

T.C
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

KÜRESEL VE YEREL KÜLTÜR BAĞLAMINDA
TÜRK ÖZEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

ESRA İLKKURŞUN

Danışman

Yrd.Doç. Dr. Ayşe AZMAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2006

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Ünsal Yetim
(Başkan)

Yrd.Doç.Dr. Ayşe Azman
(Üye)

Yrd.Doç.Dr. Nalan Yetim
(Üye)

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

...../...../200..

Prof.Dr. Serra DURUGÖNÜL
Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Türk Özel Televizyonlarında yansıtılan küresel ve yerel kültür göstergelerini betimleyebilmektir. Bu amaçla Türk Özel televizyonlarından seçilen programlar, mekan, dil, tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileri açısından geçmiş dönemlerdeki televizyon programlarıyla farklılaşıp farklılaşmadığını betimsel bir araştırmayla incelenmektedir.

Araştırmada televizyonlarda ekilen kültürün küresel ve yerel kültür özelliklerini tespit etmeye yönelik kültürel göstergeler belirlenmiştir. Bu kültürel göstergeler; mekan, dil, tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileridir. Araştırmada 67 yargı cümlesi belirlenmiş ve bu yargılara Likert tipi ölçekle cevaplar aranmıştır. Araştırmaya iki sosyolog ve iki iletişim uzmanından oluşan dört kişilik uzman grubunun ön çalışmasıyla başlanmıştır. Bu çalışmadan alınan sonuçların onayı için sosyoloji, psikoloji, felsefe bölümü öğrencileri ile iletişim fakültesi öğrencilerinden oluşan 58 kişilik gruba aynı yargılar yöneltmiştir.

Veriler bağlı örneklem için t testi ile analiz edilmiştir. Bulgular dönemselsel olarak incelendiğinde yerel kültürün tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileri açısından farklılaştığını, mekan ve dil açısından farklılaşmadığını göstermektedir. Küresel kültür göstergeleri ise mekan, tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileri açısından farklılaştığını, dil göstergesi açısından farklılaşmadığını göstermiştir.

Anahtar Sözcükler: Küreselleşme – Yerelleşme - Küresel Kültür – Yerel Kültür —

Özel Yayıncılık

TURKISH PRIVATE BROADCASTING IN THE CONTEXT OF GLOBAL AND LOCAL CULTURE

The purpose of this study is to describe the indicators of global and local culture in Turkish private televisions. For this purpose, some chosen tv programmes in Turkish television channels were examined whether there are any significant differences between three periods by the place, language, consumption habits and personal relationships with a descriptive study.

In this study the cultural indicators were determined what the qualifications of global and local culture at Turkish private television channels. These cultural indicators are place, language, consumption habits and personal relationships. 67 opinion sentences were established and they were searched for the answers with Likert Scale. At the beginning of the study was started with the opinion of two sociologists and two communication specialists. After that it was asked 58 participants who were the students of sociology, philosophy, psychology and the communication faculty for the confirmation of these opinions.

For analysing the data, compare means and paired – sample t test was carried out. Findings showed that, there are significant differences in the point of consumption habits and personal relationships in local cultural indicators between different periods and are not significant difference in the point of place and language. And also findings showed that there are significant differences in the point of place, consumption habits and personal relationships in global cultural indicators and is not significant differences in the point of language.

Key Words: Globalization – Localization- Global Culture – Local Culture – Private Broadcasting

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER	i
TABLolar DİZİNİ	iv
GİRİŞ	1
I. KÜRESELLEŞME	8
I.1. Ekonomik Küreselleşme	8
I.2. Politik Küreselleşme	11
I.2.1. Ulus Kavramının Doğuşu	12
I.2.2. Milliyetçilik	13
I.2.3. Küreselleşme Karşısında Ulus Devlet	15
I.3. Kültürel Küreselleşme	17
II. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE KÜRESELLEŞME	21
II.1. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Yapılan Çalışmalar	21
II.1.1. Kitle İletişim Araştırmalarında Modernleşme Kuramı	23
II.1.2. 1960'lı Yıllar ve Bağımlılık Okulu	25
II.1.3. 1970'ler: Medya Emperyalizmi ve Kültürel Emperyalizm	28
II.1.4. İzleyicinin Eksene Alındığı Çalışmalar	33
II.2. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Gelişimi	39

II.3. Kamu Yayıncılığında Özel Yayıncılığa	41
II.4. Türkiye’de Radyo ve Televizyonun Tarihçesi	47
III. KÜRESEL VE YEREL EKSENİNDE KÜLTÜR	53
III.1. Kültüre Farklı Yaklaşımlar	53
III.2. Modernden Küresele Kültür	58
III.2.1. Küresel Kültür Tartışmaları	62
III.2.2. Kültürel Bağlamda Küresel –Yerel ilişkisi	66
III.3. Türkiye’de Kültürel Dönüşüm: Dönemsel Bir Bakış	69
III.4. Küresel ve Yerel Kültüre İlişkin Göstergeler	73
III.4.1. Mekan	73
III.4.2. Dil	75
III.4.3. Tüketim Alışkanlıkları	78
III.4.4. İnsan ilişkileri	80
VI. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	83
VI.1. Araştırmanın Amacı	83
VI.2. Araştırma Evreni	83
VI.3. Araştırmanın Örneklemi	83
VI.4. Araştırmanın Yöntemi	85
VI.5. Verilerin Toplanması ve Analizi	91
V. BULGU VE YORUMLAR	98
V.1. Yerel Kültür Göstergeleri	98

V.1. 1. Mekan Seçiminde Yerel Kültür Göstergeleri	98
V.1.2. Tüketici Davranışlarında Yerel Kültür Göstergeleri	100
V.1.3. Dizilerde kullanılan Dilde Yerel Kültür Göstergeleri	102
V.1.4. Dizideki İnsan İlişkilerinde Yerel kültür Göstergeleri	104
V.2. Küresel Kültür Göstergeleri	106
V.2.1. Mekan Seçiminde Küresel Kültür Göstergeleri	106
V.2.2. Tüketici Davranışlarında Küresel Kültür Göstergeleri	108
V.2.3. Dizilerde Kullanılan Dilde Küresel Kültür Göstergeleri	109
V.2.4. Dizideki İnsan İlişkilerinde Küresel Kültür Göstergeleri	111
SONUÇ	116
KAYNAKÇA	126

TABLÖLAR

TABLO 1 - Yerel Kültür Göstergeleri	114
TABLO 2 – Küresel Kültür Göstergeleri	115

GİRİŞ

Günümüz dünyasını tanımlayan bir kavram olarak küreselleşme 1980'lerden sonra yaşamımıza girmiştir. Küreselleşme kavramı dünya ölçeğinde ulusal kimliklerin, ekonomilerin ve sınırların çözülmesini, dünyanın ekonomik bir bütün oluşturmasını, farklı kültürlerin homojenleşmesi ve buna bağlı olarak tek bir küresel kültürün ortaya çıkmasını tanımlar. Bir başka ifadeyle küreselleşme; dünyanın sıkışması, küçülmesi, ulusal olanın anlamını yitirmesi ve dünyanın tek bir mekan olarak algılanmasıdır.

Küreselleşmeyi tanımlamaya yönelik tartışmalar iki ekseninde odaklanmaktadır. Bunlardan ilki modernleşme söyleminin devamı niteliğindedir. Modernleşme Batı tipi yaşamın ön plana çıkarılmasına ve geleneksel kültürlerin er ya da geç modernleşeceği varsayımına dayanır. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme Batı merkezlidir ve bu süreçteki bütün kültürler, dünyanın neresinde olursa olsun, Batı kültürüne benzer özellikler gösterecektir. Bu özellikleri kazanabilmesi için çok uluslu şirketlerin sayılarının artması, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte Batı kültürünün tanınması ve toplumların kendi kültürlerinden yavaş yavaş uzaklaşarak Batı kültürüne odaklanmaları süreci başlayacaktır. Tartışmalar dünyanın giderek küresel bir köy haline geleceği iddiasındadır. Batı kapitalizmi küresel bir dünya düzeni yaratacaktır.

Küreselleşmeyi bir başka açıdan tartışanlar ise bu kavramın Amerikan ya da Batı kaynaklı olduğunu kabul ederler. Ancak buradaki Batı varlığı emperyalizm şeklindedir. Batı'nın kültürel emperyalizmi üçüncü dünya ülkelerini kendi kültürüne benzetmeye çalışmaktadır. Batı; kültürel, ekonomik ve politik yayılmayı sürdürebilmek

için çok uluslu şirketleri ve iletişim teknolojilerini kullanabilmektedir. Mcdonaldlaşma olarak da ifade edilen bu tür küreselleşme, kültürel emperyalizmin yeni bir görüntüsü olarak ifade edilir. Her iki yaklaşımın ortak noktası, küreselleşmenin dünyayı homojenleştirmeye çalıştığı yolundadır. Gerek dünyanın benzerlikler içinde tek bir kültürden ibaret olarak yeni bir düzen içinde olması, gerekse emperyalizm tehdidi altında birbirine benzer özellikler göstermek zorunda kalması, küreselleşmenin her iki tartışmasında da “dünyanın homojenleşmesi” sonucunu getirmektedir.

Her iki yaklaşıma göre küreselleşme ulus-devlet sınırlarını ekonomik, kültürel ve politik olarak zorlamaktadır. Ulus-devletin politik sınırları belirgin kalsa da alınan politik kararlar, sınırlanmış topraklar içinde uygulanan ekonomi politikaları ve bu politikalar içinde daha önce işaret edilen Batılı büyük devletlerin etkisi küreselleşmenin bir özelliği olarak vurgulanır. Bir başka durum ise “dünya sistemi kavramı” diye adlandırılan sistemde, modern dünyanın “merkez” , “yarı çevre” ve “çevre” diye sunulmasıdır. Bilgi akışını sürdürebilmek, kültürlerin etkileşimini sağlayabilmek için iletişim teknolojilerinin kullanılması ve bu teknolojilerin kültürel değişime etkisi, her iki görüş tarafından da benimsenmektedir.

Küreselleşmenin son dönemde ortaya çıkan tanımları arasında küresel-yerel karşıtlığı yer almaktadır. Bu görüşe göre dünya homojenleşmekten çok giderek heterojenleşmeye doğru ilerlemektedir. Küresel olanın karşısına gelenek, dil, din gibi yerel öğeler çıkabilmektedir. Bir başka yapılanmada ise yerellik melezeleşebilmekte yani yerel kültür ve yaşam tarzları, küresel olanın etkisinde hem varlığını sürdürürken hem de ona benzeyebilmektedir. Buna örnek olarak fast-food yeme alışkanlıklarının yerel yemeklere uyarlanması gösterilebilir. Küresel-yerel karşıtlığında son yapılanma ise farklılaşmadır.

Yani etnik canlandırmalar, yerli halklar için mücadeleler, dinsel tutuculuk ve ırkçı tepkiler, küreselleşmeye karşı savunmacı tepkiler olarak görülebilir.

Görüldüğü gibi küreselleşme tartışmaları temelde iki ana model etrafında şekillenmekte; her iki model de kendi içlerinde farklılaşabilmektedir. Bütün bu tartışmaların sonucunda söylenebilecek temel yargı küreselleşmenin toplumların kültürleri üzerindeki dönüştürücü etkisidir.

Kültür çok çeşitli tanımlamalarla karşımıza çıkmaktadır. Modernite tartışmalarının varolduğu dönemde kültür ulus-devletle anılmakta ve ulusal kültür olarak tanımlanmaktadır. Ulusal kültür, ulus-devletin içindeki kültürel çeşitliliği içine alan ve ortak dil, din ve tarihle şekillenen bir kültür olarak tanımlanır. Ulusal kültürler arasında belirgin farklılıklar vardır. Modernist yaklaşıma göre bu farklılıklar ulusal kültürlerin modern ya da geleneksel oluşlarıyla şekillenir. Geleneksel kültürlerin zaman içinde modern kültür özelliklerine ulaşması beklenir. Bu çerçevede modern ve geleneksel kültürlerin karşıtlığı tartışmaları yer almaktadır. Modern olarak adlandırılan kültür Batı kültürüdür. Güçlü ekonomik alt yapısı ve ileri iletişim teknolojileriyle Batı kültürleri, üçüncü dünya ülkelerinin geleneksel kültürlerini er ya da geç etkileyecektir. Modern Batı kültürünün karşısında yer alan geleneksel kültür geçmişteki değerlere bağlılıkla ön plana çıkan tutuculuk, törensellik ve tekrara dayanan bir yapıya sahiptir. Tartışmaların başlangıcında ulusal kültürle tanımlanan modern kültür ise geleneksele karşı laik rasyonel yaklaşımın varolduğu, hayatta kalabilme savaşının yerini kendini rahatlıkla ifade edebilmenin aldığı bir kültür olarak tanımlanabilmektedir.

Modern kültürün karşısında yer alan geleneksel kültürün, gelişmeyi engelleyici unsurları olduğu düşünülmüştür. Bu görüşe göre geleneksel kültür, uygarlaşmanın önünde

bir engel oluşturabilecektir. Bu engeller de üçüncü dünya ülkelerinin Batı tipi yaşam tarzına ulaşmalarını geciktirip güçleştirebilecektir.

Modernite tartışmalarının benzeri bir tartışma 1980'li yıllardan sonra küreselleşme kavramı içinde ortaya çıkmıştır. Bu kavram içinde şekillenen küresel kültür çeşitli yönleriyle tanımlanmıştır. Çok uluslu şirketlerin, uluslar arası organizasyonların, ortak politik kararların ve iletişim teknolojilerinin ulusal kültürler üzerinde bir dönüşüme yol açması ve ulusların kültürel anlamda birbirlerine yakınlaşması iddiası küresel kültürün tanımlarından biridir. Bu unsurlar ulusların karşılıklı bağımlılığını yaratabilmektedir.

Küreselleşme söyleminin açıklamaya çalıştığı ekonomik, siyasal ve kültürel bütünleşme çabasındaki karşılıklı bağımlılık, farklılıkların azaldığı ve kültürler arası ortak yönlerin arttığı kültürel homojenlikle tanımlanmıştır. Ulusal, etnik ve dini kimliklerin önemini yitirdiği anlamına gelebilecek küresel kültür, karşısında bu kimliklere sıkı sıkıya bağlı yerel kültürleri bulmaktadır. Yerel kültür, yerel heterojenleşmeyi de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda bir yandan birbirine yaklaşan kültürlerin varlığından bir yandan da geçmişte geleneksel olarak adlandırılan kültürün yeni bir yaklaşımla değerlendirilerek yerel olarak ortaya çıkışından söz etmek mümkündür. Modernite tartışmalarının yapıldığı dönemde Modern Kültür –Geleneksel Kültür karşılaştırılması yerini Küresel Kültür-Yerel Kültür karşılaştırmasına bırakmıştır.

Küresel kültür en iyi ifadesini medyada bulur. Medyanın aracılığıyla yeni mekanlara, yeni kültürlere, yeni yaşam biçimlerine ulaşır. Ekonomik ve politik alandaki küreselleşmeyi kültürel küreselleşmeden ayırt etmek mümkün değildir. Hepsinin kendi içinde etkileşimleri vardır ve bu etkileşimlerin ana kaynağı da medyadır. Medya denildiğinde karşımıza çıkan en önemli kitle iletişim aracı televizyondur. Televizyonun çok sayıda izleyici kitlesine ulaşmaya başladığı 1950'li yıllardan bu yana televizyonun

kültürler üzerindeki etkilerini ölçmek ve bu etkileri yorumlamak için birçok çalışma yapılmıştır.

Yapılan çalışmalar dönemin ekonomik ve politik yapısını yansıtacak biçimde modernite bakış açısından küreselleşme söylemlerine kadar uzanmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında televizyon izleyicileri ve televizyonun etkileri üzerine yapılan araştırmalar yine modernist kuramdan yola çıkılarak şekillendirilmiştir. Başlangıçta kitle iletişim araçları ve elbette televizyon devletler tarafından ulus bilinci yaratmak amacıyla kullanılan ve devletlerin ideoloji ve politikalarını ulusa aktaran araçlar olmuştur. Ancak iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeyle birlikte yeni bir döneme girilmiştir. Teknik maliyetlerin düşmesi uzaklıkları sanal olarak kısaltmıştır. Ulus devletin zayıflamaya başladığı dönemde; başlangıçta devletin aracı olarak kullanılan iletişim teknolojileri, küreselleşmeyi tanımlayan araçlardan biri haline gelmiştir. 1980'li yıllar medya dünyasında “deregülasyon –yayıncılık politikalarının yeniden düzenlenmesi-, özelleştirme, liberalleştirme, ticarileşmeyle” tanımlanabilir. Bu yıllar yalnızca yeni ekonomi politikalarının küreselleştiği yıllar değil iletişim teknolojilerinin de farklılaştığı, uluslar arasılaştığı ve bir kültürün yaratıldığı farkına varıldığı yıllardır.

O zamana kadar ABD dışında hemen hemen tüm dünyada ulusal tekeller, kamu yayıncılığı gibi başlıklar altında tanımlanan yayıncılık alanı, 80'lerden itibaren hızla serbest pazardaki yerini almaya başlamıştır. Özel televizyonların kamu yayın hizmeti sürdüren yayıncılığın karşısına çıkması, daha önce de belirtildiği gibi televizyonlardaki ulusal kültür etkisini küresel kültüre dönüştürme eğilimine girmiştir.

Türkiye’de de 1980’lerden itibaren dünyadaki dönüşüme benzer bir dönüşüm yaşanmıştır. 24 Ocak kararlarıyla gelen deregülasyon politikaları ve 12 Eylül askeri darbesinin hak ve özgürlüklere yönelik uygulamalarıyla yeni bir döneme girilmiştir.

Çanak antenler ve "deneme" kablo yayınları arasında bir sonuca bağlanmayan özel televizyon yayını konusu 1990 yılında Almanya'dan gelen uydu yayınlarıyla sonuca bağlanmış ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun 1964'den beri devam eden tekeli fiilen son bulmuştur. TRT'nin kamu yayıncılığına özgü genel yayın ilkeleriyle hazırladığı programların karşısında, özel televizyonlar farklı bir yayıncılık anlayışıyla varlıklarını sürdürmektedir. 2006 yılı RTÜK verilerine göre Türkiye'de ulusal bazda yayın yapan 24 özel televizyon kanalı vardır. Tüm bu gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının ulaştığı izler-kitle azımsanmayacak ölçüdedir. Geniş kitlelere yayın yapan özel televizyon kanallarının hazırladığı programlar, kamu yayıncılığından çok farklıdır. Bu farklılık yeni yayıncılık biçiminin yarattığı yeni bir kültürün varlığına işaret edebilmektedir.

Araştırmanın amacı Türkiye'deki özel televizyonların yayınlarının sunduğu kültürün küresel ve yerel göstergelerini saptamak, bu göstergelerin 1974, 1989 ve 2005 yılları arasında nasıl değişim gösterdiğini betimlemektir.

Araştırmanın Sayıtlıları

1-Kitle İletişim Araçlarının en etkilisi olan televizyon, izler-kitleye kültür eken ve bu ekimi kültürel göstergeler yoluyla yapan bir araç olarak kabul edilmiştir.

2-Televizyonlarda sunulan kültürün küreselliği ve yerelliği; mekan, tüketici davranışları, dil ve insan ilişkileri boyutlarındaki kültür göstergeleriyle tespit edilebilir

Araştırmanın Alt Soruları

1- Dönemsel bir karşılaştırma yapılırsa Türk Özel televizyonlarında mekan seçimi değişime uğramış mıdır?

2- Dönemsel bir karşılaştırma yapılırsa Türk Özel televizyonlarında tüketici davranışlarının sunumunda değişim var mıdır?

3- Dönemsel bir karşılaştırma yapılırsa Türk Özel televizyonlarında dilin kullanımı farklılaşmış mıdır?

4- Dönemsel bir karşılaştırma yapılırsa Türk Özel televizyonlarında insan ilişkileri boyutunda değişimden söz etmek mümkün müdür?

I. KÜRESELLEŞME

1980'lerden bu yana günümüz dünyasını tanımlayan bir kavram olan küreselleşme; Batı merkezli olarak üretilen mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve kullanımının dünya ekonomileri arasında bütünleşmesi olarak tanımlanabilir. Bu yönüyle Batı'nın politik, ekonomik ve kültürel düzlemde kurduğu yeni dünya düzeni olarak kabul edilebilir.

Çok uluslu şirketlerin sayılarının artması, ulus devletlerin egemenliklerinin zayıflaması, NATO gibi küresel askeri sistemlerin ortaya çıkması küreselleşmeyi yaratan önemli etkenler arasındadır. Bunun yanında olimpiyat oyunları gibi dünya çapında spor dallarının gelişmesi, AIDS gibi dünyayı tehdit eden hastalıkları araştırmak için uluslar arası sağlık örgütlerinin kurulması ve dünya dinleri arasındaki karmaşık etkileşimler de küreselleşmenin yolunu açmıştır. Küreselleşme aynı zamanda, dilin, dinin ve kültürün yeniden ve dünya çapında yapılanması anlamına gelir.

Bu noktada küreselleşmenin üç farklı boyutundan söz etmek mümkündür. Bu boyutlar zaman zaman birbiri içinde erise de genel olarak ekonomik, politik ve kültürel küreselleşme başlıkları altında değerlendirilebilir.

I.1. Ekonomik Küreselleşme

Ekonomik küreselleşme, dünya finans piyasalarının ve serbest-ticaret bölgelerinin yükselişi, malların ve hizmetlerin küresel değişimi ve çok uluslu şirketlerin

hızlı büyümesi ile ilişkilidir(Smith,2005:208). Şirketler, rekabet ortamının giderek karmaşıklaşmasına karşı kazancını mümkün olduğunca arttırmak ve pazar payını sağlamlaştırmak amacıyla. Bu bağlamda bir işletme modeli olarak düşünülen küreselleşme; tüm bilgi ve yeteneklerin kullanılmasını ve yenilerin edinilmesini amaçlamaktadır (Mattelard,2001:99). Rekabet ortamının genişlemesi ve ürünlerin tüketimi için yeni alanlara ihtiyaç duyulması da bir anlamda sınırların aşılmasına neden olmaktadır. Ülkeleri birbirine, NATO'ya, Ortak Pazar'a ya da benzeri örgütlere bağlayan parasal ve bölgesel düzenlemelerin gelişmesi, egemenlik ve ulus devlet anlayışlarını değiştirmekte; gittikçe artan uluslar arası karşılıklı bağımlılık durumunu yaratmaktadır (Hall;1998:45).

