



Ulusötesi Medya

Suman Mishra

YARDIMCI KİTLE İLETİŞİM PROFESÖRÜ, SOUTHERN ILLINOIS ÜNİVERSİTESİ, EDWARDSVILLE, IL

Nedir?

Ulusal medya (kitap, film, müzik, televizyon programları, dergiler) ulus-devlet içinde yerel olarak oluşturulur, dağıtılır ve tüketilir. Yerel kişiler, kurumlar ya da devlet tarafından fonlanır. Ulusal medya ulusal kültür, politika ve ekonominin ürünüdür. Ulusal izleyici kitlesinin ilgisine ve ihtiyacına hitap eder. Ulusötesi medya bir ülkede ortaya çıkar ancak ulus-devlet sınırlarının ötesine geçer (örneğin, Japonya'dan Anime, Hindistan'dan Bollywood filmleri, Birleşik Krallık'tan BBC). Bu durum coğrafi ve kültürel yakınlık (Hindistan ve Pakistan, Kolombiya ve Brezilya, ABD ve Kanada), ülkeler arasında medya ürünlerinin değişimi, bilgi ve iletişim teknolojileri (internet, sosyal medya), çokuluslu medya kuruluşlarının ekonomik çıkarları (Globo, Disney, Sony, Bertelsman, News Corp), kolonyal ilişkiler ve diasporik ihtiyaçlar gibi birçok nedenden kaynaklanır.

Kavramı kim kullanır?

Ulusötesi medya iletişim ve medya araştırmacıları, sosyologlar, antropologlar, ekonomistler, siyaset bilimciler ya da medya oluşturma ve tüketme, bilginin küresel akışı, medya biçimlerinin benimsenmesi, kültürel etkiler ve değişimler, küreselleşme, bilgi iletişim teknolojilerinin etkileri, propaganda ve aktivizm çalışanlar tarafından tartışılır.

Kültürlerarası diyalogla ilintisi nedir?

Medya iletişimin meydana geldiği kanallardır. Ulusötesi medya sayesinde insanlar uzak yerlerin, kültürlerin ve toplumların farkına varır. Bu daha iyi bağlantılar kurmayı ve anlayış edinmeyi sağlayarak bilgi değişimi ve öğrenmeye katkı verir.

Yapılması gereken neler kaldı?

Ulusötesi medya ve etkisi geniş çaplı olarak çalışılmış olsa da daha çalışılacak çok konu vardır. Bilginin hızı, Alphabet, Facebook ve Twitter gibi büyük teknoloji şirketlerinin gücü ve erişimi bireyleri, kültürleri ve ulusları etkilemekte ve sistemli bir çalışılma gerektirmektedir. Yeni teknolojilerin bir sonucu olarak küresel-yerel etkileşimler eskisinden daha yoğun ve karmaşık hale geldi; akıllı telefonlar, sosyal medya ve diğer araçlar her yerde bulunur hale geldi ve insanların hayatlarının merkezinde yer alarak küresel ve yerel düzeyde olay ve konular yaratmalarını ve bunlara dahil olmalarını mümkün kıldı. Bunun makro ve mikro düzeyde çok daha iyi anlaşılması gereken etkileri vardır. Ayrıca, dijital kültürlerin ve sanal toplulukların ulusal sınırların ötesine nasıl geçtiğinin ve bireyleri nasıl etkilediğinin eş zamanlı olarak çalışılması gerekmektedir.



Center for Intercultural Dialogue
Key Concepts in Intercultural Dialogue
Kültürlerarası Diyalogda Anahtar Kavramlar

Kaynaklar

- Kamalipour, Y. (2007). *Global communication*.
New York: Thompson Wadsworth.
- Mishra, S., & Kern-Stone, R. (Eds.). (2019).
Transnational media: Concepts and cases.
Medford, MA: Wiley Blackwell.
- Thussu, D. (2016). *International communication:
Continuity and change*. London, UK:
Bloomsbury Academic.

Türkçeye Çeviren: Candost Aydın