
- GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe (1965). “The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo”, Cuba and Cyprus in Four Norwegian Newspapers, Journal of Peace Research, vol 2. pp: 64-91.
- GINNEKEN, Jaap van (2003). Understanding Global News: A Critical Introduction, London: Sage.
- GİRGİN, Atilla (2009). Haberi Yazmak, http://www.atillagirgin.net/kitaplar/kit_giris4a.htm; Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2012.
- GÜLEŞ, Hasan Kürşat; BÜLBÜL, Hasan (2004). Yenilikçilik; Ankara: Nobel.
- HARTLEY, John (1990). Understanding News, London: Routledge.
- HELD, David (2004). A Globalizing World? Culture, Economics, Politics, London: Routledge.
- HELD, David; MCGREW, Anthony (2008). Küresel Dönüşümler, Ankara: Phoenix Yayınevi.

- HJARVARD, Stig (2003). “News Media and the Globalization of The Public Sphere”, <http://www.kommunikationsforum.dk/default.asp?articleid=10761>, Erişim tarihi: 30 Temmuz 2012.
- HJARVARD, Stig. (2006). “News In A Globalized Society”, <http://www.uio.no/studier/emner/hf/imk/JOUR4421/v06/undervisningsmateriale/>, Erişim tarihi: 30 Temmuz 2012.
- HOLM, Hans Henrik (2000). *The Effect of Globalization on Media Structures and Norms; Globalization and the Choice of Foreign News*, (Editör) Stig Hjarvard, Globalized News in a Society, Göteborg: Göteborg University Nordicom.
- HOLM, Hans Henrik (2005). “The Effect of Globalization on Media Structures and Norms”, http://www.tuilmnau.de/fakmn/uploads/media/Abstract_Holm__1_.pdf; Erişim tarihi: 10 Haziran 2012.
- ITO, Youichi (2009). “What Sustains the Trade Winds? The Pattern and Determinant Factors of International News Flows”; Keio Communications Review, No. 31 pp: 65-87.
- KARADUMAN, Sibel; KARADUMAN, Murat (2004). Bilgi Toplumunun Oluşmasında Televizyon Haberlerinin Yeri ve Önemine İlişkin Eleştirel Bir Bakış, 3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım 2004, Osmangazi Üniversitesi İİBF, Eskişehir.
- KAYMAKÇI, Oğuz (2007). Küreselleşme Üzerine Notlar, (Editör) Oğuz Çakmakçı, Küreselleşme Üzerine Notlar, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- KISUKE, Connie Syomiti (2004). “An Investigation of the Role of News Values In the Selection of News Sources In a Contemporary Third World Newspaper”, <http://eprints.ru.ac.za/197/01/kisuke-ma.pdf>, MA Thesis, Rhodes University; Erişim tarihi: 10 Haziran 2012.
- OECD (2010). News in The Internet Age: News Trends in News Publishing, OECD Publishing.

- ÖZBEK, Meral (2004). Kamusal Alan, İstanbul: Hil Yayınları.
- PAVLOVIC, Zoran (2009). Terrorism and Security, New York: Chelsea House Publications.
- RYAN, Charlotte (1991). Prime Time Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing; Boston: South End Press.
- SILVIA, Tony (Ed.) (2001). Global News: Perspectives On Information Age, Ames: Iowa State University Press.
- SCHLESINGER, Philip (1987). Putting 'Reality' Together, 2nd Edition, London: Methuen.
- TOKGÖZ, Oya (1981). Temel Gazetecilik, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- TÜRK DİL KURUMU (TDK) SÖZLÜĞÜ (2012).
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50223ea5dd5902.98421530 Erişim tarihi: 30 Temmuz 2012.
- ULUÇ, Güliz. (2003). Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı, İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- UNESCO (1978). "International Commission For the Study of Communication Problems, An Approach to the Study of Transnational News Media In a Pluralistic World",
<http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000341/034150eb.pdf>, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2012.
- UTLEY, Garrick (1997). "The Shrinking of Foreign News: From Broadcast to Narrowcast", Foreign Affairs, March – April 1997 Vol: 76 No: 2, pp: 2-10.
- VERSTRAETEN, Hans (2002). Medya ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, (Derleyen) Süleyman İrvan, Medya Kültür Siyaset s: 339-376, Ankara: Alp Yayınevi.
- WATERS, Malcolm (1995). Globalization, London: Routledge.