Ülkelerin üretim biçimleri küreselleşmeyi belirleyici bir özelliktir. Giddens'a (2004) göre dünya ekonomisindeki ana güç merkezleri kapitalist devletlerdir ve burada kapitalist ekonomik girişimcilik asıl üretim biçimidir. Söz konusu devletlerin iç ve uluslar arası ekonomi politikaları, ekonomik etkinliğin birçok biçiminde düzenlenmesini içerir, ama kurumsal örgütlenmeleri ekonominin politikadan yalıtımını sürdürür. Bu da her zaman belirli bir devlet içinde merkezi olan, ama başka yerlerde de bir çok bölgesel katılımlar geliştirebilecek ticari şirketlerin küresel etkinlikleri için geniş bir alan sağlar (Giddens,2004:75-76). Hoogvelt'e göre kapitalizmin genişleme aşaması ticaret ve üretime yönelik yatırım aşamalarındaki yayılma ile karakterize edilmektedir. Bu dönemde çok uluslu şirketler yayılmayı kolaylaştırıcı aktörler olarak işlev görmüştür (akt.Yetim,2002:134). Şirketler ihracat ve ithalatla başka ülkelerin ekonomilerinden etkilenmiş, ulusal bazda yatırım yapan şirketler uluslar arası işletmelere dönüşmüştür. Wallerstein (2004) küreselleşmeyi; küçük sistemlerden dünya imparatorluklarına; dünya imparatorluklarından dünya ekonomisine geçiş süreci olarak görür.

Ekonomik küreselleşmeyle birlikte değişim içinde olan toplumsal ilişkiler sisteminden söz etmek mümkündür. Her türlü malın uluslar arası pazarı, en büyük desteği, bu toplumsal ilişkiler sisteminden görür. Uluslar arası ekonomik bağlantılar oldukça karmaşık ve genellikle de pek anlaşılamayan “Pazar sistemi” içinde yürür (Willams,1989:181). Ekonomik olarak uluslararası sermayenin egemenliği bir yandan günlük yaşam açısından dünyayı "homojenleştirirken" öte yandan, ekonomik verimliliğin, yani üretim verimliliğinin, dünya ekonomisindeki en belirleyici ölçüt olarak ortaya çıkmasına yol açmıştır. Böylece, gittikçe bütünleşen dünya ekonomisindeki rekabetin belirleyici sonucu, üretim verimliliği kavramına bağlanmıştır (Kongar,2005).

Dünya ekonomisine geçişle birlikte uluslar arası düzlemdeki ekonomi politikaları, devletlerin politik sistemlerinin de etkilenmesine yol açmaktadır. Başlangıçta ekonomik kalkınmanın coğrafi doğal temeli, devletin toprağıdır. Ekonomi, ancak ulus-devletin örtük çerçevesinde özerk bir alan olarak düşünülürken kalkınmanın aktörü, insani ve kültürel temeli ulus olarak kabul edilmiştir. Çok doğal olarak bunun sonucu ulusal bir üründür (Latouche,1993:112). Oysa ekonominin küreselleşmesiyle birlikte, bu kavram da ulusal olmaktan çıkmış, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin de etkisiyle uluslar arası alana yayılır hale gelmiştir.

İletişim ve ulaşım alanlarındaki teknolojik gelişmelerin, bugüne kadar ayrı olan piyasalar arasındaki sınırları aşındırdığı iddiasını destekleyecek bol kanıt vardır. Piyasalar ve toplumlar farklı kimlikleri korurlarken bile birbirlerine karşı daha duyarlı hale gelmektedirler. Bir ülke içindeki istihdam, yatırım ve gelir düzeyleri genelde çokulusluların, başka şeyler yanında, üretim ve yönetim mekanizmalarını nerede kuracaklarına ilişkin verecekleri kararlara bağlıdır (Held,1995:192).

Sonuç olarak ekonomik küreselleşme; uluslar arası pazardaki değişimlerle yakından ilgili olup, ulus-devletin sermaye birikiminden pay alan ancak bu payı alırken ulus-devlet sınırlarını da aşındıran bir özelliğe sahiptir. Küreselleşmenin temel savı olan homojenleşmenin kaynağının yani çok uluslu şirketlerin çıkış noktasının Avrupa ve Kuzey Amerika özellikle de Amerika Birleşik Devletleri olması, homojenleşmenin de tek taraflı olabileceği kuşkusunu doğurmaktadır. Sanayileşmenin Batılılaşmayla bağlantılandırılması gibi, küreselleşmenin ekonomik boyutu için de “Batılı” tanımlamasının yapılması mümkündür. Ekonomik küreselleşmenin kitle iletişim araçları üzerinde de etkisi vardır. Bu etki, sanayi devriminden sonra ortaya çıkan ve ekonomiyi merkeze alan tartışmalarda kendini göstermektedir. Bir ilaç gibi çeşitli dozlarda sunulan ekonomik küreselleşme, medyanın sağladığı imkanlarla daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir (Mander:2005).

I.2. Politik Küreselleşme

2000’li yıllarda küreselleşmenin tek bir boyutundan söz etmek mümkün değildir. Ekonomik ve kültürel bütün değişimler devletlerin yönetim sistemlerini etkilemekte ve bu da devletin kendini geliştirme ve değiştirme politikalarına yansımaktadır. 1980’lerde daha kapalı bir ulus-devlet sistemi varlığını sürdürürken, ekonomik pazarın genişlemesiyle ulus-devletler çağının kapandığından söz edilmektedir. Bu noktada hep tartışılan “küreselleşme ulus-devletin sonu mu” sorusuna bir karşılık aranmayacak, sadece küreselleşme karşısında ulus-devletin bulunduğu nokta üzerine tespitler yapılacaktır. Bu tespitlerin öncesinde ulus-devletten küreselleşmeye geçişte tarihsel süreç değerlendirilecektir.

I.2.1. Ulus Kavramının Doğuşu

Ulus kavramı, Batı'da toplumsal ve politik değişim süreçlerinin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Avrupa'da feodalizmin yıkılışı ile sonuçlanan, yeni politik, ekonomik ve toplumsal ilişkiler ortamında ulusun yaratılması için, insanların ortak aidiyetler etrafında birleşmesi gerekmiştir. Merkezi devletlerin kuruluşu ve ekonomik bağılıkların gelişmesi ulus-devletin oluşum sürecini hazırlamıştır (Uzun,2003:132). Ulus devletin ortaya çıkışı ve yayılması, kapitalist dünya ekonomisinin varlığına bağlanmaktadır. Bütün kapitalist devletler ulus-devlet formuna sahiptir. On altıncı yüzyılda başlayan bir süreç olarak kapitalizm, politik kurumsallaşmasını pekiştirmeye yöneldiğinde, yani on sekizinci yüzyılda, ulusu, devlet iktidarının meşruluk temeli yaparak, ulus-devlet formunun icadına yol açmıştır. Bu anlamda, ulus devlet, belirlenmiş sınırlar içinde yönetim tekeline sahip, bu yönetimi hukuk yaptırımına tabi kılan iç ve dış şiddet araçlarını doğrudan kontrol eden bir kurumsal hakimiyet yapısı haline gelmiştir. Ulus devlet, heterojenliği yok sayarak, ulusu bölünmez bir topluluk/ cemaat olarak görmüştür. Modern ulusun kendine özgü yanı bu noktada toplanmaktadır (Sarıbay,2000:214-217). Modern ulus-devletin ortaya çıkışını açıklayan farklı yaklaşımlar vardır. Ulus-devletin inşa sürecinde Doğu-Batı ilişkilerinde yaşanan gelişmelerin etkili olduğu saptanır.

“Toplumlar arası ilişkilerin coğrafi bir mekan içinde gerçekleştirmelerine bağlı olarak; Batı'da yeni gelişmeler önünde ve bu gelişmelere katılmada avantaj sağlayan coğrafi bölgeler önem kazanırken, bu mekan üzerinde bulunan topluluklar kendi adlarına çözüm ve siyaset önerme imkanı bulmuşlardır. Bu çerçevede vatan ve ulus kavramları ortaya çıkmış ve modern devletin belirleyici özelliklerini oluşturmuşlardır” (Coşkun, 1997:181/182).

Ulus inşa etmede eğitimin rolünü merkeze alan yaklaşımlar da vardır. Burada iletişim araçlarının ulus sınırlarıyla bağlantısını kurulur. Buna bağlı olarak iletişim

teknolojilerinin ve üretim ilişkilerinin önemini savunulur. Bu görüşe göre ulusçuluğu inşa eden dil değil, matbaa dilidir. Gazete basımı ve ulusçu roman, ulusal bilincin oluşmasında iki büyük araçtır (Schlesinger,1994). Matbaa ile üç farklı yoldan ulusal bilincin temelleri atılmıştır. Bu süreçte bir yandan kendi dil alanları içinde yer alan yüz binler ya da milyonlarca insanın farkına varılmış, Anderson'un deyimiyle kendi *hayali cemaatleri* biçimlendirilmiştir (Anderson,2004:60). Avrupa'da "matbaa kapitalizmi" çeşitli lehçeleri alıp standartlaştırmış ve piyasa aracılığıyla yaymış; böylece bu süreç ulusal bilincin yaratımı için gerekli koşulları sağlamıştır. Walter Benjamin ve Lucien Febvre'i izleyerek, mekanik olarak yeniden üretilen matbaa dillerinin dilsel mübadele alanlarını birleştirdiğini söyleyen Anderson (2004) ulus-devletin dilleri sabitleştirdiğini ve kutsal evrenselci dillerin yerine geçirmek üzere yeni iktidar dilleri yarattığını savunur. Schlesinger'e göre; ulusal kimlik, ulusçuluk kavramından farklıdır. Belli bir kolektif kimlik türüdür. Belli bir toplumsal mekan içinde inşa edilir. Mekansal, hukuki ve politik sınırları vardır. Geliştirilmesi zamanla ilgili bir süreçtir. Ulusal kültür, ulus devletin toprak sınırları ile kısıtlanır. Ulusal sınırların dışında yer alan "onlar"a karşı "biz"i tanımlar (Schlesinger,1994). Bu noktada ulus-devletin temel taşlarından biri olan ve ulus-devletin yarattığı milliyetçilik kavramından söz etmek mümkündür.

I.2.2 Milliyetçilik

Modern ulusların temelinde milliyetçilik yatmaktadır. *Araştırmamızda tercih edilen söyleyişle milliyetçilik; Batı'da ilk kez ortaya çıktığı dönemde etnik, dini, kültürel

* Milliyetçilik kavramı burada siyasallaşmış bir akımı ifade etmektedir. Türk sosyal bilim literatüründe kavram, ulusalcılık olarak da kullanılmaktadır. Bu durum kavramın Türkiye için kullanımından gelen farklılıktan kaynaklanmaktadır. Ulusalcılık ve milliyetçilik farklı siyasal görünümlere karşılık gelmektedir. Çalışmanın içerisinde kavram kaynağına olduğu biçimiyle kullanılmıştır.

vb. özelliklerinden çok, vatandaşlığa dayanan ve ulus-devletle vatandaşı arasındaki bağı ifade ederken; XX. Yüzyılda temelde ortak soy düşüncesine dayanan etnik unsurları öne çıkararak etnik milliyetçilik şeklini almıştır. Milliyetçiliğin coğrafi sınırlarının genişlemesi, yalnız ulusların sayısının çoğalması değil, ayrıca milliyetçilik fikrinin tohumlarının yeni ve bakir topraklarda ekilmesi anlamına gelmiştir. Milliyetçilik, Batı Avrupa’da Hıristiyanlık, doğal hukuk ve dünyevi bireycilik gelenekleri ile beslenmiş topraklarda yetişmiştir (Carr,1999,42/43).

I.Dünya Savaşı’nın ardından, milliyetçilik; insanların kendilerini duygusal olarak “ulus”ları ile özdeşleştirmeleri ve politik açıdan harekete geçmeye hazır olmalarıyla kendini göstermiştir. Politik yaşamın demokratikleşmesi, özellikle seçimler, milliyetçi görüşün seferber edilmesi için bol bol fırsat sunmuştur. Bu durum ulus-devlet için yeni bir olgudur. Çünkü ondokuzuncu yüzyılın büyük bir kısmında milliyetçilik, daha çok liberal ve radikal hareketlerle ve Fransız devrimi ile özdeş tutulmuştur (Hobsbawn,2003a,160). Yirminci yüzyılın başlangıcında ise politik değişim söz konusudur.

Milliyetçilik genellikle ulus bilincine sahip olmak ya da buna dayanan bir ülkü olarak ele alınabilir. Bir halk kendisini ırk, dil, din ve kültürün özelliklerinden dolayı ulus olarak görebilir. Ulus ve milliyetçilik kavramları, birbirinden farklı olmalarına rağmen, bir ulusa mensup olma duygusunun yaratılması, ulus-devletin kurulmasına giden süreçte ilk basamağı oluşturmaktadır. Bir topluluğa ait olma ve o topluluğun da kabul ettiği ortak özelliklerin belli bir temel doğrultusunda üretimi ulus denilen olguyu oluşturmuş, devlet de milliyetçi düşünce ve duygulanımların etkisiyle bir ulusa ait politik bir organizasyon olarak ortaya çıkmıştır (Uzun,2003:139).

XX. yüzyıl sonunda milliyetçilik konusundaki önemli tartışma noktalarından biri, küreselleşme ve artan yerel hareketler geriliminde ulus devlet ve milliyetçiliğin

sonunun geldiği söylemidir. Ancak milliyetçilik, kapitalizmin yaşadığı yeni süreçler, medya ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, uluslar arası göç ve kozmopolitizmin artması, özgürlükler ve haklar tartışmasındaki gelişmelerle farklı boyutlar kazanıp varlığını önemli ölçüde sürdürmektedir. Günümüzde özellikle, İslam ülkelerinde dinin etkin olduğu bir milliyetçilikle karşılaşmaktadır (Altuntaş.2004:188).

Artık sınırları belli, bölgesel nitelikte ulus-devleti temel alan milliyetçilik, demokrasi, çok kültürlülük, yönetimi paylaşma gibi düşünsel gelişmelerle politik boyutta önemli değişimler yaşamaktadır. Demokrasi tartışmalarının diğer bir önemli sonucu da İslamcı hareketlere politik sistemlere ve hatta politik iktidarlara ulaşma yolunun açılmasıdır. Bu hareketlerin söz konusu koşullarda kullanabileceği etkili araçlara ihtiyacı vardır. Milliyetçilik bu anlamda önemli bir kaynak olarak kullanılabilir (Altuntaş.2004: 189).

I.2.3. Küreselleşme Karşısında Ulus Devlet

Küreselleşmeden söz ederken, bu kavramın ulus-devlet üzerindeki etkilerini değerlendirmek ve ulus-devletten küresel yapıya dönüşüm sürecine ilişkin tartışmalara da değinmek gerekir. Küreselleşme ekonomik, politik ve kültürel bütünleşme çabasını karşılıklı bağımlılıkla açıklamaya çalışırken, farklılıkların azaltılıp, ortak yönlerin artmasını kültürel homojenlikle gerçekleştirmeye çalışır. Bu çabada ulusal, etnik ve dini kimliklerin önemi kaybolur. Küreselleşmeyle birlikte erozyona uğrayan kavramlar arasında ulus-devlet, ulusal ekonomiler ve ulusal kültürel kimlikler bulunmaktadır; ancak ulus-devlet yine de tarih sahnesine veda etmemektedir. Ulusal-toplumsal kimlik; toplumların yapısı ve işleyişine ilişkin küresel olarak yaygınlaşmaktadır (Robertson,1999: 46-252).

Küreselleşmeyle birlikte ulus-devletler çağı geriledikçe, ulusal kimliğin saldırgan ırkçılık tarafından yönlendirilen bir biçimi ortaya çıkabilmektedir. Ulus-devlet zayıfladığında, buna verilen tepkinin aynı anda iki ayrı yoldan yayıldığı görülmektedir. Bu durum ulus-devletin hem üstüne çıkmak, hem de altına inmektir. Aynı anda hem küresel hem de yerel olmaktır. Küreselleşmenin ulus-devletlerin, ulusal ekonomilerin, ulusal kültürel kimliklerin egemenliğinde olduğu bir dönemden yeni bir döneme geçişin iki yüzü vardır. Hall (1998) bu durumu “Küresel ve Yerel” olarak tanımlar. Hall’ın bu yaklaşımı sadece politik alanda değil kültürel alanda da kendini gösterir niteliktedir. Küreselin karşısına çıkarılan yerellik yeni yaklaşımları doğurmuştur. Bir sonraki bölümde kültürel etkisi tartışılacak olan küresel- yerel eksenler politik alanda mikromilliyetçilik olarak ortaya çıkmıştır. "Mikromilliyetçilik" akımları, ulusal devleti aşan ve onu daha küçük parçalar halinde algılayan bir yapıya sahiptir. Küreselleşme, en küçük bir kültürel farklılığı bile vurgulayarak, elektronik medya aracılığı ile bunu tüm dünya kamuoyunun dikkatine sunan, ayrıca politik açıdan, kültürel farklılıkların korunması ilkesini demokratik hak ve özgürlükler alanının ayrılmaz bir parçası olarak gören bir anlayışı yaygınlaştırmaktadır (Kongar,2005).

Bütün bu yaklaşımların sonucunda ulus-devleti zayıflatarak yerine yeni bir sistem yarattığı düşünülen küreselleşmenin politik boyutundan söz etmek mümkündür. Bu durumda politik küreselleşme, uluslar arası örgütlerin (örneğin, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği) ulus-devletin yerine geçmesi ve küresel politikaların yükselişi ile ilgilidir. Küreselleşme kavramına; dünyanın sıkışması, küçülmesi ve ulusal olan her şeyin anlamını yitirmesi, dünyanın tek bir mekan olarak algılanma bilincinin doğması açısından bakılabilir. Ancak yerelliklerin ve heterojenliğin ortaya çıkışı küreselleşmenin bu iddiasını çürütebilmektedir. Diğer bir deyişle yerel farklılığın ve çeşitliliğin artmasını, yerel

heterojenleşmenin yükselişini beraberinde getirmektedir. Uygarlıkların, bölgelerin, ulus-devletlerin, devletlerin içindeki halkların, devlet sınırlarını aşan halkların ve yerli halkların kendi tarihlerini, kimliklerini ve geleneklerini yeniden kurmaya ya da yeniden edinmeye itildiği ya da özendirildiği küresel bir eğilimin gelişiminden söz etmek mümkündür (Hsiao,2003:57).

I.3. Kültürel Küreselleşme

Genel anlamıyla kültürel küreselleşme, dünya ölçeğinde bilginin, işaretlerin ve sembollerin akışı ve bu akışa tepkiler hakkındadır (Smith, 2005:308). Giddens küreselleşmeyi “dünyanın uzak yerlerini birbirine bağlayan toplumsal ilişkilerin yoğunlaşmasıyla kilometrelerce uzaktaki olayların yerel olayları, yerel olayların da kilometrelerce ötedeki olayları biçimlendirmesi” olarak ifade etmektedir. Giddens’a göre küreselleşme sadece “orada” bireyden uzak yerlerde olan şeylerle ilgili değildir. Küreselleşme aynı zamanda “burada” fenomen olup, yaşamlarımızın mahrem ve kişisel yönlerini de etkiler. Örneğin, yüzyıllardır sürmekte olan aile değerleriyle ilgili tartışmalar küreselleştirici etkilerinden çok uzak şeyler olarak görülebilir. Oysa değildir. Geleneksel aile sistemleri dünyanın birçok bölgesinde ve özellikle kadınların daha fazla eşitlik talep etmesiyle ya da köklü bir dönüşüm geçirir ya da zorlanır. Bu durum, günlük yaşamda küresel çaplı bir devrimdir ve sonuçları, dünyanın her bölgesinde, iş yaşamından politikaya kadar tüm alanlarda hissedilecektir (Giddens,2000:23/24).

Küreselleşmenin kültürel boyutu ile ilgili değerlendirmesinde Luhmann; dünya toplumunun tek olasılık olduğunu, iletişim süreçleri ile iletişim sistemlerinin işlevsel

olarak farklılaşmasının, “toplumların” ve paylaşılan kültürün sonunu getirdiğini söyler. Bu nedenle farklı sistemlerin paylaşabileceği küresel bir kültür oluşturma girişimi, özünde kendi kendini baltalayan bir girişimdir (akt.Robertson:1999:125). Latouche; taklitçi sanayileşme olarak nitelendirdiği Batı tipi sanayileşmenin geleneksel kültürler üzerinde yıkıcı etkileri olduğunu ve toplumsal yaşamın sorunlarına eksiksiz bir cevap getirmediğini söyler. Önceki kültürün kalıntılarını ve artıklarını kullanma ve sanayileşmeci ve modernleştirici proje ile kültürel kimliği birlikte yaşatma fikrinin çok sayıda otantik, zencilik, Araplık, İslamlaşma gibi denemeleri doğurduğunu savunur (Latouche,1993:86).

Teknolojik gelişmeler, ekonomik olanakların artması, politik sistemdeki değişimler ve kültürel alandaki yeni oluşumlarla birlikte küreselleşme; dünyanın ekonomik bir bütün oluşturma, “toplumların birbirine benzeme ve tek bir küresel kültürün ortaya çıkması” veya “toplumların kendi kimliklerini ve farklılıklarını ifade etme ve tanımlama” anlamı da taşımaktadır. Küreselleşme yerel farklılığın ve çeşitliliğin artmasını, yerel heterojenleşmenin yükselişini de beraberinde getirmektedir. Uygarlıkların, bölgelerin, ulus-devletlerin, devletlerin içindeki halkların, devlet sınırlarını aşan halkların ve yerli halkların kendi tarihlerini, kimliklerini ve geleneklerini yeniden kurmaya ya da yeniden edinmeye itildiği ya da özendirildiği küresel bir eğilimin gelişiminden söz etmek de tam olarak bir çelişki değildir (Hsiao,2003:57). Tomlison’a göre küreselleşme, bütün küresel alanlar arasında var olan, ama bilerek tasarlanmış herhangi bir planın parçası olmayan karşılıklı bağımlılığı düşündürmektedir.

Kültürel küreselleşme ya da kimi yaklaşımlara göre küresel kültür üzerine yazılanlar iki ana başlık altında toplanmaktadır.

1- Mcdonaldslaşma kavramı, Amerikanlaşma ve homojenleşmenin artışıyla tanımlanan küreselleşme: Çoğunlukla Marksist görüşler tarafından kabul edilen bu kavramla Amerikanlaşmanın bir eleştirisi söz konusudur. Mcdonaldslaşma kavramıyla fast food kuruluşlarının ilkelerinin dünyayı ve toplumun çeşitli kesimlerini etkilemesinden söz edilir. Değişimin pratik sonuçları, daha geniş toplumsal amaçlarla ilgili herhangi bir öngörü olmaksızın dar bir araç-amaç rasyonalitesini içerir; işin ve diğer faaliyetlerin basit görevler içinde vasıfsızlaşması, paketlenmiş sunum, standartlaşmış modüler seçenekler, acımasız piyasa ilkelerinin uygulanması ve toplumsal yaşamda otantikliğin ve anlamın erozyonudur (Smith,2005:310). Yükselen küresel kültürün en görünür biçimde dışa vurulma aracı popüler kültürdür. Bu kültür çok çeşitli şirketler (örneğin Adidas, Mcdonalds, Disney, MTV) tarafından yayılmaktadır (Berger,2003:15) Bu şirketlerin yarattığı popüler kültür dünyanın her yanında geniş kitleleri etkileyebilmektedir. Popüler kültür belirgin biçimde küresel etki altındaki bir alandır. Tüketici odaklılık popüler kültürün arka planını oluşturmakta, popüler kültür de kitle tüketimini özendirilmektedir (Yan,2003:37).

2- Küresel- Yerel bağlamında küreselleşme: Bu alandaki tartışmalar genellikle küreselleşme süreçlerinin küresel-yerel kültürlerle ilişkileri üzerine kuruludur. Yaşam tarzlarının ve popüler kültürün Amerikanlaşmasında, Avrupalılaşmasına ve Japonlaşmasına koşut olarak burada bir de “yeni ambalajlı” kültürel yerelleşme ve yerlileşme ortaya çıkmış, birçok yerel kültür ve geleneksel yaşam tarzı ögesinin yanı sıra çağdaş sanatları da yeniden canlandırılmış, yeniden yaratılmıştır. Bu durumlar küreselleşmeye verilen yerel yanıt olarak görülebilir (Hsiao,2003:66).

Sonuç olarak her tarihsel olgu gibi küreselleşme de uzun süreli bir neden – sonuç ilişkisini barındırmaktadır. 1980’lerde adı sıkça kullanılır olsa da pek çok kaynak küreselleşmenin köklerini daha eski tarihlerde aramakta ve kendilerine ipuçları bulabilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde küreselleşme kavramı makro düzeyde anlatılmış ve ekonomik, politik ve kültürel açıdan küreselleşme üzerine yapılan tartışmalara yer verilmiştir. Çalışmanın asıl vurgusu küreselleşmenin kültürel yaşama etkisi üzerine olacaktır. Küreselleşmenin kültürel yaşamdaki etkisi ise yerelleşmenin artışı ve küresel etkiler karşısında yerelliğin yükselişi yani homojenleşmeden çok heterojenleşmenin belirginleşmesi açısından ele alınacaktır. Küresel kültürün yayılmasının temel araçlarından biri de kitle iletişimidir. Kitle iletişiminin varlığıyla farklı kültürler daha hızlı ve daha etkileşimli bir yapı kazanabilmektedir. Kültürel küreselleşmeyi daha geniş açıklamadan önce kültürel küreselleşmenin temel yapı taşlarından olan kitle iletişim araçları ile ilgili araştırmalar II. Bölümde incelenecektir

II. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE KÜRESELLEŞME

Kitle iletişim araçları günümüz dünyasını tanımlayan küreselleşme olgusunun önemli bir parçasıdır. Bilgi ve teknolojiler kitle iletişim araçları aracılığıyla dünyanın istenilen bölgesine aktarılabilen, bilgi, teknoloji ve kültür, üçüncü dünya ülkelerinden gelişmiş batı ülkelerine kadar her alanda varlığını sürdürebilmektedir. Küreselleşmenin önemli bir unsuru olan kitle iletişim araçlarının gelişimi küreselleşme tarihiyle benzer bir süreç göstermektedir. İletişim teknolojileri, gelişmelerinin başlangıcında, devletler tarafından ulus bilinci yaratmak amacıyla kullanılmaya başlanmış, devletlerin ideoloji ve politikalarını ulusa aktaran araçlar olmuştur. Ancak bu teknolojilerde yaşanan hızlı gelişmeyle birlikte yeni bir döneme girilmiştir. Teknik maliyetlerin düşmesi uzaklıkları sanal olarak kısaltmıştır. Ulus devletin zayıflamaya başladığı dönemde; başlangıçta devletin aracı olarak kullanılan iletişim teknolojileri, küreselleşmeyi tanımlayan araçlardan biri haline gelmiştir.

Bu konuda iletişim alanında yapılan tartışmalar ve ortaya konulan kuramlar; küreselleşme sürecinde 1950'li yıllardan bugüne dek yaşananlara ışık tutacak niteliktedir.

II.1. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Kitle iletişim araçlarının tarihsel süreç içindeki gelişimi ve değişiminin doğal bir sonucu olarak, bu konu üzerine yapılan çalışmalar da birbirinden farklı özelliklere sahiptir. Ülkelerin politik, ekonomik ve kültürel düzenleri, bu düzenlerin çeşitli etkiler

sonucu değişimi ve ilerlediği noktalar kitle iletişim çalışmalarının da aynı tür tartişmaları beraberinde getirmiştir. İkinci Dünya Savaşı öncesinde bütün dünyada gelişen ve ertesinde de varlığını sürdüren modernite tartişmaları kitle iletişim araştırmalarında da etkili olmuştur. Savaş ertesinde bilimsel boyutta kitle iletişim tartişmaları daha çok modernleşme kuramı üzerine yoğunlaşmıştır. Modernleşmenin başlıca şartı olan kitle iletişim araçları, geleneksellikten modernliğe geçişte önemli araçlar olarak tanımlanmıştır. Bu dönem modernleşmeye olumlu yaklaşılmaktadır. Bütün alışmalar Batı teknolojilerinin kabulünün Batılılaşma sürecini destekleyeceğine yönelik bir bakış açısına sahiptir.

Daha sonraki dönemde bütün alanlarda olduğu gibi iletişim alanında da modernleşme kuramının eleştirisi başlamış, iletişim araçlarının modernleşme aracı olduğu düşüncesi terk edilip, bağımlılık yarattığı düşüncesi egemen olmuştur. 1970’lerden sonra tüm dünyada tartişılan Kültür Emperyalizmi etkisindeki iletişim tartişmaları bir başka kavram ortaya koymuştur: Medya Emperyalizmi... Medya araç ve ürünlerinin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ilişkilerinde belli glerin diğerleri üzerindeki egemenliği olarak tanımlanan “Medya Emperyalizmi”, “Bağımlılık” tartişmalarıyla aynı dönemde varlığını srdrmştir. Dünyanın “küresel bir köye” dönüşeceğinin ilk iddiasını ortaya atan McLuhan’la (2001) birlikte küreselleşme tartişmalarının yolunun açıldığı dönemde aynıdır.

Bu dönemdeki iletişim araştırmalarının temelinde yatan; iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve medyanın toplum üzerinde yarattığı varsayılan etkisidir. Ulus-devletlerin gelişim aşamalarından biri sayılan matbaanın kullanılmasından günümüzün uydu teknolojilerinden yararlanılan televizyon sistemlerine kadar geçen süreç içindeki tartişmalar ve ortaya konulan kuramlar; küresel iletişimin bireyler ve toplum üzerinde son derece etkili olduğunu göstermektedir. Küreselleşme ve medya ilişkisi, özel girişimcilere yayıncılık alanında boy göstermelerine fırsat tanınmasıyla ve yasal

düzenlemelerle birlikte yeni yayın politikalarıyla şekillenmiştir. Medyanın kültürel homojenleşmeye yol açan küresel bir araç olduğu yaklaşımı doğmuştur ki bu durum da sosyal bilimlerin diğer alanlarında yapılan küreselleşme tartışmalarına eşdeğerdir.

Küreselleşme üzerine konuşulmaya devam edilirken, iletişim araştırmalarının ana konusu izler-kitleye dönüşmüştür. 80'lerden bu yana izlenme oranında artış gösteren televizyonun izleyicileri üzerinde yarattığı etki, izleyicinin bu etkiye verdiği tepki ile ilgili araştırmalar yapılmıştır. Kültürler arası farklılıklar ve izler-kitle kıyaslamalarının da yapıldığı bu araştırmalar günümüzde de sürmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde kitle iletişim çalışmaları tarihsel bir süreç içinde değerlendirilecektir.

II.1.1. Kitle İletişim Araştırmalarında Modernleşme Kuramı

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'de ortaya çıkan araştırma ve kuramlar iktidarın toplum içinde dağılık olduğu varsayımına dayanan bir anlayışla yapılmıştır. En bilinen araştırma F.Siebert, S.Peterson ve W.Schramm'ın "Basının Dört Kuramı"dır. Bu kuramda "özgürlük" ve "otoritercilik" iki temel kuramı temsil eder. Daha sonra bu temsiller; "Toplumsal sorumluluk", "Kamu hizmeti", "rekabetçi" ve "tecimsel" gibi sınıflandırmalara tabi olmuştur (Mcquail ve Windahl,1997:66). "Basının Dört Kuramı"nı ortaya koyanlardan W.Schramm aynı zamanda modernleşme kuramının savunucusudur. Modernleşme kuramında; yapısal ve işlevsel uzmanlaşmayı anlatan gelişme, her toplumun kendine özgü iç dinamikleri tarafından harekete geçirilen bir süreç olarak tanımlanır. Aynı yaklaşımla Lerner; geleneksel üçüncü dünya ülkelerinin Batı tarzı kentleşme, eğitim,

politik katılım, laik, çağdaş değerler ve medya kullanımı yoluyla “modernleştirilme” düşüncesini iddia eder (akt.Kejanlıoğlu,2004:67).

Modernleşme kuramının temelinde, her toplumun aynı yapısal özellikleri içeren dönüşüm geçirdiği inancı yatar. Bu dönüşüm içinde kitle iletişim araçlarının varlığı çok önemlidir. Kitle iletişim araçları; İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, politika alanında yaratılan iyimser havayla uluslar arası antlaşmaya ulaşmada, uluslar arası iletişim, modernleşme ve ulus oluşturmada önemli bir araç olarak görülmüştür. Kurama göre, gelişmemiş ülkelerin, modernleşebilmek ve gelişebilmek için Batılıların gittikleri yoldan geçmeleri, Batılıların uyguladıkları sosyal, ekonomik ve politik yapıların oluşturulması gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarının tek amacı, ilerlemeyi, gelişmeyi artırıcı, motive edici yayınlarda bulunmak, kırsal kesimde yaşayan insanları dünyaya bağlamak ve bu kişilerin toplumsal-politik hayata katılımını sağlamaktır.

Bu bağlamda, modernleşmenin başlıca şartı olan iletişim araçları, ulus içinde ve uluslar arasında ekonomik ve toplumsal bütünleşmenin temel aracıdır. Bir ulusun toplumsal iletişim etkinliği ve yayılma alanı, onun nasıl etkili biçimde bütünleşebileceğini anlatabilir ve 1940'lı yıllardaki mektup ve telefon mesajı değişimi ile ölçülen iletişim aracı yoğunluğu bütünleşmenin önemli bir göstergesidir (Uluç,2003:95).

Bu görüşe göre önemli olan teknolojiyi daha fazla ve daha yaygın elde etmektir. Modern kitle iletişim araçlarına sahip olmak eşitliği sağlayacaktır ve teknoloji bu anlamda modernleşmenin tek aracıdır. İletişim teknolojisinin dünya genelinde yaygınlaşması ile uluslar arasında ortak anlayış, dayanışma ve işbirliği sağlanabilecektir. Gelişmiş ülkeler ile üçüncü dünya ülkeleri arasındaki tek fark sanayileşmededir. Üçüncü Dünya Ülkeleri aynı sanayi seviyesine ulaştıklarında modernleşecektir

Modernleşme kuramının bir diğer deyişle “gelişme” kuramının savunucuları David Lerner, Wilbur Schramm, Everet Rogers, Peter Berger, Marshall McLuhan ve Marshall Berman’dır.

David Lerner, geleneksel durumdan modernliğe geçilmesi için gerekli modelin Batı’dan alınması gerektiğini, geleneksel topluma özgü kadercilik, edilgenlik gibi değerlerin terk edilmesinde medyanın etkisi olduğunu savunur. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması bu süreci hızlandıracaktır. Everett Rogers, toplumsal değer yargılarının ve toplumsal davranış kalıplarının kitle iletişim araçları ile yaygınlaştığını savunur. Geleneksel unsurlar kitle iletişim araçları etkisiyle kaybolarak modern topluma uygun bir yapı sağlamaktadır. “Gelenekten modernliğe doğru yapılan tek yönlü yolculukta, geleneksel topluma özgü öğeler ne kadar çok ve hızla elimine edilirse, modern topluma geçiş o denli başarılı olacak ve modern toplumun bireysellik, özgürlük, akılcılık ve yetkinlik gibi özellikleri o denli pekişecektir.” Berman, kültürel dayatmanın, üçüncü dünya hükümetlerinin modernleşmeye karşı koymak amacıyla gerici mücadele içine girmeleri olduğunu söyler. (akt.Uluç,2003).

Berger (2003) da, modernleşmenin belli bir durumun bilincine varmak olduğunu savunur. Üzerine düşünülmemiş ve sorgulanmamış geleneği kabullenmek modern olmanın çok dışındadır.

II.1.2 1960’lı Yıllar ve Bağımlılık Okulu

1960’lardan sonra modernleşme kuramına eleştiriler başlamış, ABD’de yapılan iletişim araştırmaları fazla ampirik ve pozitivist bulunmuştur. Gelişme ideallerinin, ülkelerin içinde bulunduğu durum göz önüne alınmaksızın tepeden inme olması nedeniyle

de eleştirilmiştir. Modernleşme kuramı, gelirin ve enformasyonun eşit dağılım ile ilgilenmemekte kitle iletişim araçlarına halkın yaşam seviyesinin yükseltilmesinde önemli bir rol yüklerken, yabancı iletişim araçlarının diğer ülke kültürlerinin üzerindeki negatif etkilerini, kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısını ve beraberinde getirdiği kontrol mekanizmalarını hesaba katmamaktadır (Uluç,2003:102). Aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde iletişim araçlarına ulaşabilmek, gelişmiş ülkelerde olduğu kadar kolay değildir. Bu kuram, iletişim teknolojilerinin o ülkelerin sosyo-kültürel ve ekonomik yapılarına uygun olup olmadığıyla da ilgilenmez.

Beklenenin aksine gelişmekte olan ülkelerdeki eşitsizlik devam edince modernleşme kuramında bazı değişikliklere gidilmiş, iletişimin içeriği yerine, iletişim alt yapısı için yatırım yapan ve kanal ve ağlara önem veren bir yaklaşım doğmuştur. Bu kuramı eleştirel nitelikte ortaya çıkan “Bağımlılık Okulu”, Paul Baran’ın ortaya koyduğu bir kuramdır. Baran; emperyalizmin etkilerini inceleyerek, az gelişmiş ülkelerdeki ekonomik süreçlerle sınıf yapıları üzerindeki çalışmalarıyla “klasik emperyalizm kuramı”yla “bağımlılık kuramı”nı birleştirmiştir (akt.Kejanlıoğlu,2004:69).

Larrain, “bağımlılık kuramı”nı, kapitalist kavrayışlarına bağlı olarak iki gruba ayırır:

“Birinci grupta, Frank ve Wallerstein’in dünya sistemi yaklaşımı ve Emmanuel ile Ain’in eşit olmayan mübadele kuramları yer alır. Buna göre kapitalizm, iki farklı gelişme potansiyelini belirleyen, içkin merkez çevre ilişkisiyle nitelenen bir dünya sistemidir.” Bu farklılık, uluslar arası pazarda eşit olmayan mübadele mekanizmalarıyla yaratılır; bazı ülkelerin gelişmesi diğer ülkelerin az gelişmesine bağlıdır. İkinci gruptakiler, kapitalizmi eşit olmayan bir dünya sistemi olarak kabul etmekle birlikte, ulusların özgül tarihsel analizlerinin önemine dikkat çekerler (akt.Kejanlıoğlu,2004:70).

İkinci Dünya Savaşından sonraki dönemde iletişime “modernleşme aracı” olarak atfedilen değer değişmiş ve yerini küresel iletişimin ulusal ve yerel kimliklerin yok olduğu ve kültürel homojenleşmeden söz edilen yeni sömürgeciliğe yol açtığı düşüncesine bırakmıştır.

1960’ların “Bağımlılık Kuramı” özellikle Latin Amerika’daki gelişmelerin analizinden ortaya çıkmıştır. Bu kurama göre gelişmiş ülkeler ile üçüncü dünya ülkeleri arasında bir tarafın egemenliğine dayanan dengesiz bir ilişki vardır (akt. Alemdar ve Erdoğan,2002:461).

1960’lı yılların sonundan itibaren enformasyon ve iletişim teknolojilerinin işlediği toplumu belirlemek için kullanılan kavramlardan biri de “Küreselleşme”dir. Küreselleşme kavramını iletişim alanında netleştiren McLuhan; “Küresel Köy” kavramıyla elektronik teknolojinin dünyanın yeniden betimlenmesinde kullanıldığını öne sürer (McLuhan;2001). McLuhan’a göre radyo bilgi iletimini hızlandırır, öteki araçlarda hızlanmaya yol açar, dünyayı köy hacmine küçültür fakat bu köyü homojenleştirmez. Basına dayanan uygarlık telgrafın gelişmesiyle gücünü kaybetmiş, televizyonun varlığıyla yok olmuştur. McLuhan iletişim araçlarının gelişimini tanımlarken dörtlü bir yapı geliştirmiştir. Bu dörtlü yapı; “değer kazanma, ıskartaya çıkma, tekrar öne çıkma ve alt-üst olmadır.”McLuhan’ın dörtlüsü”nü kullanarak, insan eliyle oluşturulmuş yeni yapı formunun ya da teknolojinin nasıl dönüşüm gösterdiği anlaşılabilir. “McLuhan Dörtlüsü”, hem geri kazanma hem tersine çevirme özelliklerinden ötürü başkalaşım – metamorfoz içerir. Televizyon başat eğlendirici olunca, yorgun sinema klişesinin bir sanat biçimine dönüşmesi, bugün saydam bir biçimde nettir. Buna benzer olarak sonuçta bütün gezegen, TV ve uydu aracılığıyla, yeni uydu çevresinin ya da zemininin bir yan etkisi olarak programlanabilir kaynak ve sanat formu olarak geri kazanılmıştır (McLuhan,2001:48).

II.1.3. 1970'ler: Medya Emperyalizmi ve Kültürel Emperyalizm

Bağımlılık Kuramı, medya emperyalizmi ve kültür emperyalizmine zemin hazırlamıştır. Böylece modernleşme kuramına karşı küresel bir yaklaşım ortaya konmuş, ekonomik bağımlılık, kültürel bağımlılığa yansıtılmıştır. Modernliğin eleştirisi olarak “Kültürel Emperyalizm”, küresel kültür belirleyicilerinin hakimiyetine getirilen bir eleştiri anlamını içerir. Medyanın rolü, Batı kültürünün dayatması olarak görülür ve medya genellikle Batı kültürünün merkezine yerleştirilir (Uluç,2003).Buna göre ülkeler arasında ekonomik ve politik açıdan var olan bağımlılık, kültürel emperyalizmle desteklenmektedir. Emperyalizm kültürel anlamda yeniden üretilmekte, bu üretimde medya ideolojik bir görev yapmaktadır. Açık propaganda yapan kanallar, örtülü ve daha etkili bir şekilde eğlence ve enformasyon programları medya tarafından sunulur. Bu ürünlerde bireycilik, kar etmeye ve tüketime yönelim gibi batı tipi değer yargıları empoze edilir.

Bu yaklaşımın savunucularının başında Schiller gelir. Kültürel emperyalizmi özellikle medya boyutuyla ele alan Schiller, medya teknolojilerini ve iletişimi, kapitalist sistemin yayılması, korunması ve daha iyiye gitmesinin ana nedenlerinden biri olarak görür. Amerikan “iletişim imparatorluğu”, askeri endüstriyel kompleksin bir parçasıdır. ABD'nin medya egemenliği, onun askeri ve dış politikasından kaynaklanır. Kültürel üretim, otomobil üretiminden aşağı kalmayacak kadar, kendi politik ekonomisine sahiptir. Schiller'e göre, sonuçta kültür olarak nitelenen her şey aynı zamanda ideolojiktir ve sistemin çıkarına hizmet eder (Shiller, 1993). Küresel kapitalist piyasa ekonomisinin oluşturduğu sistemdeki gelişmiş “Batı'nın” merkez ülkeleri, insani ve doğal kaynakları tahakküm altına almışlardır. Üçüncü dünya halkları bu modele göre merkezin çevresinde yer almaktadır. Çokuluslu medya şirketleri, dünya sisteminin reklamını, korunmasını ve

yayılmasını sağlayan araçlardır. İletişim teknolojileri Amerika Birleşik Devletleri'nin ekonomik çıkarları ve askeri-endüstriyel yapıları yararına üretilmektedir. İletişim teknolojilerinin üçüncü dünya ülkelerine girişi ise Amerika Birleşik Devletlerinin askeri-ekonomik çıkarları gereği olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin kitle iletişimi, kültür ve yaşam tarzı egemendir.

Schiller, iletişimin küresel, politik, ekonomik ve kültürel bağlamlar içinde zararsız olduğunu reddeder. Batı'nın az gelişmiş ülkelerle olan ilişkisini "kültürel emperyalizm" olarak nitelendirir. Ona göre kültürel emperyalizm bir süreçler toplamıdır. Bu süreçler;

- Toplumun modern dünya sistemine getirilmesi süreci
- Ülkelerin egemen tabakalarının cazibe, zor veya rüşvetle sosyal kurumları egemenleştirmeye çalışması
- Sistemin; egemen merkezinin değerleri ve yapıları teşvik etmesidir (akt.Alemdar ve Erdoğan,2002:466).

Schiller, emperyalizmin ötesine geçildiği fikrine karşı çıkararak, körfez savaşının emperyalizmin varlığına kanıt olduğunu söyler. Schiller; çok uluslu firmaların denetimini özelleştirme, enformasyonun metalaşması, kültür ve egemenlik üzerine çalışmıştır.

Galtung da iletişim emperyalizminin kültürel emperyalizmi doğurduğunu, az gelişmiş ülke medyalarının Batılı medya gibi hareket ettiklerini, bunun kültürel kimliği gerilettiğini, ulusal ve politik bağımsızlığın kaybolduğunu söyler. Galtung'a göre üçüncü dünya ülkeleri için yapılan teknolojik yardım ve düzenlemeler, birer estetik operasyon gibidir (akt.Uluç,2003:108). Bu teknolojilerin transferleri de teknolojik bağımlılık yaratmaktadır. Pahalı teknolojinin dışı bağımlı gelişmesi, yeni gelir kaynakları

gerekirmekte yani ekonomik bağımlılık yaratmaktadır. Bu zincirleme süreç, kültürel bağımlılığı getirmektedir. Bağımlılık ve kültürel emperyalizm göstergesi yabancı programları seyretme yoğunluğu ile seyredenlerin, bu programları üretenlerin kültürel değerlerine yakınlığı ile ilişkisi değildir. Bağımlılığın olması kullanılmayı gerektirmez. Yerli üretim de ekonomik ve kültürel bağımlılığı azaltmaz çünkü yerli üretim, yabancı üretim formatlarında yapılmaktadır. Kültürel emperyalizmin ulusal kültüre eritmesinde dil unsuruna da dikkat çekilmektedir.

Aynı dönemde kitle iletişim araçlarının etkisi, toplumsal sistem, kitle iletişim araçlarının bu sistemdeki rolü ve izleyicilerin bu araçlarla ilişkileri konusu gündeme geldiğinde “Görevsel Bağımlılık” kuramı da ortaya atılmıştır. Defleur ve Rokeach’a göre sanayileşmiş toplumlarda izleyiciler kitle iletişim araçlarına, bir enformasyon kaynağı olarak yüksek derecede bağıdırlar. Bu derece, aracın iletilerinin izleyicinin inanç, duygu ve davranışlarını ne zaman ve neden değiştirdiğini anlamada anahtar değişkendir (akt.Alemdar ve Erdoğan,2002:198). Bağımlılık bir toplumda yüksek derecede değişim ve çatışma olduğu zaman da artar. Üç kategoriden söz edilir. Algısal, duygusal ve davranışsal...

Algısal etkiler; belirsiz tutumlar, inançlar ve değerlerle ilgilidir. Modernleşme evresinde kitle iletişim araçları enformasyonun nasıl gönderileceğini ve sunuluş biçimini kontrol ederek, izleyicinin ilgi alanını düzenleyebilir. Tutum şekillenmesi de algısal bir etkidir. Gündem belirleme, Kitle İletişim Araçların toplumsal değerlere etkisini ortaya koyar. Duygusal etkilerde, kitle iletişim araçlarından gönderilen iletiler sonucu izleyicide Hoşlanma, hoşlanmama, korku, nefret, üzüntü gibi duygusal değişikliğe neden olur. Davranışlar etkilerde ise, kitle iletişim sistemleri toplumsal sistemden ve bu sistem içinde etkinlikte bulunan kişilerden kaynaklanan akımlar sistemi anlatılır. Görünen etkinliğin,

birçok kişinin ilgilendiği etkinlik olduğu belirtilir. Ekranda izlenen protesto eyleminden haberdar olup bu eyleme katılımcı olan izleyicide davranışsal etkiden söz edilebilir (Alemdar ve Erdoğan,2002:202).

1970’lerde ortaya atılan bir başka tez ise “Medya Emperyalizmi”dir. Bir ülkedeki kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı, dağılımı ve içeriğinden birinin veya hepsinin bir başka ülkedeki çıkar gruplarının önemli derecede etkisi altında olması ve etkilenen ülkenin karşı etkide bulunmasıdır. Boyd-Barret, Murdock, Tunstall ve Galtung; medya emperyalizmini, kültürden çok ekonomik taban, üretim ilişkileri, üretim örgütlenmesi ve günlük işleyişle açıklar (akt.Uluç,2003).

Boyd-Barrett’e göre medya emperyalizminin dört biçimi vardır: Alıcının kullandığı iletişim teknolojisi, endüstriyel yapı setleri, medya firmalarının sahip olduğu değerler ve kitle iletişim araçları ürünlerinin yani programlarının ithali (akt.Tekinalp ve Uzun, 2004:183). Medya emperyalizmi ile daha önce anlatılan kültür emperyalizmi kavramları birbirlerinin neden ve sonucudur.

Kültür emperyalizmi üzerine çalışan Tomlison (2004); “medya emperyalizmi” teriminin, “Marksist olmayan” kuramlar tarafından dar anlamda kullanıldığını söyler. “Medya emperyalizmine” çoğulcu bakış açısı iddiasız olma eğilimindedir ve bu kişiler genellikle kendilerini tartışmanın ampirik kısmına yakın görürler. Medyaya karşı bakışı net tutmaya çalışırlar çünkü “gerçekleri”, kültürel emperyalizm konusunda daha geniş genellemeler yapmadan saptamaya çalışırlar. Gözlemlenmeye, yani ampirik olarak teşhir edilmeye devam ederler.

Benzer bir yaklaşım da Bourdieu tarafından geliştirilen “Hegemonya Kuramı”dır. Bourdieu (1997), medyatik hegemonyayı neo-liberal ideolojinin dolaysız

ürünü olan medya söyleminin “bireylerin bilişsel yapıları üzerinde belirleyici” bir rolü olarak tanımlamaktadır. Özellikle görsel medyanın küresel düzeyde yaygınlaştırdığı görsel ideolojinin temel kaynağı neo-liberal düşüncede aranmalıdır. Bourdieu’ya göre televizyon alanının söz denetimi süreci, televizyon dışından çevrelerin etkisinde kalmaktadır. Bu etki altındaki medya içerikleri de bilişsel yapıları denetlemekte, küresel düzeyde “suç ortaklığı toplumu” yaratmaktadır.

Medya emperyalizmi; medya araç ve ürünlerinin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ilişkilerinde belli güçlerin diğerleri üzerindeki egemenliğidir. Egemenlik sağlayan taraf bu yapıyı; ticari ve politik strateji olarak ihraç eder, bu egemenliği kasıtsız bir şekilde veya farkında olmadan genel politik, ekonomik ve sosyal ilişkilerindeki egemen etkilerle yayar. Batı’nın değerleriyle şekillenen homojen ve baskın kültür dolaylı olarak medya aracılığıyla sunulur.

Kültürel emperyalizm görüşünün benimsediği “kültürde tek tipleşme kavramı”, günümüzde geçerli olan “melez kültür” kavramı karşısında giderek tartışmalı hali gelmektedir. Ulusal kültür denen uzun yıllardır süregelen bir geleneği anlatır. Hiçbir ulusal ya da yerel kültürün tam anlamıyla özgün ya da otantik olduğunu söylemek mümkün değildir. Medya ve kültür emperyalizmi kuramını çürütmeye yönelik görüşlerden biri de “Seçenekte Çoğulculuk” görüşüdür (Uluç,2003:118). Bu iki kuram, benimsedikleri “Altı Şırınga” görüşü nedeniyle de eleştirilir. Bir ülkede yaşayanların bir iletiyi aynı biçimde algılamaları beklenemez. Kitle iletişim araçlarının etkisi çok daha karmaşıktır. “Pasif İzleyici” ve “Benzer Etkiler” kavramları yerine “Aktif İzleyici” ve “Çok Anlamlılık” kavramları konmuştur.

II.1.4 İzleyicinin Eksene Alındığı Çalışmalar

1970 sonrası; iletişim araştırmalarında daha çok televizyonun etkisinin araştırıldığı bir dönem olarak ortaya çıkar. Bu dönemde ortaya konun modeller de televizyonun izleyici üzerindeki etkilerini anlamaya yöneliktir. Kültürel göstergeler ve Ekme Modeli bu araştırmaların ilk önemli örneği olarak ortaya atılmıştır. George Gerbner'in görüşleri ve bulgularıyla şekillenen ve Annenberg Okulu olarak anılan bu modele göre çağdaş toplumlarda halk artan bir şekilde, gerçek sosyal ilişkiler yerine televizyonla ilişkiye girer. Televizyon toplumun bütün sektörlerindedir ve tekrarlanan, yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşü ortaya atar. Halkın elinden etkili bir şekilde soyutlanan ticari televizyonlar, doğrudan tüketici, pazar yeri, sinema gişesi ve oy sandığı yollarıyla halkın katılımından uzaklaştırılmıştır (Gerbner ve Gross, 1976).

Bu kurama göre izleyiciler, televizyon dünyasının kültürel dokusunda yatan anlamları kabul etmeye eğilimlidirler. şiddet görüntülerinin önemli ölçüde etkili olduğu bu yapıda, ekme incelemeleri, televizyon seyretmenin tehlike algısını yükselttiğini ve abartılmış bir güvensizlik duygusu verdiğini göstermiştir.

Annenberg okuluna göre her şey televizyon çağının belgesine göre değişikliğe uğratılırsa televizyon ana akımının sağladığı popüler kendi kendini yönetme sistemi ideal biçime kavuşturulacaktır. Aslında televizyon ana akımı var olan toplumsal koşulların işlenmesinin bir sonucudur ve bu koşullardaki bir değişiklik önem derecesine göre, ana akımda da değişikliğe neden olabilecektir. (Gerbner,1998)

Annenberg okulunun yaklaşımına pozitivist-deneyci kuram içinden çeşitli eleştiriler gelmiştir. Alemdar ve Erdoğan(2002) bu eleştirileri çeşitli başlıklar altında toplamıştır.

- 1- Annenberg Okulunun kültürel göstergeler araştırma modelinde, iletinin içeriği ve bireysel algılanması, bu içeriğe ve algılara etki eden tarihsel, politik ve ekonomik koşullardan soyutlanarak incelenmiştir.
- 2- Toplumsal denetim ajanı olarak sadece televizyona dayanmak, kültürel gelişmede rol oynayan öteki kültürel araçların rolünü ihmal eder.
- 3- Annenberg okulu izleyicinin televizyonun içeriğini nasıl çözdüğünü, farklı kültürlerin içeriğin anlamını nasıl değiştirdiğini incelemez.
- 4- Bir tutumun organik anlam kalıbı içindeki önemi ve öznel anlamı anlaşılmadan, belli bir durumdaki kişi veya grubun davranışı saptanamaz
- 5- Okulun modeli başlangıç noktası olarak televizyonun içeriğini alır ve böylece televizyonun simgesel kültürüyle ulusal kültürü eşleştirerek kendini sınırlır.
- 6- Annenberg okuluna göre televizyon kurulmuş bir sanayi düzeninin kültürel bir koludur; süregelen inançları ve davranışları değiştirme, tehdit etme veya zayıflatma yerine öncelikle tutma, istikrar sağlama ve destekleme yönünden hizmet eder. (s.209)

Kitle iletişim araçlarının günlük gündemi belirleme görevi yaptığını savunanlar ise Cohen, Mccombe ve Shaw'dır. Bu görüşe göre kitle iletişim araçları dünyayı bizim için inşa etme görevine sahiptir. Daha önceki kuramlarda tutumlar önem taşıırken, bu tez "farkında olma"nın üzerinde durmuştur. Gündem belirleme tezi, kitle iletişim araçlarının politik enformasyon için kullanılışı ile araçların üzerinde durduğu konuların grup içindeki önemi arasında pozitif bir ilişki kurar. Kitle iletişim araçlarının bir konuya verdiği öncelik, izleyici tarafından öğrenilir. Kitle iletişim araçlarının öncelikleri halkın öncelikleri olur (akt.Alemdar ve Erdoğan,2002:212). Bu kurama göre kitle iletişim araçları enformasyonlar arasında seçim yaparken izleyiciyi düşünmez, daha çok basımcı ya da yayımcının ne

düşündüğü önemlidir. Haber servisleri yazı işleri sorumlularını etkiler. Dış haberlerde ve politik haberlerde hemen hemen bütün kanallar aynı konular üzerinde durur. Eğer tutumlar değişime dayanıklıysa önemli konuların algılanması haber medyası tarafından etkilenebilir.

Etki araştırmaları birbirine koşut iki alanda gelişmiştir. Bunlar tutum, inanç ve fikir araştırmaları ile politik iletişim araştırmalarıdır.

1980'lere gelindiğinde iletişimi ve medyayı devrimci mücadele için meşru bir alan olarak gören Mattelard (2001); izleyiciye aktif bir rol verir. İzleyiciler, egemen bir sınıfın şifreleyerek gönderdiği her mesajı her durumda kabul etmez, kendi anlamlarını iletebilirler. Mattelard, "kültürel bağımlılığın" pasif bir egemenlik biçimi olmadığını, alt sınıfların medya teknolojisine olan direnişlerini, kendi kültürel biçim ve pratiklerini araştırmış; Morley (1997) ise kültürel birikim açısından farklı toplumsal konumlarda bulunan ve aynı zamanda değişik yaşlarda çocukları olan ailelerin değişik alıcı davranışları olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Modern iletişim araçları üzerine çalışmalar yapan Hall'a (1997) göre iletişim kurumları ve ilişkileri toplumsal alanı tanımlamaktadır. Politik alanın inşasına yardım eden bu araçlar maddi bir güç haline gelerek kültürel olana hükmetmektedir. Medyaya hem ideolojik hem de maddi gücü veren yanı, durum tanımlama yapabilme yeteneğidir. Medya, insanların üzerinde yaşadıkları dünyanın bilincine varmalarını sağlar. Küresel kültürün medyadaki görüntüsü, sınırları hızla geçen ve uydu teknolojileri aracılığıyla topluma egemen olan yapıya sahiptir. "Kodlama ve Kodaçımleme Modeli" olarak tanımlanan bu modelde Hall, bir televizyon programını izlemenin özünde bir kodaçımleme süreci olduğunu söyler. İzleyiciler televizyon programına anlam aramak, anlam çıkarmak, anlam üretmek için bakarlar. Televizyon programlarında kodlanan ve kodaçımlanan anlam, bu modelin sorunlaştırdığı temel kavramdır. Hall'a (1997) göre bir medya metninin

okunmasının üç ana biçimi vardır: “hakim ve hegemonik okuma”yla metnin mesaj tarafından önerilen anlamda yorumlanması, “pazarlıklı okuma”yla kodlanan mesaj ile izleyicinin yorumu arasında bir ölçüde uzlaşmaya varan bir çatışma süreci anlatılmaktadır. Üçüncü tür metin okumada ise “muhalif okuma”dır ve hegemonik kavramın tümünden reddedilmesi anlamını taşımaktadır.

Küresel Çoğulculuk Kuramında ise medya üreticilerinin ve medya alanlarının çeşitliliği ve kültürel akış dokusunun ilmiikleri öne sürülür. Karmaşık medya ortamında “ters yönlü sömürgeleştirme” örnek olarak verilir. Batılı olmayan ülkelerin Batı’yı etkilemesi, Los Angeles’ın göçlerle Latinleşmesi, Hindistan sinemasının Amerika Birleşik Devletleri sinema salonlarında bulduğu yer bu konuda verilen örnekler arasındadır.

Küresel çoğulculuk kuramı, baskı unsurlarının kültürel uyum ve medya etkileri olgularını tamamen göz ardı ettiği için eleştirilmiş, bu noktada Giddens (2004) bir başka bakış açısı önermiştir: “Yerelin içinde küresel, küreselin içinde yerel”.

1980’lere gelindiğinde dünyadaki bağımsızlık mücadeleleri ve Amerika Birleşik Devletlerinin tek yönlü iletişim akımına karşıt olmak için UNESCO dahil olmak üzere pek çok merkezde yeni görüşler ortaya çıkmıştır.1980’lerde haber gündemi bağımlı değişken, kamu gündemi ise bağımsız değişken olarak ele alınmaya başlanmıştır (Uluç,2003:228). Medya-gündem belirlemesi ve sosyal ilişkiler üzerine matematiksel modeller geliştirilmiş ve test edilmiştir.

David Morley, Stuart Hall’un geliştirdiği “kodlama-kodaçıklama” modelinin izinden giderek anlam üretim sürecinin, televizyon mesajının içyapısına ve izleyicinin kültürel birikimi ile toplumsal tarihe dayandığı varsayımı üzerine çalışmalar yapmıştır. İzleyici merkezli araştırmalar yapan Morley, televizyon kullanımlarında toplumsal cinsiyet

ve cinsiyet rollerine ilişkin değerlendirmeleri tamamlayan bulgulara erişmiş, Hall'ın "kodlama ve kodaçımleme modeli"ndeki sorunları saptama olanağı da bulmuştur (Mutlu,2005:137). 1990'larda Gerbner'in ekme modeli daha fazla kullanılmaya başlanmış ve bu modelden hareketle "yerel kültür bağımlı" sonucu elde edilmiştir. Bunun anlamı "kültürel emperyalizm"den söz edilemeyeceğidir. Ancak bu yaklaşımlar; dıştan gelen mesajın egemen kültürünü m yoksa kendi toplumunun mesajını mı ektiği, mesajın geldiği kültürünü değerlerini mi ektiği, ikisini de mi ektiği ya da tümüyle ilgisiz olduğu sorularını görmezden gelmiştir.

Batı Alman sosyoloğu Noelle-Neuman tarafından geliştirilen "Suskunluk Sarmalı" modeli ise insanların azınlıkta olduklarını hissettiklerinde neden fikirlerini ifade etmekten kaçındıklarını açıklar. İnsanlar egemen kamuoyunu gözlemleyerek öğrenirler. Toplumdaki çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumlar, inançlar ve fikirlerden kaçınır. Sosyal izolasyondan korktukları için, azınlıkta kalacakları düşünceleri dile getirmezler. Bir görüş biçiminin çoğunlukta olduğu algısı sarmal bir süreci harekete geçirir. Suskunluğun sarmalı halkın kitle iletişim araçlarına gerçeğin egemen tanımı için baktıklarında değişir. Kişi yaşadığı ortamdaki egemen fikirlere yönelir, uyumsuzluğu yaratan ve azınlıkta olan fikirlerden kaçınır. Aksi fikirdeyse popüler fikirler karşısında susmayı tercih eder. Azınlıktaki fikirler, medyadan destek gördüğü takdirde çoğunluktan daha fazla konuşma arzusu duyar, çünkü etkili medyanın kamusal otoritesi tarafından güçlendirilmiştir. Fikirleri kendi yararına göre yorumlar ve zgven gösterir. Kamusal konularda konuşmak, kendi görüş aıllarını açıklamak ve savunmak için medya tarafından sağlanan açıklamaları kullanır (Noelle-Neuman,1997).

Aynı dönemde uygulanan kuramlardan biri de "Kullanımlar ve Bağımlılık" modelidir. Kurama göre kişinin gereksinimleri için medyaya bağlanması, medyanın o kişi

için önemini artıracaktır. Rubin ve Windahl, bağımlılık modeliyle kullanımlar modelini birlikte geliştirmiş, çağdaş toplumlarda, halkın toplumsal örgütlerle ilişkilerinde kitle iletişimine daha çok dayandıklarını savunmuşlardır. Enformasyon gereksinimi arttıkça iletişim araçlarına bağımlılık artar. Kitle iletişim Araçlarının davranış, duygu ve algılamayı etkileme olasılığı da artar. Bunun yanında sistemler de birçok yönden izleyiciye bağlıdır (akt. Alemdar ve Erdoğan,2002:241).

Dennise Mcquail da kültürel deneyimin genelleştirildiği “Yanyol Modeli”ni ortaya atmıştır. Bu modele göre medya – izleyici ilişkisi, karışma, uyanma, zapt etme süreci olarak kabul edilir. kitle iletişim araçları düş gücünün yerini alan önemli bir yardımcıdır. Bu deneyim kişiye zevk, kızgınlık, heyecan, üzüntü ve merak gibi çeşitli duygusal deneylerini kullanmasını sağlar. Bu da kültürel deneyime girmenin zevkli ve bilinçli amacının bir parçasıdır (akt.Alemdar ve Erdoğan,2002:250).

II.2. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Gelişimi

Günümüz dünyasında televizyon büyük bir izler-kitleye sahip önemli bir kitle iletişim aracıdır. Kitle İletişim araçlarının yazılı olandan çıkıp işitsellikle gelişimi radyo yayınlarının keşfedilmesiyle başlamıştır. 1920’li yıllarda yapılan ilk radyo yayınları askeri amaçlıdır ve savaş sırasında yapılanmış olan radyo askeri ve politik haberleri verme amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Williams’a (2003) göre bu dönemde hiçbir ulus ya da üretici grup, teknik yayıncılık araçlarının tekeli elinde etmemiştir. Ancak kısa bir süre sonra dağılmış ana aktarım ve alım birimlerinin karşılıklı ruhsatlandırıldığı hukuksal savaşım dönemi başlamıştır. Dönemin kapitalist sanayi toplumunun aykırı baskıları yayıncılık kurumuyla belirli bir düzeyde çözülmüştür (Williams,2003:22).

Kitle iletişim araçları arasında en çok izler-kitleye sahip olan ilk araç radyo olmuştur. Radyo, özellikle diğer tür sosyal olanakları az olanlarca başlıca eğlence yerlerine ve diğer sosyal etkinliklerin yapıldığı yerlere ulaşımdan ya da bağımsız hareketten yoksun olanlarca sevinçle karşılanmıştır (Williams,2003:24). Radyo yayıncılığının ilk yıllarında, dinleyici kavramı radyo alıcılarına sahip olanları tanımlamak için kullanılmış, o dönemde radyo alıcısına sahip olmak, otomatik olarak dinleyici olmak anlamına gelmiştir. Bir başka deyişle dinleyici, radyo yayınlarını duyan bir grup insandan başkası değildir (Çaplı,2002:157).

Radyo merkeziliğini yitirdiğinde farklı biçimler ve temalarla insanların gündelik hayatlarına uyarlanacak yaygınlık ve esneklik yapısını oluşturmayı da başarmıştır. Castells'e göre hükümetin desteklediği sanatlar, yeni bir izleyiciye denk düşecek biçimde şekillenmiştir. Gazete ve dergiler içeriklerini dönüştürürken ve hedef kitlelerini seçme yönünde uzmanlaşırken, yeni bir iletişim aracı olan televizyonun izleyici kitlesine de zemin hazırlamışlardır (Castells,2005:443).

İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi televizyona geçişi on yılı aşkın bir süre için geciktirmiştir. Televizyonun halka açık yayın yapması ilk kez İngiltere'de 1936, ABD'de 1939'da başlamış, ancak televizyon alıcıları çok pahalı olması radyo kadar çok alıcıya ulaşmasını bir süre engellemiştir. Radyoda gelişen yayıncılık, ana aktarıcı ve ev cihazları biçiminde kaçınılmaz bir model olarak görülmüştür. Televizyon da radyonun geçtiği bazı benzer dönemlerden geçmiştir. 1950'lerin ortaları ve sonlarında, tıpkı radyoda 1930'ların ortalarında ve sonlarında olduğu gibi, televizyon için yeni tür programlar yapılmış ve yine iletişim yolunun verimli kullanımında radyonun karşılaştırılabilir aşamasında olduğu gibi, bazı özgün çalışma türlerini de içeren önemli ilerlemeler olmuştur (Williams,2003:25). Belirli bir bedel ödedikten sonra alıcılara sahip olan izleyici artık

ücretsiz olarak televizyon yayınlarına ulaşabilmektedir. Üretimi sinema filmi kadar pahalı olmayan televizyon yapımları, televizyon alıcısına sahip her kişinin karşısına çıkabilmektedir.

İcattan teknolojiye geçiş aşamasında, televizyonun gelişim sürecinde, bazı politik ve askeri çıkarlar sürmesine rağmen, ticari amaçlar baskın durumuna gelmiştir. Fakat amaç, sonuca dönüştüğünden diğer bir boyut açılmış, izleyicinin taleplerinin ön plana alındığı ve izleyene eğlenceli zaman geçirme amaçlı yayıncılık anlayışı gelişmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan bu yayıncılık anlayışı yavaş yavaş diğer ülkeleri de etkilemeye başlamıştır.

Sosyal gelişime açık olan radyo ve televizyon yayıncılığı izleyiciye bir seçenek oluşturacak niteliğe bürünmüştür. Bir zamanlar askeri ve politik amaçlı yapılan yayınlar yerini ticari kaygılı, renkli, eğlenceli hatta düşünmeye gerek duyulmadan izlenebilen programlar zincirine dönüştürülmüştür. Artık kitle iletişim araçları kültürün bir ifadesi haline gelmiştir. Kültür de Castells'in söyleyişiyle kitle iletişim araçlarının sunduğu malzemeler üzerinden işler (Castells,2005:451). Kitle iletişim araçlarından en yaygını olan televizyonun gücü bireylerin davranışlarını etkilediği yönünde iddialar vardır (Klite,2005). Kültürel alışkanlıklar ve değerler de televizyondan etkilenir. Zihindeki imajları reklam bombardımanına tutar ve yeni imajlarla bir kültürden diğerine geçişini kolaylaştırabilir. Hatta liderlerin seçimini bile sağlayabilir. Televizyonun bu gücü kitle iletişim politikalarını da etkisi altına almıştır. Ulusların geçirdikleri aşamaların kitle iletişim politikaları ve bu konular üzerine yapılan araştırmalara yansımaları bu noktada kaçınılmazdır. Bu nedenle radyo ve televizyonun ortaya çıktığı ilk dönemlerde uygulanan kamu yayıncılığından, ticari amaçlı özel yayıncılığa dönüşüm sürecinde yaşananlara değinmek gerekmektedir.

II.3. Kamu Yayıncılığında Özel Yayıncılığa

Avrupa kökenli bir kavram olan Kamu Yayıncılığı, belli toplumsal, kültürel ve ekonomik yapının kültürel kolları olması anlayışı ve bu anlayışın yayıncılığın başlangıcından beri benimsenmiş halidir. Kamu yayıncılığı belli bir ulus hayalinin radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki doğal bir uzantısıdır.

Kamu yayıncılığında temel unsur, ortak kültürü, ortak bilinci, toplumsal sorumluluğu ön plana çıkarmak, eğitim ve kültür programlarına ağırlık vermektir. Modern toplumların ortaya çıkış sürecine bakıldığında, ilk kitle iletişim aracı olan basının, devletlerin sürekli ilgilendiği bir unsur olduğu görülür. Devletin iletişim araçları üzerindeki kontrol ve ilgisini toplumsal – ulusal birliğin sağlanmasına yönelik kabul eden görüşler vardır. Özellikle dil açısından birliğin sağlandığı Kitle İletişim Araçlarının ikna gücü, kamuoyu oluşturmadaki etkisi devletlerin bu modele yaklaşımını açıklayıcı kılmaktadır (Charon,1992:242). Bu araçların ideolojik boyutuyla ilgili bir kavram ortaya koyan Althusser, yayıncılık teknolojilerini “Devletin İdeolojik Aygıtları” olarak tanımlar. Devletin ideolojik aygıtları aile, toplumsal çevre, gelenek ve görenekler, din kuralları ve Kitle iletişim Araçlarıdır. Bu araçlar insanın yaşam pratiği içinde önemli bir yer tutarak ideolojik olarak yoğrulup şekillenmesine yardımcı olurlar, bireyi istenilen biçimde düşünmeye yönlendirirler (akt.Tekinalp ve Uzun, 2004:186).

20. yüzyılın ortalarından itibaren radyo ve televizyon yayıncılığı ulusun ortak kimliğini ve ortak kültürünü yaratmasında önemli bir görev üstlenmiştir. Bu görevi üstlenmesinde, uzunca bir dönem, yayıncılığın devletin tekelinde olmasının büyük etkisi vardır. Tarihsel olarak yayıncılık geniş bir örgütlenme göstermiştir. Amerika Birleşik

Devletleri'nde 1950'lerden itibaren devletin yaptığı düzenlemelerle kontrol edilen bir yayıncılık sürdürülürken, Batı Avrupa'da kamu yayıncılığı egemenliğinde, rekabetten uzak bir özelliğe sahip yayıncılık yapılmıştır. Kamu yayınları kuruluş olarak kamunun malıdır. Her yerde izlenme özelliğine sahip olan kamu yayınları, birçok ülkede ülke nüfusunun yüksek çoğunluğuna ulaşmayı hedeflemektedir. Bu yayıncılık sistemi, buldukları ülkelerin tarihsel deneyimlerine, politik kültürlerinin özgün yapılarına paralel bir farklılık göstermiştir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemlerde, mevcut radyo dalgalarının sınırlı olması nedeniyle, Avrupa yayıncılığında bir tekel söz konusudur. Ortak bir dil, ortak kültür ve ulus olma bilinci oluşturma yönündeki belirgin yapısıyla, ulus-devletin bir anlamda teknoloji alanındaki simgesi sayılabilecek kamu hizmeti yayıncılığı simgesel olarak ulusal değerleri temsil edebilme özelliğine sahip olmuştur. Ortak değerler ve ilkeler etrafında şekillenen ve geniş kabul gören kamu yayıncılığında ülkelerin tarihsel deneyimleriyle politika kültürünün özgün yapılarının yansımalarını görmek mümkündür (Çaplı,2001a:33).

İkinci dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde, Avrupa'da yayıncılık sistemleri tekel şeklinde başlamış, siyasi iktidarların, o dönem için yeni ve güçlü gözükten elektronik iletişim araçlarından yararlanma konusunda bir noktaya kadar hırs sayılabilecek istekleri ile birleşmiştir. Bunun sonucu olarak, savaş sonrası düzenlemeler, 1970'li yılların sonlarına kadar daha çok siyasi iktidarların yayıncılıkta partizan uygulamaları çevresindeki tartışmalarla geçmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı yayın teknolojilerinin tam da bu işlevlerini gerçekleştirmelerine imkan verecek şekilde düzenlenmesini, yani bu hale denk düşen bir yayıncılık rejimini tanımlamıştır. Kamu yayıncılığı düşüncesi ulusallık düşüncesiyle sıkı sıkıya bağlıdır. Mutlu (2001) bu durumu;

“....bir ulusa özgü kültürel özelliklerin bütün bir vatandaş topluluğunca paylaşılr hale gelmesi (kaderde, tasada, sevinçte birlik), kültürel ve siyasal bütünlüğe tehdit oluşturan (dahili ve harici) unsurları dışlayabilmek, en azından bu unsurların sızmasına veya hakim hale gelmesine karşı direnebilmek, eğitim, bilgi ve kültür şırnga ederek ulusu – modern ulus-devletin model bireyi olan, bilgili, eğitilmiş, kültürlü, bilinçli vatandaş haline getirmek veya vatandaş “katına yükseltmek”

olarak tanımlar.

Kamu yayıncılığının omzuna yüklenen bu unsurlar içinde kamu yayıncılığı 1980'lere kadar yayıncılık alanının tek hakimi olarak pek çok ülkede, özellikle modern ulus-devletlerde gerçek anlamda saltanatını sürdürmüştür. Ancak yayın kuruluşlarının yaşadığı mali sıkıntılar ve alternatif iletişim araçlarına yönelim sonucunda izleyici sayısındaki düşüşler ortaya çıkmıştır. Yayın kurumlarıyla hükümetler arasında ortaya çıkan sorunlar ve elbette teknolojik gelişmeler yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bu dönem yarışmacı, rekabetçi, yerinden yönetime dayalı ve bireysel gelişime daha fazla olanak tanıyan yeni bir modelin doğuş dönemidir (Çaplı,2001a:40). 80'li yıllarla birlikte yaşanan bu gelişmeler, kamu yayıncılarının sahip oldukları iletişim teknolojilerinde, ülkelerin serbest piyasa ekonomisi, rekabetçilik ve verimlilik yaklaşımlarında bir alt üst oluşa neden olmuştur. Bu durum kamu yayıncılarının da bir parçası oldukları yeni bir yayıncılık ortamı yaratmıştır. Mutlu (2001) yayıncılığın 1980 sonrasında bugüne uzanan evrimini belirleyen gelişmeleri şöyle sıralar:

- 1) Yayın dağıtım sistemleri üzerinde teknolojik değişimin etkisi, karasal yayıncılığa rakip olarak kablo ve uydunun ortaya çıkması, kanal kapasitesindeki patlama ve görsel-ışitsel sınırların ortadan kalkması; abone ve izle-öde (pay per view) sistemlerinin giderek piyasada tutunması ve son olarak analogdan dijital sinyallere geçme, enformasyon süper yolunun ortaya çıkışı.
- 2) Sosyalist blokun çöküşüyle devlet yayıncılığı modelinin çözülmesi ve dünyanın çeşitli kesimlerinde demokratikleşmeye yönelik bir hamle
- 3) Piyasa yayıncılığında gelişme ve daha önce kamu hizmeti tekeline sahip ülkelerde ticari televizyonun ortaya çıkması ve böylelikle karma yayıncılık rejimlerini devreye girmesi
- 4) Kamu çıkarının ve ulusal kültürün muhafızı olarak devlet ve mevzuat kavramlarındaki değişimler

- 5) İletişim sektöründe mülkiyetin giderek temerküz etmesi ve çapraz medya sahipliğinin yaygınlaşması (Mutlu,2001:28)

Kamu hizmeti yayıncılığı ulusçuluğu ifade ederken, devlet sektöründeki kuruluşların özelleştirilmesi ve ticari hak getirilmesi; iletişim sektöründeki pazarları rekabete açma anlamına gelmektedir. Bu rekabet ekonomik bağlamda ulus içindeki iletişim araçları arasında yaşanmaktadır. Son yüzyılda enformasyonun, ekonomik yapılanmanın temel taşı olarak değerlendirilmesi, daha çok politik uygulamalarla bağlantılandırılmıştır. Bu yönelim ulus devletlerin rolünde önemli bir değişimi işaret eder (Cohen,2006). Uluslar arası pazarlarda yerini arayan ekonomik ve politik sistemler, ulusun genel refahını sağlamak yerine, hem özel sektörde hem de devlette girişimcilik yönüne bir kayma göstermiştir. Özellikle Batı Avrupa’da teknolojinin gelişmesi, uluslar arası pazar güçlerinin değişimi, elektronik sinyallerin ulus-devlet sınırlarını aşması, ulusal düzenlemelerde devlet egemenliğinin kırılması, kültür endüstrisinin gelişmesi ve ortak pazara öncelik verilmesi; kamu yayıncılığının özel yayıncılığa doğru zorlanmasının temel nedenlerindedir.

İletişim devrimi olarak değerlendirilen bu dönemde, daha önce ekonomik etkinliğin kısılcacında iletişim alanında söz sahibi olmaları engellenen ticari kuruluşlar, bu alanda söz söyleme ve pazardan pay alma olanağına kavuşmuşlardır.

Özel yayıncılığın ortaya çıkışının ardından ortaya konan kavramlar da yeni dönemi tanımlayacak niteliktedir. 1960’lı yılların sonundan itibaren enformasyon ve iletişim teknolojilerinin işlediği toplumu belirlemek için kullanılan kavramlardan biri de “Küreselleşme”dir. Küreselleşme kavramını iletişim alanında netleştiren isimlerden biri de McLuhan’dır. “Küresel Köy” kavramıyla iletişim alanında yer alan McLuhan (2001) elektronik teknolojinin dünyanın yeniden betimlenmesinde kullanıldığını öne sürer.

Televizyondan yayınlanan ilk savaşı - Vietnam Savaşını çözümlenerek elektronik görüntülerin etkisini vurgular. İzleyicinin ilk kez tanık olduğu bu savaş görüntüleriyle birlikte sivil –asker ayrılığı ortadan kalkmıştır. Medya barış zamanında endüstrileşmemiş bütün bölgeleri ilerlemeye yöneltir. Teknik zorunluluk toplumsal değışmeyi yönetir. Böylece küresel köy, bütün gezegenin imgeleminde yaşamaya başlar. McLuhan'a göre medya insanın uzantılarıdır.

1970'lerden sonra Doğu Bloku'nun ve Bağlantısız ülkelerin desteklediği ulusal egemenlik' ilkesi ve 'Yeni Uluslar arası Enformasyon Düzeni' ortaya çıkmıştır. Buna göre ulusal egemenlik ilkesi tanınmış, eşit ve karşılıklı enformasyon akışının varlığı kabul edilmiştir. 1970'lerdeki bu hareketlilik içinde birçok tartışma ortaya atılmıştır. Chomsky (2004); medyanın kasıtlı propaganda aracı olarak kullanıldığı, içte egemenliği, dışta emperyalizmi desteklediği görüşünü savunmuştur. Medyanın ana görevlerinden en önemlisi propagandadır, devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir. Haberler, firmaların kar amacı, reklamcılarının etkisi, hükümet ve iş çevrelerinin beklentilerinin sonucunda süzgeçten geçirilerek yayınlanır. Piyasa da devlet kadar güçlüdür ve medya piyasanın çıkarlarını savunan bir propaganda aracıdır.

İletişim araştırmaları ve bu alandaki tartışmalar, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve küreselleşmenin bütün boyutlarıyla kendini hissettirmeye başlamasının ardından yeni bir boyut kazanmıştır. Seksenli yıllarda bütün dünyaya yayılmaya başlayan deregülasyon ve özelleştirme politikaları, doksanlı yılların ilk yarısındaki tartışmaları farklı bir boyuta çekmiştir. Uluslar arası iletişimde liberal okullar çoğulculuk ve ötesi üzerine ağırlık vermiş, Marksist yönelimli okullar enformasyon akımı ve uluslar arası iletişim düzeni üzerinde eğilmeye devam etmişlerdir. Doksanlarda medya sistemlerinin özelleştirilmesi yönündeki baskılar sonrasında, toplumun askeri ve sivil olarak ikiye ayrımı

fikri geçerliliğini yitirmiştir. Baudrillard ve Foucault gibi post-yapısalcıların etkisiyle, temel belirleyicilerin ekonomik taban olduğu görüşü terk edilmiş, bu yönüyle Marksist kültürel yaklaşımı giderek ortadan kaldırmıştır (Alemdar ve Erdoğan,2002:493).

1990'lı yıllarda ise bütün dünyada iletişim ortamı köklü bir biçimde değişmiştir. Bütün Batı Avrupa ülkelerinin radyo ve televizyon sistemlerinin büyük ölçüde gelişmiş ve daha önce radyo – televizyon alanının devlet tekeli olarak belirlendiği birçok ülkede bu duruma son verilmiştir. Devlet tekelinin kaldırılması tek bir biçim altında olmamış, kimi yerde önce kamu kuruluşunun program yapma tekeli kaldırılmış, daha sonra özel yayın kuruluşlarının kurulmasına izin verilmiş; kimi yerde ise mevcut yapıya rekabetçi bir görünüm kazandıracak yeni kuruluşlar eklenmiştir (Alemdar ve Kaya,1993). Bu süreçteki değişimler “Deregülasyon” olarak adlandırılır.

Küreselleşmenin yarattığı bu yeni medya düzeni iki ana gelişmeyle birlikte ele alınır. İlki kurumsal gelişmelerdir. Birleşmeler, ele geçirmeler, ortaklıklar sonucu ortaya çıkan ve küresel ölçekte üretim, iletim ve dağıtım alanlarında etkinlik bu gelişme içinde yer alır. Teknolojik gelişmeler ise; iletişimin dağıtım, depolama ve iletişim alanlarında gerçekleşir. Büyük ticari yapıların birleşmesi sonucu ortaya çıkan kurumsal gelişme, ulusallıkla tanımlanan kamu yayıncılığının yapısını olumsuz yönde etkiler. Kablo sistemlerinin küresel çapta yaygınlaşması da enformasyonun dağıtımını açısından büyük bir kapasite sağlamakta, uydu teknolojilerinin hızlı gelişmesi ise elektromanyetik dalgaları kullanan kamu yayıncılığı için bir tehdit unsurudur (Çaplı,2001b).

Bunun yanı sıra günümüz dünyasının sosyal problemlerini tanımlayan terörizm, savaş ve dinsel ayrılıklar, özel yayıncılığın penceresinden medyada kendine yer bulmakta, daha fazla izler-kitleye ulaşip, etkisini arttırabilmektedir (O'Sullivan,2005). Özel televizyon ağlarının ve uluslar arası televizyon kanallarının yaşama dahil olmasıyla

birlikte, yeni yaşam tarzlarına uyum sağlamaya çalışanların yemekleri, giyimleri, saç şekilleri, iç mekan düzenlemeleri hatta eş seçimleri, televizyon etkisiyle şekillenebilmektedir. Hatta Mcmillin (2005) bu noktada kast sisteminin ağırlığının hissedildiği Hindistan'da yapılan bir çalışmada bile, son 20 yıl içinde televizyon reklam ve programlarından etkilenme oranının arttığına dikkat çeker. Öyle ki bir çocuk büyürken sadece aileden okuldan, dinden ve yakın çevreden değil televizyondan da birçok yaşam biçimi öğrenir. Bir çok öykü duyar ve bu öyküleri gerçek kabul ederek büyür. Gerbner televizyonun televizyonun bir mitos olduğunu söylerken, bu aracın yaşamımızda ne kadar önemli olduğunu altını çizer. Televizyonlar birer kültür ekme aracıdır ve televizyon tarlasından ekilen her kültür insanın içine giderek işlemektedir (Gerbner,2000a).

II.4. Türkiye’de Radyo ve Televizyonun Tarihçesi

Kitle İletişim Araçları alanındaki gelişmeler Türkiye’de de kendine yer bulmuştur. Türkiye’de ilk radyo yayını 6 Mayıs 1927’de özel bir şirket olan Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi (TTTAŞ) tarafından yapılmıştır. Devlet radyoculuğunun başlangıç tarihi için farklı kaynaklar farklı tarihler belirlemektedir. Bazı kaynaklarda devlet radyoculuğunun başlangıcı, 1937’de çıkan 3222 sayılı Telsiz Yasası olarak gösterilirken, bazı kaynaklar 18 Ağustos 1936’da çıkan bir başka kararnameye işaret etmektedir. Sonuç olarak bu tarihlerden itibaren Türkiye’de radyo yayıncılığı PTT aracılığıyla yürütülmüştür. PTT yönetimindeki bu dönemde, geçmiş yıllara göre, söz yayınlarının toplam yayın içindeki sürelerinin arttığı görülmüştür. Söz programları içinde eğitici yönü ağır basan programlar yer almaktadır. Türkiye radyolarının önemli bir bölümü olan çocuk programlarının temeli de bu dönemde atılmıştır.

Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de radyonun toplum içindeki önemi giderek artmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı yıllarının koşulları, bir yandan da bu aracın propaganda amaçlı kullanımının bütün dünyada yaygınlaşması, devletin radyoyla daha çok ilgilenmesine neden olmuştur (Cankaya,2003:32). Halka bilgi vermek ve onları eğitmek, halka bazı sorumlulukları hatırlatmak ve belli konularda özveride bulunmalarını istemek amaçlı bir iletişim aracı olarak görülen radyo, 1949 yılında çıkarılan “Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu”yla yeni bir çehre kazanmıştır. Bu kanunla artık radyoda Türkiye Büyük Millet Meclisi için yapılacak genel seçimlerde, siyasi partilere programlarını açıklamak için, seçim tarihine onbeş gün kala başlayan ve seçimlerden iki gün öncesine kadar devam eden süre içinde konuşma zamanı ayrılacaktır (Cankaya,2003:45). Bu durum radyoların devletin amaç ve çabalarını halka aktarma organı olarak kullanılmaya başlandığı önemli bir dönemi işaret eder.

1 Mayıs 1964’ten itibaren Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nun (TRT) çalışmaları kamu tüzel kişiliği olarak düzenlenmiştir. 359 sayılı TRT Kanunu’na göre genel yayın esaslarıyla program yapma ve halka ulaştırma görevi bu kuruma verilmiştir. Radyo yayıncılığını sürdüren TRT, ilk televizyon deneme yayınına 1968’de gerçekleştirmiş, yerli yapımlara ağırlık verilen bir programcılık anlayışı benimsenmiştir.

Türkiye’de televizyonculuğun ilk yıllarında, daha önce değindiğimiz radyo yayıncılığına benzer bir kültür ve eğitim işlevinin öncelikli olma ilkesi getirilmiştir. Türkiye için yeni olan bu kitle iletişim aracının, özel televizyonların sahip olduğu ”izlenme oranı – rating” kaygısı bulunmadığından, TRT programlarının halkı eğitecek ve kültür düzeylerini yükseltecek nitelikte hazırlanması öngörülmüştür.

TRT’nin genel yayın esasları arasında kamu yayıncılığını temsil eden maddeler yer almaktadır. Bu maddeler TRT’nin hazırladığı programlar ve haber bültenlerinde

uyulması gereken kuralları belirlemektedir. Ülkenin bütünlüğünü korumak, anayasanın özüne ve ruhuna bağlı kalmak, cumhuriyetin kamu düzenini ve genel asayişini sağlamayı yayın yapmak, ulusal hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek, ulusal eğitimin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak, gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek gibi unsurları barındıran TRT kamu yayıncılığını sürdüren bir kurumdur (TRT,2005:3).

Türk toplumu, otuz yıla yakın bir süre kamu yayıncılığı yapan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun hazırladığı programlar ve haber görüntüleri çizgisi içinde dünyayı izlemiştir. 1990'lı yıllardan sonra Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa'nın hemen tüm ülkelerinde olduğu gibi özel yayıncılıkla tanışan Türk toplumunun önüne yeni bir görsel-işitsel seçenek sunulmuştur. Çanak antenler yolu ile yabancı yayınları takip etmeye başlayan Türk izleyicisi TRT dışında da bir yayın organı olabileceğini fark etmiştir. Türkiye'de televizyon yayıncılığının dönüm noktası 1990'da Star 1 televizyonunun uydu yoluyla yayına başlamasıyla kendini gösterir. Ardından yapılan yasal düzenlemelerle diğer televizyon yayınları da başlar (Aziz,1999:45). Türk televizyonculuğunda kaos dönemi olarak adlandırılan dönemin ardından; kablolu yayınlar, uydu sistemleri ve ardından gelen dijital yayıncılıkla gelişen teknoloji, özel televizyonlar tarafından hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Ana amaçları kar sağlamak olan bu kuruluşlar; pazardan pay alabilme, buldukları yeri koruyabilme ve yeni teknolojilerle geniş kitlelere ulaşabilme uğraşısı içinde TRT'den daha farklı bir yayıncılık anlayışı ortaya koymuşlardır. Bütün bu çerçevede deregülasyon süreci Türkiye'de de işlemeye başlamış, yasal düzenlemeler içine özel televizyon yayınları da dahil edilmiştir. Bu düzenlemelerin ardından Türk izleyicisinin karşısına çıkarılan yeni yayıncılık anlayışı, konuyla ilgili farklı araştırmaları gündeme getirmiştir. Araştırmaların bir kısmı Türkiye'de ticari yayıncılığın gelişmesiyle birlikte medyanın nasıl bir işleve sahip olmaya başladığı yönündedir. Değişen ve giderek farklı

kimliklere dönüşen kitlesel medyada iktidar ve politika konuları temel olarak alınır. Medyanın izleyici üzerindeki etkileri, medyanın siyasal tarafsızlığı ya da taraflılığıyla değerlendirilir. Bir kısım araştırmada da medyanın toplumu etkileyip etkilemediği, yayın yaptığı hedef kitlenin aynası olup olmadığı sorgulanmaktadır. Akademik alan dışına bakıldığında ise medya üzerine yapılan tartışmaların, bu araçların gücü ve etkinliği üzerine olduğu görülmektedir.

Batı'da 1960'larda başlayan, Türkiye'de ise 1990'lı yılların ardından ortaya çıkan küreselleşme, iletişim alanında köklü değişimlere neden olmuştur. Bu köklü değişim giderek ticarileşen medya kuruluşlarının güçlü ekonomik yapılar haline gelmesini sağlamıştır. Toplumu yönlendirdiği ve kültürün değişimine etkisi olduğu varsayılan medyanın yeni teknolojileri kullanarak daha fazla sayıda izler-kitleye ulaşması kaçınılmazdır. İzler-kitleyi etkilediği düşünülen medya, belirli çizgiler dahilinde yayınlarını sürdürmektedir. Bu yayınlarda kullanılan dil, hissettirilen düşünceler, verilen mesajlar, medyanın yapısal dönüşümünü ortaya koyacak niteliktedir. Sıklıkla gündeme gelen; aile yapısına, genel ahlaka, çocukların zihinsel gelişimine ve benzeri toplumsal huzura yönelik yayın yapılıp yapılmadığı sorusu ve bu konuda alınan önlemler, yayın politikalarının ve yayın içeriklerinin neler olduğu sorusunu akla getirebilmektedir.

1980'e kadar Türkiye'de yayıncılık politikası ve bu politika sürecinde gözlenen özellikler, ulusun ya da ortak bir kültür kimliğinin yaratılmasında medyaya büyük bir rol düştüğü yönündedir. 1980'lere kadar kamu yayıncılığı hizmeti sürdüren TRT, programların içerikleri, oluşturuluş biçimleri, yayıncılık politikaları ve hazırlanan programların uzunluğu göz önüne alındığında ulusu temsil etme özelliği belirgin biçimde ortaya çıkmıştır.

1980'ler ve 1990'larda Türkiye'de değişen politik, ekonomik ve kültürel düzenle birlikte yayıncılık alanında yaşananlar, özel ticari yayıncılığın ortaya çıkışı ve hızla ilerlemesi, bu konuda yapılan araştırmalarda yeni bir yaklaşımı da beraberinde getirmiştir. Yayıncılık politikalarının analizi ekonomik, kültürel ve siyasal boyutlarla bağıntılı görülmüştür. Bu yıllarda yayıncılıkta ana yönelim ticarileşmedir ve bu yönelim 1980'den sonra Türkiye'nin geçirdiği siyasal yapıya bağlanmıştır. Askeri yönetim döneminde yapılan yayıncılık bir yana bırakılırsa, 1982 genel seçimlerinden sonra değişen siyasal eğilimle birlikte Türkiye yeni bir yayıncılık rüzgarının içine girmiştir. Kamu yayıncısı TRT'nin dışında özel ticari televizyonlar teker teker yayın hayatına katılmaya başlamış, Türk insanı için çok kısa bir geçmişe sahip olan televizyon, yayıncılık alanında yeni düzenlemeler yapılması tartışmalarını da alevlendirmiştir. Türkiye'de 1990'da kurulan ilk özel televizyonu Star 1 Magic Box'la başlayan bu süreç günümüzde de yeni düzenlemelerle devam etmektedir.

Ulus kültürünü yansıtan, ulus bilincini yaratma amacıyla olan TRT'nin ardından, reklam girdileriyle ayakta duran, hızlı çalışan, olayların içine hızlı giren, hızlı düşünen ve eğlenceye yönelik programları hızla üreten bir özel televizyonlar dönemi başlamıştır. Televizyonun çok eski olmayan geçmişine rağmen, bir nesil öncesinin yaşamının kısa bir döneminde ekranların varlığı söz konusuysen, Türk insanı tarafından çok çabuk kabul görmüştür. Televizyonda kullanılan teknik terminolojinin halk dilinde kullanılır olması, bir önceki neslin günlük yaşamında tahammül edemeyeceği görüntü ve yaşam biçimlerinin anlayışla karşılanması, reality show adı verilen programlarda yaşananların gerçek olarak algılanması birçok soruyu da beraberinde getirmektedir. Türkiye kısa bir süre içinde modernlik- geleneksellik çatışmasından, küresellik- yerellik çatışmasına doğru ilerlemektedir. 1980'lerde başlayan, ithal ürünlerle birlikte televizyon

ekranlarından sunulan ithal görüntülerin, geleneklerine bağlılığının sürdüğü düşünölen Türk insanı tarafından kabulü söz konusudur. Özel televizyonlarda 1990'larda, Latin Amerika kökenli pembe dizilerle başlayan süreç, kadının toplumdaki yerini farklı anlamlarla sunan kadın dizileriyle devam etmiş; Anadolu yaşamını ekrana taşıyan ağa dizileriyle Anadolu –İstanbul çelişkisine yer verilmiştir. Kameralı evlerle izlenen özel yaşamları anlatan düşük bütçeli eğlence programları furyası ve 2005'e damgasını vuran, 2006'da da devam etmesi beklenen fast-food diziler, sit-comlar, belli yaşam biçimlerini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de özel televizyonların ticari amaçlı yayınlarının Türk insanının yaşam biçimini yansıtır yansıtmadığını sormak mümkündür. Toplumdaki kültürel değişim nasıldır ve bu kültür televizyonlarda nasıl işlenmektedir? Televizyonlarda ekilen kültür giderek değişen kültür biçimlerini yansıtmakta mıdır?

Bu sorular kapsamında bir sonraki bölümde kültür tartışmalarına yer verilecek ve küresel ve yerel kültür göstergelerine değinilecektir.

III. KÜRESEL VE YEREL EKSENİNDE KÜLTÜR

Küresel ve yerel kültür ekseninde kültür incelenirken kronolojik olarak kültür tartışmalarına değinilecektir. Modernite tartışmalarının yapıldığı dönemlerde kültürün tanımının, küreselleşme tartışmalarının yapıldığı günümüzde hangi duruma geldiği saptanacaktır. Modern Kültür – Geleneksel Kültür karşıtlığının Küresel Kültür – Yerel Kültür karşıtlığına dönüşümü incelenecek ve araştırma sırasında belirlenen küresel ve yerel kültür göstergeleri tanımlanacaktır.

III.1. Kültüre Farklı Yaklaşımlar

Kültürel tartışmalar modern devletin yani ulus-devletin ortaya çıkışından itibaren modernist söylemlerle tanımlanmıştır. Bir kültürü diğer kültürden ayırt edebilmek için kesin bir karar mümkün olmayabilir. Bu nedenle kültür için çok farklı tanımlamalar yapılmıştır. Küreselleşme tartışmalarının varlığına kadar geçen dönemde; bu tanımların merkezinde genellikle ulus-devlet ve ulusal kültür yer almaktadır. Modernleşme kuramında toplumlar genellikle kategorilendirilir. Yapılan tanımlamalar bu kategorilerin içinde yer alır. Azgelişmiş ülkeler-gelişmiş ülkeler olarak kategorilendirilen tanımlamalarda ekonomiye vurgu yapılırken, modern-geleneksel ya da Doğu-Batı kategorisi genellikle kültürel tanımlamalarla ifade edilir.

Bir ulus içindeki kültürel gruplar ticaret, vergilendirme, göç, basın, din, eğitim ve dil konularıyla tanımlanır. Onları şekillendiren de bu konuya ilişkin çıkarılmış kanunlar

ve devlet politikalarıdır. Kültür bu kanun ve politikalarla birbirine bağlanır (Smith ve Bond,1998,38). Ulusları tanımlayan bu göstergelere odaklanarak, modern ve geleneksel kültürleri belirlemeye ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar yine ulusal kültürlerin özelliklerin yola çıkılarak elde edilen verilere dayandırılmıştır.

Uluslar arasındaki kültür farklarını ortaya koyan çalışmalardan biri Hofstede'e aittir. Hofstede 40 ülkeden elde ettiği sonuç değerlerini dört boyuta göre sınıflandırmıştır. Bu boyutlar; “belirsizlikten kaçınma”, “bireycilik-kolektivizm”, “güç mesafesi” ve “dişillik-erillik” olarak belirlenmiştir. Alınan sonuçlar, bireysel ve kolektivist toplumları ya da bir başka deyişle Batı ve Doğu toplumları betimleyen bir yapı göstermiştir. Hofstede kültürü “bir grubun üyelerini diğer grubun üyelerinden ayıran mantığın derlenmiş bir programı” olarak tanımlamıştır (akt.Smith ve Bond,1998:49).

Değer yargıları üzerine yapılmış bir başka çalışma Saige ve Schwartz'a aittir. Üç tür temel ihtiyaç olan biyolojik ihtiyaç, sosyal iletişim ihtiyaçları ve grupların yaşama ve refah ihtiyaçlarından yola çıkılarak yapılan araştırma için 56 değer yargısı belirlenmiş, araştırmanın sonucunda farklı ulusal kültürlerde önemli sayılabilecek göstergeler eksiksiz biçimde örneklenmiştir. Hofstede ve Schwartz, ayrı çalışmalarında belirledikleri değer yargılarını gruplamışlar ve bu gruplamalar sonucunda ülkeler arasındaki farklı davranış biçimlerini ortaya koymuşlardır. Schwartz'ın son incelemede oluşturduğu yedi değer yargısı grubu; “duygusal özerklik”, “tutuculuk”, “eşitlikçi girişim” akılcı özerklik”, “egemenlik”, “uyum” ve “hierarchy” ana başlıkları ile kültürler arasında istikrarlı anlamlar taşıyan sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır (akt.Smith ve Bond,1998:57).

Her iki çalışmada da alınan sonuçlar Doğu ve Batı ülkelerinin farklı değer yargılarına sahip olduğu bunun da farklı kültür niteliklerine işaret ettiğini göstermiştir. Yapılan bu araştırmalar modern ve geleneksel kültürleri birbirinden ayırt etmeye

yöneliktir. Buradaki bakış açısı kültürlerin ortak anlamlar sistemi olduğudur. Ulus eksenli olan bu tanımlara göre; bir ulus mutlaka tek kültürlü değildir ancak ulus-devletlerin çoğu içlerindeki çeşitliliği, ulusal kültürün meydana gelmesini sağlamak şeklinde yürütürler. Uluslar arasındaki farklılıklar belirgindir. Alınan sonuçlar ülkenin modern ya da geleneksel bir yapıda olduğunu belirlemeye yardımcı olacak niteliktedir.

Geçim tarzları, toplumsal örgütleniş biçimleri, politikaları, dinsel yaşam tarzları, ortak simge ve anlamlandırma sistemleriyle şekillenen kültür modernite tartışmaları sırasında kültürü tanımlayan öğeler olarak ortaya çıkmaktadır. Buradan yola çıkılarak kültür; sınırları ulus-devlete dek esnetilebilecek belirli bir mahallede yaşayan toplumların bu birliktelikleri içinde tarihsel olarak geliştirdikleri yerel toplumsallık tarzları olarak tanımlanabilir (Özbudun,2003:266).

Geleneksel kültür ise modernite karşısında korunmaya ihtiyaç duyan ve değiştirilmesinden rahatsızlık duyulan bir yapı olarak kabul edilmiştir. Geleneksel yaklaşım bu anlamda modernitenin karşısında yer almaktadır. İlericiliğe karşıt bir anlama gelebilen geleneksellik, değişimin ve ilerlemenin kültürü yok edebileceği inancındadır. Milliyetçiliğin aşırı hale gelmesi; geleneksel kültürü korumanın bir yolu olarak ortaya çıkabilir (Tok,2003:235). Geleneksel kültürlerde geçmişe, önceki kuşakların deneyimlerine saygı gösterilir ve bu deneyimlerin simgelerine değer verilir (Giddens,2004).

Modern kültürün karşısında yer alan geleneksel kültür; yerleşmiş gelenekleri tarih içinde kuşaktan kuşağa aktaran ve toplumun üyelerinin kültürel bilincine egemen olan bir kültürü nitelemektedir. Normalde deneyimlerin ve geçmişten gelen, kabul görmüş söylemlerin doğrudan iletimiyle bağlantılıdır. Bu kültür nesilden nesile aktarılır ve değişime kolay kolay açıklık göstermez. Geleneksel kültürün simgeleri süreklilik özelliğine sahiptir, törenseldir ve tekrara dayanır (Lundby ve Ronning,1997:17). Bu

kültürlerde temel ilke süreklilik, kapalılık ve istikrardır. Geleneksel kültürler kendi değerlerini değişime karşı korurlar. Olabilecek herhangi bir değişim de uzun bir zaman içine yayılır. Geleneksel kültürlerde akrabalık, ahabalık, geniş aile, doğuştan gelen aidiyet statüleri, birincil ilişkiler, basit tabakalaşma grupları çok sayıda işlevi yerine getirebilmektedir. Modern toplumlarda bu işlevsel zorunluluklar değişmemektedir. Modern toplumlar bu işlevleri yerine getirebilecek uzmanlaşma sürecine girmiş çok sayıda farklı alt sistem ortaya çıkarmaktadır. Modernleşme bu anlamda işlevsel zorunlulukları yerine getirecek olan toplumsal kurumların daha karmaşık bir şekle bürünmesidir (Kömeçoğlu,2002:15). Modernleşme teorisi Batı dışı toplumların az gelişmişliğini bir türlü geçmişten ve geleneksel olandan kopmamakla, bilimsel teknolojik gelişmelere açık olmamakla ve sosyal yapının modernleşmeye engel olacak derecede içe kapalı olmasıyla açıklamaya çalışmıştır. Geleneksel değerlerin hakim olduğu toplumlarda geçmişe bakan kadereci tutumlar yenilikçi ve girişimciliğe engel olmaktadır. Hatta Giddens (2004) geleneğin rutin olduğunu söylemektedir. Yalnızca öylesine sürdürülen boş bir alışkanlık olmaktan çok, sembolik anlamları olan bir rutindir. Bu rutini kırmak, geçmişe olan güveni kırmak anlamına da gelebilir. Ancak modernleşme kuramı bütün geleneksel kültürlerin zaman içinde modernleşeceğini ve bu evrimin kaçınılmaz olduğunu söyler. Geçmiş, şimdi ve geleceğin sürekliliği içinde yeni toplumsal uygulamalara bağlanabilecektir. Evrim geçiren geleneksel toplumda hem geleneksel hem de modern kültür özelliklerini bir arada görmek mümkün olabilecektir.

“Dünya Değerler Araştırması”nda ülkelerin dönemsel değişimlerini tespit ederek betimleyen Inglehart, toplumlar arası farklılıkları iki ana boyutta değerlendirmiştir: “Geleneksele karşı laik rasyonel yaklaşım” ve “hayatta kalmaya karşı kendini ifade etme”. Sanayileşmeyi araştırmanın merkezine koyan Inglehart, öncelikli değerlerin ekonomik ve

fiziksel güvenliğin üzerinde yükselen “yaşam kalitesi” ve “refah” olduğunu söyler. Buradan yola çıkarak, ekonomik gelişmenin farklı toplumlarda farklı değişimleri yaşattığını belirtir. Bütün geleneksel toplumlarda kürtaja, boşanmaya ve eşcinselliğe düşük tolerans, erkek egemenliğine eğilim, ekonomik ve politik yaşamda baba otoritesi, aile yaşamına önem verme, güçlü dini yaklaşım ve otorite öğelerinin varlığını tespit etmiştir (Inglehart ve Baker,2005:4). Laik- rasyonel ülkelerin belirgin öğeleri ise bunun tam zıddıdır.

Görüldüğü gibi yapılan araştırmalar ulus devletin özelliklerine ve ulusların birbirinden farklılığına vurgu yapan araştırmalardır. Toplumlar buldukları ulus-devletle tanımlanmış ve kültürü o ulusun kültürü olarak belirlenmiştir. Bu konuda Eagleton; kültürü tanımlarken, toplumsal cinsiyet, etnik köken, milliyet, toplumsal köken, cinsel eğitim gibi kavramlara zorunluluk yükler. Sözü edilen kavramlar geleneksel toplumların önem verdiği ve o toplumları tanımlayan önemli unsurlardır (Eagleton,2005).

Kültür, çok çeşitli nedenlerden dolayı modern çağın yaşamsal uğraşlarından biri haline gelmiştir. Kitle kültürünün ilk kez ortaya çıktığı modern dönemde; geleneksel kültürün uygarlaştırılmış değerlerin varlığı karşısında büyük bir tehdit oluşturacağı düşünülmüştür. Batı’lı yaşantının üstünlüğünü olumlanmış, bu sırada, çokuluslu kapitalizmin hızla küçülen dünyası çeşitli yaşam biçimlerini daha önce hiç olmadığı kadar seçmeci bir tavırla yan yana getirmiştir (Eagleton,2005).

1980’lerden itibaren “kültür” sözcüğünün tanımladığı alan tamamen zıddına yönelmiştir. Artık, bireysel kimlik; ulusal, cinsel, etnik, bölgesel kimlikten çok daha fazla ön plana çıkmaktadır (Eagleton,2005). Çok uluslu şirketler, uluslar arası organizasyonlar, sağlıktan spora, askeri çalışmalardan politik kararlara kadar yapılan ortak çalışmalar ve iletişim teknolojilerinin ulusları yakınlaştırıcı yaklaşımı ulusların kültürlerini de

etkilemiştir. Ulusların birbirine bağımlılığının dünyayı kültürel açıdan tek biçimliliğe yönelttiği görüşü, yüzyıl dönümünde yaygınlık kazanır. Çünkü, “toplumsal organizma büyüdükçe, bölümleri daha çok karmaşıklaşacak ve çeşitlenecek, kültürün işlevleri daha karmaşık ve ayırt edilemez olacaktır (Mattelard,2001:48).

Günümüzde artık kültür geniş ölçüde sanayi alanına dönüşmüştür. Bu sanayi medyayla yaygınlaşan ve kültürleri arası farklılığı ortadan kaldırıp, kültürel benzeşmeye dönüşen bir özelliğe sürünmüştür. Duyuş, düşünüş, davranış tarzlarının dünya ölçeğinde standartlaşması konusunda tartışılmaktadır. Kültürlerin benzeşmesinde medyanın önemli bir rol üstlenmesi daha önce ulusa ve ulusal kültüre vurgu yapan kültür tartışmaları küresel kültür tartışmalarına dönüştürmüştür.

III.2 Modernden Küresele Kültür

Modernleşme teorisi kültürü tanımlarken Doğu-Batı eksenli açıklamalar yapmış, ülkeler arası farklılıklarda ulus-devlet ve o devletin baskın etnik kültürüne yönelik betimlemelerde bulunmuştur. Çeşitli problemleri tamamen Batı dışı toplumların iç dinamikleriyle açıklamaya çalışarak Batı'nın sömürgecilik döneminden beri kendisine ait stratejik yöntemlerini bu sorunun dışında tutmuş, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'ya küresel aktörler olarak görmemiştir. Bu dönemde modern kültür öğelerinin karşısına geleneksel öğeler çıkmıştır. Ancak artık günümüzde modernitenin gelenekselliğe karşı duruşu küreselliğin yerel olana karşı duruşuyla sürmektedir.

Anderson'ın (2004) görüşlerine göre ulusal kültür, toplumsal modernleşme süreçlerinin mümkün kıldığı ve gerektirdiği üzere “ cemaatin” belli bir tarzda “hayal edilmesidir”: laik rasyonalizm, zamanın takvim esasında algılanması, kapitalizme bağlı

teknolojik kalkınma, kitlesel okuryazarlık ve iletişim, siyasi demokratikleşme, modern ulus-devlet. Bütün bu özellikler, karmaşık bir biçimde bir araya gelerek kültürel kimliğin belirlenmesinde ulusun ön plana çıkmasını sağlamıştır. Anderson'ın ulusal kültür tanımı soyut bir kavram olan ulusu somutlaştırma yönündedir. Modernleşme kuramının modern kültüre –ki bu kavram zaman zaman ulusal kültür olarak kullanılmaktadır- atfettiği anlamlar da ulus-devletin sınırları içindeki kültürü tanımlamaktadır. Ancak artık ulus-devleti çöküşe uğratan bir küresel tavrından söz edilmektedir. O halde modern kültürden söz edilirken bunun içine küresel kültür öğelerinin girdiğini söylemek mümkündür. Anderson'ın açıklamaları, ulusal kültürün toplumsal modernleşmeye bağlanmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla ulusal kültür olgusuyla ve bölgecilik gibi rakip kültürel kimlikler arayışlarıyla çağdaş toplumsal hayatı karakterize eden belirliliklerin çöküşü arasında bir bağlantı vardır.

Modern dünyada ulusal kültürlerin varlığından söz edilirken, küreselleşen ve giderek homojenleştiği düşünülen dünya için farklı yaklaşımlar söz konusudur. Ulusal bir kültürün belli özellikleriyle ilgili olarak ortaya çıktığından “Kültürler”in görünümleri ulus-devletlerin siyasi şablonuna tam olarak oturmaktadır. Bu nedenle ulus-devletlerde hatta ulusal sınırlar ötesinde ulusal kültürden oldukça farklı olan hatta onunla doğrudan çatışan bazı kültürel kimlikler olduğu kabul edilmektedir. Tomlison (2004) modern dünyada farklı kültürel kimlikler ile “ulusal kültürel kimliklerin” çoğu zaman birbirine uyduğunu söyler. Ulus devletlerin dünyayı oluşturan en önemli ekonomik ve politik birim olması, ulusal kimliklerin oluşturulmasında hatırı sayılır ve bilinçli bir “kültürel inşa” söz konusu olduğu anlamına gelir.

Küreselleşme, çağdaş yaşamın çeşitli yönlerinde gözlenen dünya ölçekli süreci incelemeye yönelik bir kavram olarak, modernleşme kuramı üzerinde önemli bir kuramsal

eleştiri niteliğindedir. Küreselleşmenin kuramsallaştırılmasında da çağdaş küreselliğin kökenleri ve sonuçları dikkate alınmaktadır. Giddens da (2004) küreselleşmeyi yansız bir süreç olarak anlatmakta, “dünyanın uzak yerlerini birbirine bağlayan toplumsal ilişkilerin yoğunlaşmasıyla kilometrelerce uzaktaki olayların yerel olayları, yerel olayların da kilometrelerce ötedeki olayları biçimlendirmesi” olarak ifade etmektedir.

Küreselleşme ekonomik, siyasal ve kültürel bütünleşme çabasını karşılıklı bağımlılıkla izah etmeye çalışırken, farklılıkların azaltılıp, ortak yönlerin artmasını kültürel homojenlikle gerçekleştirmeye çalışır. Bu çabada ulusal, etnik ve dini kimliklerin önemi kaybolur. Bununla birlikte küreselleşme kültürel bütünleşmeyle ulusal, etnik ve dini kimliklerin önemini ve bu kimlikleri taşıyanların onlara bağlılığını azaltmamıştır. Kùltürler değişmekte, kültürel kimlikler yeniden yorumlanmaktadır. Kültürel kimlikler kitlesel hareketlerin ve çatışmaların kaynağı olmayı sürdürmektedir. Ayrıca iletişim teknolojisinde meydana gelen ilerlemeler homojenleştirici etki yapmak yerine, insanların etnik, dini ve ulusal kimliklerinin bilincine varmaları ve bu kimliklerle özdeşleşmeleri sürecine hız kazandırmıştır (Baştürk,2005).

Robertson’a (1999) göre küreselleşme hem bütün dünyayı sıkıştırarak küçülten nesnel bir süreç hem de dünyanın bütününe ilişkin bilinci yoğunlaştırarak güçlendiren genel bir süreçtir. Küreselleşme bir yandan karşılıklı bağımlılığın artması, bir yandan da bu karşılıklı bağımlılığın farkında olunması anlamına gelmektedir; özü, küresel duruma ve dünyanın hepsinin yer aldığı bir meydan olduğuna ilişkin bireysel bilincin yükselmesi ve yaygınlaşmasıdır. Robertson, geçmişe duyulan siyasal özlemin; ulusal bütünleşmeye duyulan gereksinim ile “uluslar arası toplumun” küçülmesi sonucu ulusal kimliğin göreceleşmesi tehdidinin karışımından doğduğunu düşünür. Bu durumda yerel olan

evrenselleşir. Ulusal yerelliğin evrenselleştirilmesi, küreselleşme olarak kavramsallaştırılmaya başlanan küçülmenin bir bileşenidir.

Küreselleşmeyle birlikte ulusal kültür Hall'un (1998) söyleyişiyle erozyona uğramaya başlamaktadır. Bu döneme bakarken, ulus-devletin ve onunla bağlantılı ulusal kimliklerin erozyonunun önemini göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Ulus-devletin, ulusal ekonomilerin ve ulusal kültürel kimliklerin erozyonu çok karmaşıktır. Ulus-devlet elbette tarih sahnesinden silinmemiştir. Ancak küreselleşme ile birlikte kültürler yeni bir biçim almıştır. Küreselleşmenin temel savı olan aynılaştırma ya da homojenleştirme bir çok tartışmanın özünde Amerikanlaştırmadır. Hall da bu noktada küresel kültürü, kültürel üretimin modern araçlarının egemenliğinde bir yapı olarak yorumlar. Kültür; dilsel sınırları hızla ve kolayca geçilebilen, tüm dillerde anında konuşan görüntünün egemenliğindedir. Popüler hayatın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan katılan görsel ve grafik sanatların her türlü müdahalesinin egemenliğindedir. Televizyonun ve sinemanın, görüntünün, görselleşmenin ve de kitle reklamcılığının sunduğu tarzların egemenliğindedir. Küresel kültür, tüm bu kitle iletişim biçimlerinde kendini gösterir (Hall,1998: 47-48).

Küresel kültür birçok etkenle yayılabilmektedir. Bu etkenler içinde çok uluslu şirketler, uluslar arası politik organizasyonlar ve elbette bu organizasyon ve şirketlerin çalışmalarının duyurulması, göz önüne serilmesini sağlayan kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşması yer almaktadır. Bu durum küresel karşılıklı bağımlılığa yol açmaktadır. 1945'e kadar ulus-devletin egemenliğinden söz edilirken, bu dönemden sonra uluslar arası örgütlenmelerin artışıyla küresel karşılıklı bağımlılık biçimlerinin çok sayıda yeni boyutları ortaya çıkmıştır (Held,1995: 189-190)

III.2.1. Küresel Kültür Tartışmaları

Küresel kültür çeşitli modellerle tanımlanır. Bu modellerden biri Amerikanlaşma ya da diğer adıyla Mcdonaldlaşma'dır. Mcdonaldlaşma homojenleşmenin artışı ile karakterize olan bir dünyayı betimler. Bu türden ilk tartışmalar çoğunlukla Solda yer alan akademisyenler tarafından önerilmiş ve Amerikanlaşma eleştirisi öne çıkarılmıştır. Eleştiriler, kültürel emperyalizmi ve Birleşik Devletler kültürünün serbest piyasa ideolojileriyle birlikte dünyanın geri kalan kısmına nasıl ihraç edildiği üzerine odaklanmıştır. Disney çizgi filmlerindeki gibi Birleşik Devletler kaynaklı medya ve eğlence türlerine özel ilgi gösterilmiştir. Bu duruşun en son uyarlamaları, küresel kültürel tercihlerin ve idari sistemlerin yükselişi ile yerel farklılıkların nasıl aşındırıldığına işaret eder. Bunlar, ayırt edici olarak "Amerikan" değer sisteminden çok, genel, köksüz ve sürekli genişleyen kapitalist rasyonaliteye ve onların bağlantılı metaları ve teknolojilerine tabidirler (Smith,2005: 308-309). Burada bir Mcdünya kültüründen söz etmek mümkündür. Gelişen bir küresel kültür gerçekten vardır ve gerek kökenleri gerek içeriği açısından gerçekten Amerikan ağırlıklıdır (Berger,2003:10).

Küresel kültür özünde medyaya dayanır ve bu kültürü yönetenler esas olarak reklam, televizyon, sinema, pop müzik alanlarında ve kitle iletişim sanayisinin öbür dallarındaki yapımcılardır. Bu çok uluslu medya ve iletişim sanayileri popüler kültürü ve halkın zevklerini biçimlendirmede çok önemli rol oynamıştır. Büyük kentlerin birçoğunda insanlar evlerinde kablolu televizyon kanalını izleyebilmektedirler (Hsiao,2003:65). Tanımlanan bu kültür çok çeşitli şirketler örneğin Nike, Adidas, Mcdonalds, Disney, MTV tarafından yayılmaktadır. Her ne kadar bu şirketlerin denetimi elitlerin elindeyse de

popüler kültür dünyanın her yanında geniş kitleleri etkilemektedir. Bu etkinin kapsamını ve büyüklüğünü abartmak olanaksızdır (Berger,2003:15).

Ulus bilinci yaratmak amacıyla kullanılmaya başlayan iletişim teknolojileri, devletlerin ideoloji ve politikalarını ulusa aktarmak için kullanılan araçlar olmuştur. Ancak bu teknolojilerde yaşanan hızlı gelişme küreselleşmeyi de genişletmiştir. Teknik maliyetlerin düşmesi uzaklıkları sanal olarak kısaltmıştır. Ulus devletin zayıflamaya başladığı dönemde; başlangıçta devletin aracı olarak kullanılan iletişim teknolojileri, küreselleşmeyi tanımlayan araçlardan biri haline gelmiştir. İletişim teknolojisinde meydana gelen ilerlemeler homojenleştirici etki yapmak yerine, insanların etnik, dini ve ulusal kimliklerinin bilincine varmaları ve bu kimliklerle özdeşleşmeleri sürecine hız kazandırır (Akdemir, 2005).

Kültürel küreselleşmenin değişik kesimleri arasında hem elit, hem de halk düzeyinde hem gerilimler hem de yakınlaşmalar vardır. Hepsinin paylaştığı ortak bir tema varsa o da bireyleşmedir. Yükselen küresel kültürün bütün kesimleri, bireyin gelenek ve cemaat karşısındaki bağımsızlığını arttırır. Bireyleşme, kişilerin bu konudaki görüşlerinden bağımsız olarak, davranışlarında ve bilinçlerinde gözlenebilecek biçimde ortaya çıkan toplumsal ve psikolojik bir süreç olarak görülmektedir. Bir başka deyişle, ampirik bir olgu olarak bireyleşme bir ideoloji olarak bireysencilikten ayrıştırılmalıdır. Uzun zamandır kabul edildiği üzere modernleşme veri alınagelmiş gelenek ve cemaat otoritesini sarsmakta, dolayısıyla da ister istemez bireyi daha çok kendine güvenir hale getirmektedir (Berger,2003:17).

1999'da Amerikan Emperyalizmini protesto eden gençlerin Coca Cola içtiğini belirtip, hegemonyayı internet mesajlarıyla protesto edenleri örnek veren Yan; farklı kültürel geçmişleri bulunan insanların küresel bir kültürden gerçekten zevk almasının ve

onu benimsemesinin, aynı zamanda da milliyetçi olmasının mümkün olduğunu söyler (Yan:2003:28).

Sonuç olarak bir yandan küresel ölçekte karşılıklı bağımlılık artarken bir yandan da bu karşılıklı bağımlılığın farkındalığı söz konusudur. Küresel duruma ve dünyanın hepimizin yer aldığı bir meydan olduğuna ilişkin bireysel bilincin yükselmesi ve yaygınlaşmasıdır (Hsiao,2003:57).

Küreselleşme yerel farklılığın ve çeşitliliğin artmasını, yerel heterojenleşmenin yükselişini de beraberinde getirmektedir. Uygarlıkların, bölgelerin, ulus-devletlerin, devletlerin içindeki halkların, devlet sınırlarını aşan halkların ve yerli halkların kendi tarihlerini, kimliklerini ve geleneklerini yeniden kurmaya ya da yeniden edinmeye itildiği ya da özendirildiği küresel bir eğilimin gelişiminden söz etmek de tam olarak bir çelişki değildir. Dolayısıyla küresellik ve yerellik arasındaki pazarlığın kültürel özgünlüğün yaratılmasıyla ya da bulunmasıyla sonuçlandığını keşfetmek olasıdır. Bu anlamda yerel tepkilerin asıl önemi, küreselleşmenin nasıl bir sona ulaştığında, küreselleşmenin asıl önemi de yerel kültürlerin sonunda nasıl bir dönüşüme uğradığındadır (Hsiao,2003:57).

Küreselleşme, etkilediği yerlerdeki bireylerin çoğu için günlük yaşamı sürdürme biçimine farklı seçenekler getirmekte, anlamlandırmanın ve yorumlamanın bağlamını değiştirmektedir. Kısacası, küreselleşme hem günlük yaşamı sürdürme hem de yaşamın anlamını yorumlama biçimlerinde değişiklikleri içermektedir. Berger (2003) küreselleşme güçleri ile yerli kültür arasındaki kesişmenin sonuçlarına ilişkin olarak dört olasılıklı bir tipoloji de getirmektedir.

- Yerel kültürün yerine küresel kültürün geçmesi

- Küresel ve yerel kültürlerin önemli ölçüde birleşme göstermeden bir arada var olması
- Evrensel küresel kültür ile özgül yerli kültür arasında sentez oluşturulması
- Güçlü yerel tepkiyle küresel kültürün reddedilmesi

Yaşam tarzlarının ve popüler kültürün Amerikanlaşmasında ve Avrupalılaşmasına paralel olarak burada bir de kültürel yerelleşme ve yerlileşme ortaya çıkmış, geleneksel mutfaklar fast-food mantığında sergilenmiş, yerel kültür ve geleneksel yaşam tarzı öğeleri küresel kültür etkisi altında yeniden yaratılmıştır. Bu durumlar küreselleşmeye verilen yerel yanıt olarak görülebilir (Hsiao,2003:66).

Küresel kitle kültürü farklılıkları özümseyerek daha büyük, her şeyi kapsayan ve aslında Amerikan tarzı bir anlayışı olan çerçevenin içine yerleştirmek istemektedir. Yani, sürekli daha fazla yoğunlaşan kültür ve diğer sermaye biçimlerinde yer edinmiştir. Ama artık, ancak yerel sermayeler aracılığıyla, diğer siyasal ve ekonomik seçkinlerin yanında ve onlarla işbirliği içinde hüküm sürebileceği anlamış olan bir sermaye biçimidir. Onları silip atmaya kalkışmaz; onların aracılığıyla işler (Hall,1998).

Bu bağlamda bir yandan birbirine yaklaşan kültürlerin varlığından bir yandan da geçmişte geleneksel olarak adlandırılan kültürün yeni bir yaklaşımla değerlendirilerek yerel olarak ortaya çıkışından söz etmek mümkündür. Bölümün başında da değinildiği gibi modernite tartışmalarının yapıldığı dönemde ulusal kültür olarak da adlandırılan “Modern Kültür” ile “Geleneksel Kültür” karşılaştırılması yapılırken artık “Küresel Kültür”ün karşısında yükselen “Yerel Kültür”den söz etmek mümkündür.

III.2.2. Kültürel Bağlamda Küresel –Yerel ilişkisi

Küresel etkilerin ulusların içine sızması sonucunda yerel kültür biçimlerinin canlanması da olanaklıdır. Küreselleşme zamanımızın hakim gücü olabilir; fakat bu, yerelliğin önemi olmadığı anlamına gelmez. Yeni bilgi ve iletişim ağları yerellikten uzaklaşma gibi görünse de yer ve kültürün özgünlüğü terk edilemez, mutlak olarak aşılabilir. Küreselleşme aslında, “yerelleşme” dinamikleriyle bağlantılıdır. Bu durum, yeni bir yerel – küresel bağlantısının, yerel uzamla küresel uzam arasında yeni ve karmaşık ilişkilerin oluşumudur. Küreselleşme, bir bulmacanın parçalarını bir araya getirmek gibidir: Yeni küresel sisteme birçok yerelliği birden yerleştirmek demektir (Morley ve Robins,1997:162).

Yerele dönüş, genellikle küresele bir tepkidir. Ortaya çıkan yeni özneler, yeni toplumsal cinsiyetler, yeni etniklikler, yeni bölgeler, yeni cemaatler, bazen çok marjinal yollarla da olsa mücadele ederek kendi adlarına konuşma imkanı elde etmişlerdir (Hall,1995). Artık kültürel alanda yerellik önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bu kültürel yerellik, insan yaşamlarının ve kimliklerinin zaman ve uzama kaydedilmesi duygusunu daha derinden yansıtır. Yersınırları dahilinde yaşam tarihlerinin gömülü olması ve kimlik ve topluluğun sürekliliklerinin yerel bellek ve miras aracılığıyla olması, gittikçe artan bir ilgi uyandırmaktadır (Morley ve Robins,1997:161)

Bir zamanlar ulusal alanda önemli olan gelenekselliğin günümüzdeki anlamı “yerellik”le küreselleşme bağlamında şekillenmektedir. Fakat bu anlamıyla “yerellik” belirli bir bölgesel biçimlenme anlamı içermez. Yerel-küresel bağlantısı, ticari şirket stratejilerindeki küreselleştirici dinamiklerle özgünleştirici dinamikler arasındaki ilişkiyi

ifade etmektedir. Ve yerellik küresel kültürle ilişkisi itibariyle daha akışkan ve dağılmıştır. Yerel kültür- Küresel Kültür bağlantısı, yerel kültürler için bir devrim niteliğindedir. Ulusal kültürlerin eski ve katı egemenliğinin yerel ve bölgesel kültürler tarafından aşındırıldığını ileri sürenler vardır (Morley ve Robins,1997). Yerel kültür ve kimliklerin algılanan ve hissedilen hayatiyetini küçümsemek önemlidir. Fakat, bunların önemi, ancak daha geniş ve kapsamlı bir çerçevede anlaşılabilir. Yerel kültürler, doğmakta olan bir “dünya kültürünün” ve yeniden canlanan ulusal ve milliyetçi kültürlerin gölgesi altında kalmaktadır.

Hall’a göre küresel-yerel ilişkisi “yerleşmemek, yeniden başlamak, melezleşmek, değişik parçaları bir araya getirmektir; gelenekle olan bağlantısı, dönüşüme uğramış haldedir, öyle ki bugünün kategorileriyle geçmişi yeniden yaşamak ve ona dönebilmek mümkün olmaz. Giddens (2004) ise küreselleşmenin çekirdeğini ilişkilerin zaman ve mekan boyunca esnemesinde görür. Bu noktada insanların hayatlarını “gerçek” yerelliklerde yaşamaya son vermemektedir. Bu nedenle kültürel deneyim açısından önemli olan, toplumsal ilişkilerin bu şekilde esnemesinin, içinde alıştığımız biçimde yaşadığımız yerelliklerin özelliklerini nasıl etkilediğidir. Giddens bu dönüşümü, modern yerleri giderek “düşselleşmekte olan yerler olarak betimleyerek ele alır.

Giddens (2004), yerel bağlamlardaki günlük deneyimlerimiz sırasında bir aşinalık duygusu taşıdığımızı; ancak bu aşinalığın artık “yerelleşmiş olan yerin kendine has özelliklerinden” kaynaklanmadığını savunur. İnsanlar yerelliklerinde kendilerini hala evlerinde hissedebilirler; fakat bu “düşsel” yerlerin aşına özelliklerinin çoğunlukla sadece o mahallenin “organik gelişiminin bir parçası”, o mahalle has, biricik özellikler değil, uzaklaşmış güçler tarafından o yere yerleştirilmiş olduğunun bir ölçüde farkındadır.

Yerelleşme ile ortak renkler taşıyan bir başka tepki olan “Melezleşme” ise yabancı ve yerli kültür öğelerinin bilinçli bir sentezini yaratma çabasıdır (Berger,2003:20). Bu durum “Glokalizasyon” (küreyerelleşme) olarak tanımlanmaktadır. Küresel sistem içinde ağa bağlanan her şey hem küresel hem de yerel olmak zorundadır. Küresel kültür arayışının amacı tek bir imge pazarının yaratılmasıdır. Büyük tecim bloklarının kurulmaya başlamasından sonra, iletişim grupları ve evrensel ya da bölgesel zincirler “evrensel köyü” kovmaya girişirler (Mattelard,2001:99-112). Tomlison’un (2004) melezleşme söylemine göre, Batı’nın gerilemesine yeni bölgesel güçlerin yükselişi eşlik etmekte ve eski (Batı) Avrupa emperyal kudreti dünyası olayların öngörülemez, ayrımsız, anlık ve felaketi olabildiği merkezlesmiş küresel kapitalizm tarafından alt edilmektedir. Tomlison bu süreci yersiz-yurtsuzlaşma olarak tanımlar. Küreselleşmiş kültürün melezleşmiş kültür olduğu düşüncesi, yersiz-yurtsuzlaşma kavramının hemen ardından gelir. Küreselleşme sürecinin getirdiği, kültürler arası gittikçe yoğunlaşan trafik, kültürle yer arasındaki bağın çözülmesiyle beraber, yerinden çıkarılmış bu kültürel pratiklerin birbirine karışarak yeni, karmaşık, melez kültür biçimleri üretir. Melezlik düşüncesinin temel unsuru basitçe “karışım”dır; yani bir araya gelme, birleşme, birbirine geçme, küresel moderliğin ürettiği göç süreçlerinin yüzeyde anlamı açıktır ve herhangi bir olağanüstülüğü yoktur – melezlik kültürler arasında artan trafiğin sonucunda dünyanın farklı yerlerindeki kültürlerin birbirine karışmasıdır (Tomlison,2004:193/ 195). Fakat kültürün yerle bağları hiçbir zaman tam anlamıyla koparılamaz; yaşam dünyamızın fiziksel durumu olan yerelliğin üzerimizdeki etkileri de devam eder. Bu nedenle yersiz-yurtsuzlaşma sonuç olarak yerelliğin sonu değil, yerelliğin çok daha karmaşık bir kültürel mekana dönüşümü anlamına gelmektedir.

III.3. Türkiye’de Kültürel Dönüşüm: Dönemsel Bir Bakış

Türkiye’de kültürel dönüşüm süreci üzerine yapılan değerlendirmeler, modern ulus-devlet anlayışı çerçevesinde biçimlenmiştir. Cumhuriyetle birlikte benimsenen modern ulus-devlet, Batı toplumlarının geldiği son aşamayı temsil etmektedir. On dokuzuncu yüzyıldan itibaren Batı gelişme çizgisi tüm toplumların ulaşacağı ya da ulaşmak zorunda olduğu bir amaç olarak tanımlanmıştır. Batı’nın dünya üzerindeki yeni konumu ise öncelikle bir uygarlık seviyesi sorunu olarak görülmektedir. Uygarlığın ölçütü akıl, bilim ve teknik olarak kabul edilmektedir. Görece yüksüz gibi görünen bu kavramlar dünyanın Batı tarafından uygarlaştırılacağı varsayımına destek olmaktadır. Bu nedenle belli güç ve egemenlik ilişkilerine de tekabül etmektedir. Bunun en açık kanıtı ise uygarlık seviyesine göre yapılmaya çalışılan toplum tasnifleridir. Örneğin imparatorluklar zamanını doldurmuş, çağ dışı kalmış, millet aşamasına gelmemiş topluluklar olarak kabul edilmektedir (Gökalp,1963:56-57-58). Uygarlığın ölçütü olarak kabul edilen akıl, bilim ve teknik aracılığıyla toplum farklılıklarının aşılabileceği ve uygarlığın evrenselleşeceği varsayılmaktadır (Sezer, 1985: 126-127). Bu varsayımlara dayalı olarak Batılı olmayan toplumlara Batı uygarlığına katılma yolları önerilmektedir. Ancak daha başlangıç itibariyle modernleşme süreci farklılıkları karşımıza çıkmaktadır.

Batılı olmayan toplumların modernleşme, ülkenin kendi iç dinamikleriyle değil, devlet tarafından başlatılan bir değişim sürecidir. Devletin, doğal olarak da yöneticilerin yani liderlerin, aydınların, ordunun ve bürokratların oluşturduğu seçkinler zümresinin modernleşmede yol göstericilik misyonları söz konusudur. Ulus-devlet Batı için öncelikle pazarların birleştirilmesi ve sömürgelerin paylaşılması olgularıyla yakından ilişkiliyken Batılı olmayan toplumlar için Batı uygarlığına katılmanın bir yolu olarak biçimlenmiştir. Bu nedenle siyasal seçkinler tarafından öncelikle politik bir tercih olarak benimsenmiştir.

Milliyetçilik akımları da Batı'da ve Batılı olmayan toplumlarda farklı anlamlar kazanacaktır. Dünyada farklı ulusların bulunuşu özde ulusların eşitliği düşüncesine dayanmaktadır. Fakat bu eşitlik düşüncesi Batı'nın dünya egemenliğine ve biricikliğine karşı bir tehdit olarak da düşünülebilir. Bu noktada karşımıza kültür kavramı çıkmaktadır (Elias,2000). Kültür kavramı öncelikle toplum farklılıklarına vurgu yapmaktadır. Batı kültürel farklılıklar zemininde hem kendi tekliğini ve biricikliğini korurken hem de evrensel (yayılmacı) uygarlık temsilcisi olarak varlığını sürdürebilmektedir. Batılı olmayan toplumlarda ise modernleştirici devlet, geleneklerine bağlı bir toplumla karşı karşıyadır. Kültür, modernleşme yolunda topluma kendi kimliğini koruyarak Batı uygarlığına katılma olanağı vermektedir. Çünkü modernlik geleneksel olan yerine ulusal kültürü evrensel yapıya uygun kılmak anlamını taşımaktadır (Çetin:2003).

Türkiye'de Osmanlı'dan Cumhuriyete geçiş süreci benzer bir çerçevede yorumlanabilir. Osmanlı'dan kopuş Doğu uygarlığından kopuşla eş anlamlı düşünülmekte, kültür ise Osmanlı öncesi Türk tarihinden gelen kimlik özelliklerinin yeniden ihyası anlamına gelmektedir. Osmanlı'nın son dönemlerinde yaygınlık kazanan Türkçülük akımı önce devleti kurtaracak politik bir yol olarak önerilirken Cumhuriyet'in kuruluşu ile birlikte Türk toplumunu yön veren ve kimliğini tanımlayan toplumsal bir değişim projesi olarak düşünülmüştür. Türkçülük kültür temelli bir söylemdir ve Türk toplumunun Batı uygarlığına katılma istencini ifade eden politikalarda somutlaşmıştır. Türk toplumu için Osmanlı imparatorluğundan kopuş "Ümmet aşamasından millet aşamasına geçiş" olarak tanımlanmakta, dil ve kültür birliği ise hem kimliğin korunması hem de Batı uygarlığına katılma gereksinimine yanıt vermektedir.

Cumhuriyetin kuruluşuyla birlikte yeni rejim kültür temelli modern ulus-devlet modelini benimsemiş, toplumsal dönüşümü sağlayan devrimler de bu bağlamda

şekillenmiştir. Türkiye cumhuriyeti vatandaşlığı ortak bir kültür içinde edinilmiş, ortak bir terbiyeyle kazanılacaktır. Özellikle Müslüman kökenli nüfus kendini Türk kabul edecek, Türklük ülküsü için çalışarak vatandaş sıfatını kazanacaktır (Gökalp,1963).

Türkiye’de Cumhuriyetin ilanından sonra yapılan modernleşme hareketleri Türk toplumun radikal bir şekilde laikleşmesini sağlamıştır. Çünkü Türkçülük bağlamında şekillenen ulusal kültür kodları, dinsel olandan ayırıştırma esasına dayanmaktadır. Türk kültürünü Orta Asya’ya bağlama çabaları da İslam’ın kültürel etkilerinin zayıflatılması uygulamalarıyla da örtüşmüştür. Türk kültürünün ulus-devlet içerisinde yeniden kurgulanması Batı uygarlığına uygunluğu ve uyarlanabilirliği ölçüsünde destek görmüş; yeme-içme biçimlerinden giyim kuşama kadar tüm sembolik kültürel görünüm benzer bağlamlarda düşünülmüştür. Türk toplumunun Batı uygarlığına katılma süreci “kültür değişmesi” kavramı ile de ifade edilmektedir. (Turhan,1951) Modernleşme politikalarının sonuçları özellikle kendisini kültürel düzlemde göstermeye başlamıştır. Batı uygarlığıyla uyuşmadığı varsayılan İslami kültür öğelerinin meşruluk talepleri 1950’li yıllarda yaygınlık kazanmıştır. II. Dünya Savaşı’nın ardından çok partili yaşama geçişle birlikte ortaya çıkan liberal yönelimler bu eğilimleri güçlendirmiştir. Küreselleşmenin kültür kavramına getirdiği yeni olanaklarla birlikte Türk kültürünün hangi öğelerinin modernlikle uyuşabileceği sorunu yeni boyutlar kazanmıştır.

Küreselleşme Türkiye’de modern toplum projesinin bir devamı niteliğinde düşünülmektedir. Batı gelişme çizgisinin en son aşaması olarak görülen küreselleşme sürecinde Türk toplumunun yeri de benzer bir eksen de açıklanmaya çalışılmaktadır. Daha önce benimsenmiş olan evrensel/ ulusal ayrımı yerini küresel/yerel ayrımına bırakmış gibidir. Ancak ayrımları belirginleştiren kültür öğelerinin hangisinin geçerlilik kazanacağı ve Batı’yla bütünleşmede hangisine öncelik tanınacağı konusunda farklılaşma söz

konusudur. Örneğin benimsenen yerel kültür anlayışında kültürel zemin, ortak kültür ve terbiyeden farklı etnik yapı ve dinsel motiflerin meşruiyet kazanma çabasına dönmüştür. Bu noktada ulus-devletin başta kültür politikaları olmak üzere modernliği içselleştirme ve yaygınlaştırma biçimi eleştirilmektedir (Sarıbay,1995, Göle,1998:57). Başlangıçta modernliğe ve Batı'ya uyumsuzlukları ile tanımlanan dinsel mezhepler ve siyasal akımlar da yerel kültür zeminindeki açıklamaları benimsemişlerdir. Modern ulus-devlet için tehdit olarak kabul edilen kültürel görünüm “melezlik” adı altında modernlik ve Batı ile uyumu ve uyumsuzluğu bağlamında yeniden yorumlanmaktadır (Göle,2000). Özellikle dinsel öğelerin “yerel” kültür ögesi olarak küresel olanla eklemlenme biçimi İslam ve Batı uygarlığının uzlaşabileceği inancı ile de bütünleşmektedir.

Batı'yla uyumun bir aracı olarak kültürel küreselleşme, hem Batılı değerlerin ve kültür kalıplarının evrenselleşmesini, hem de yerel değerlerin ve geleneklerin yeniden canlanması olarak da yorumlanmaktadır (Keyman ve Özbudun,2003:308). Bu süreç Türkiye’de gözlemlenebilmektedir. Kitle iletişim araçlarının etkisiyle Batı değerleriyle tanışan, dilde çeşitli değişimlere tanık olan, ekonomisi dış kaynaklar tarafından karşılanan Türk Toplumunu kültürel küreselleşmenin etkisi altına girmiştir. Türkiye’de popüler kültür ve tüketim kalıpları da bu etkilerin altında kalmıştır. Bu değişimler birbiriyle bağlantılı iki eğilim doğurmuştur; kimlik tanımlarımıza, yaşam tarzı tercihlerimize ve tüketim kalıplarımıza yansıyan eğilimlerden biri olan değerlerin post-modernleşmesi, diğeri de yerel olanın küreselleşmesidir (Keyman ve Özbudun,2003:325).

Bütün bu değişimler çeşitli kültürel göstergeler üzerinden izlenebilir. Araştırmanın bundan sonraki bölümünde bu kültürel göstergelerin tanımları ve küresel-yerel bağlamında farklılıkları ele alınacaktır.

III.4 Küresel ve Yerel Kültüre İlişkin Göstergeler

Küresel ve yerel kültüre ilişkin göstergeler için dört ana boyut belirlenmiştir. Bu dört ana boyut mekan, tüketim alışkanlıkları, kullanılan dil ve insan ilişkileridir. Dört ana boyutun küresel ve yerel kültür özelliklerini yansıtır biçimleri birbirlerinden farklıdır.

III.4.1. Mekan

Geleneksel kültürlerde üretim biçimlerinin tarıma dayalı olması kırsalda yaşamayı gerektirmiş, geniş ailelerin bir arada yaşamaları tek katlı ve büyük yapıları gerekli kılmıştır. Aile bireylerinin aynı mekanı paylaşması, iç mekanın toplu halde yaşamaya uygun şekillendirilmesine yol açmıştır. Geleneksel kültür daha önce de belirtildiği gibi rutindir ve geçmişten gelene uyum gösterme alışkanlığındadır. Bu durumda alışveriş alışkanlıklarının da geleneksel mekanlarda sürdürülmesi kaçınılmazdır. Modernleşmeyle birlikte giderek çekirdek aile yaşam biçiminin ön plana çıkması yeni mekan seçimlerinin doğmasına neden olmuştur. Modernizmle birlikte ortaya çıkan mekanlar kentsel mekanlardır. Kentsel mekanlar özellikle Türkiye için apartman yaşamına geçişle tanımlanabilmektedir. Bu nedenle Kentsel mekanlarda apartmanların varlığından söz etmek mümkündür. Yerelliğin göz ardı edildiği kentsel mekana toplumsal olarak gereksinim duyulur ve gereksinim duyulan bu olgu geçmişten farklılaşarak yeni bir ortamda yeniden yaşam bulur. Bu durumda kent mekanı yapı içinde yeniden tanımlanır ve kamuya başka bir kanaldan hizmet vermeye devam eder. Geleneksel alışveriş merkezlerinin, istenilen her ürünün bulunabileceği ve tüketici taleplerine uygun fiyatların yer aldığı çağdaş alışveriş merkezlerine dönüşmesi kamuya bir başka kanaldan hizmete

örnek olarak gösterilebilir. Yerel mekanlar olarak adlandırılacak kırsal tipi evlerin yerini apartman daireleri ya da kent dışında kurulan modern siteler alırken, geleneksel mekanlardan sayılabilecek bakkalların, küçük esnafın yerini büyük alışveriş merkezleri ve plazalar almaya başlamıştır. Bu durum mekanda yerelliğin yerini küreselliğe bıraktığını göstermektedir.

Auge'a göre, çağdaş alışveriş merkezi, içinde "yokyer" ya da "yok-mekan" oluşturulan bir yapıdır "Yer", kent mekanında kullanıcı tarafından deneyimlenen her türlü etkinliği barındırır. Kamusal belleğin oluşumuna katkısı bulunan "yer" hissi, alışveriş merkezinde ortadan kalkar. "Yer", bünyesinde fiziksel ve kronolojik ilişkiler, tarihsel süreklilik, anlam ve ait olma hissi barındırır, "yer"-sizlik ise anlamın kaybı demektir. "Yer"-sizliğin kökleri, standartlaşmış ve otantik olmaktan uzak ortamların yaratıcısı olan küreselleşmede yatar ve monoton, homojen, sıkıcı, her yerde olan, standardize edilmiş, otantik olmayan, sonradan icat edilmiş, plastik, yapay, steril gibi tanımlarda karşılığını bulur. "Yer" olmayan mekanlar, "yer"i tanımlayan çeşitlilik, sürprizli olma, belirsizlik, yaşanabilirlik gibi karakteristiklerden yoksundur(akt.Tomlison:2004). Bu mekanlarda anı biriktiremez ve tarihselleştirilmesi olanaksızdır. Auge'a göre bu tür bir mekanda bulunmak belirli bir amaca yöneliktir ve alışveriş merkezinde temel amaç daha fazla satmaktır. Daha fazla satış için yeni mekanlar yaratma çabası ekonomik küreselleşmenin bir sonucudur.

Medyada yansıyan haber ve programlar, gazete ve dergi yazıları bir anlamda yeni mekanların tanıtılması ve kabul görmesinin sağlanması açısından önem taşımaktadır. Günümüzde gazete ve dergilerin "nereye gidilir", "hangi mekanda hangi yemek yenir" başlıklı yazıları, televizyon ve radyolarda sunulan gezi, yemek ve dekorasyon programları izler-kitleye yeni mekan seçeneklerini aktarabilmektedir. Giddens'ın(2004) yaklaşımıyla

artık “orada” olan “burada”dır. Toplumların mekanları da birbirlerinden etkilenecek yeni biçimler kazanmaktadır. Mekanı yapılandıran yalnızca görünürde olup bitenler değildir, satın alınan mal ve hizmetlerden yola çıkarak ekonomik boyutuyla da ilgilidir. Yerel alışkanlık ve deneyimler, iletişim teknolojilerinin de yardımıyla değişebilmektedir. Bugün Türkiye’de üstelik üç büyük şehir dışında Anadolu’da kurulan bir mobilya fabrikası İtalyan mobilya şirketiyle ortak üretim yapabilmekte ve bu ortak üretim sonucunda Türk insanına İtalyan- Türk beğenisi karışımı yeni ürünler sunabilmektedir.

Tüketim ve yaşam alışkanlıkları çerçevesinde şekillenen mekan, medya aracılığıyla daha büyük kitlelerin beğenisine sunulabilmektedir. Medyada görülen ev tipleri, mobilya modelleri, alışveriş seçenekleri daha çok insan tarafından tercih edilebilmektedir. Evler, evlerin iç dekorasyonları, kullanılan her türlü aksesuar giderek birbirine benzeyebilmekte ve bu da kitle iletişim araçlarının sunduğu görüntüler ve önerileri sonucunda olabilmektedir.

III.4.2. Dil

Dil yalnızca iletişim aracı değildir. Dil aracılığıyla düşünce üretilir. Dildeki değişimler düşüncedeki değişime de etkilidir. Konfüçyus’tan bu yana dilde ortaya çıkan değişimlerin ve kaybolan sözcüklerin giderek toplumsal değişim ve kültürel kayboluşa dönüşeceği yolunda görüşler vardır. Bir toplumun dili, o toplumun kültürünün en önemli göstergelerinden biridir. Bu nedenle ulusların ya da toplumların dillerindeki değişimler o ulus ya da toplumun değişimi sürecini de gösterecektir.

Bağımsız ulus-devletler dönemi başladığında dilin önemi ortaya çıkmıştır. Bir ulusun varlığını kanıtlayabilmesi, sürdürebilmesi ve ideolojilerini ulusun bireylerine

aktarabilmek için ortak bir dil gerekmektedir. Anderson'a (2004) göre Batı'da halk dillerinin yaygınlaşması, ulusal bilincin gelişmesine katkıda bulunan üç dışsal etkenle gerçekleşmiştir. İki Latince'nin kendi içindeki değişimdir. Ulus-devletlerin varlığı arttıkça kilise, halk üzerindeki etkisini kaybetmiş ve Ortaçağcı dil yapısıyla giderek kitlelerden uzaklaşmıştır. Anderson dildeki değişim üzerine ikinci etkiyi kapitalist yayıncılığın başarısına bağlar. Ulusal yayın dilinin gelişmesiyle ortak dilin etkisi artmıştır. 14. yüzyıldan başlayarak giderek küçülen Avrupa dünyasında zaman ve mekanın da küçüldüğünü, bu küçülmeye birlikte dillerin giderek ulusal hale geldiğini söyler. Dillerin ulusal hale gelmesiyle ulusal yayın dillerinden söz etmek mümkün olmuştur. Üçüncü ve son değerlendirmesinde Anderson Avrupa'da monarşinin etkinliğini yitirmesini örnek olarak gösterir. Devlet yönetiminin ve bunun doğal bir uzantısı olarak politikanın monarşiden özgürleşmesi, monarkın bağlı olduğu kilisenin dilini yani Latince'yi ikinci plana atmıştır. Batı Avrupa'da ulus-devlet kendi dilini geçer olarak kabul etmeye başlamıştır.

Dil ulus-devlette ulusu birbirine bağlayan hatta ulus olması için gereken unsurlardan biri olarak kabul edilir. Ulus-devlet tanımı içinde ortak tarih, ortak kültür ve ortak bilincin yanında ortak bir dile sahip olunması gerektiği vurgulanır.

Anderson'ın önemseydiği değişim etkilerinden biri olan yayın dilleri, üç farklı yoldan ulusal bilincin temellerini atmıştır.

“Bunlardan birincisi ve en önemlisi, Latince'nin altında ama konuşulan halk dillerinin üzerinde bir düzeyde, birleşik bir mübadele ve iletişim alanı yaratmak oldu. Konuşurken birbirlerini anlamakta güçlük çeken ve hatta kimi zaman tamamen başarısız kalan, devasa sayıdaki Fransızcalar, İngilizceler, İspanyolcalar'dan birini bilenler, artık birbirleriyle baskı ve kağıt aracılığıyla anlaşabiliyorlardı. Bu süreçte bir yandan kendi dil alanları içinde yer alan yüz binler ya da milyonlarca insanın farkına varırken, aynı zamanda yalnızca o yüz binler ya da milyonların kendileriyle aynı alana ait olduğunun da farkına vardılar. Yayın aracılığıyla

bağlı oldukları bu okur-yoldaşlar, kendi dünyevi, tikel ve görünür görünmezlikleriyle ulusal olarak hayal edilen cemaatlerin nüvelerini biçimlendirdiler. İkinci olarak kapitalist yayıncılık dile yeni bir sabitlik kazandırdı. Bu sabitlik, uzun vadede , öznel millet kavramları için son derece merkezi bir rol oynayan kadimlik fikrinin inşa edilmesine katkıda bulundu.(...) Üçüncü olarak kapitalist yayıncılık eski idari halk dillerinden farklı bir iktidar dili yarattı. İster istemez bazı lehçeler yayın diline daha yakındı ve bu lehçeler yayın dilinin alacağı nihai biçim üzerinde egemenlik kuruyorlardı (Anderson,2004: 61).

Anderson'ın da vurguladığı gibi yayın dilleri, standart devlet dillerinin yaratılması ve pekiştirilmesinde etkili olmuştur. Ulusal dilin kendini dayatmaya başladığı bu dönemden sonra ders kitaplarının ve gazetelerin ulusal dilde yazıldığı ya da bu dilin resmi amaçlarla kullanıldığı an, ulusal evrimde yaşamsal bir adımdır. Hobsbawn (2003b) 1830'larda Avrupa'nın büyük bir kesiminde bu adımın atıldığını söylerken; astronomi, kimya, antropoloji, mineral bilimi ve botanik üzerine ilk büyük Çekçe kitaplar bu on yılda yazıldığını, Romanya'da, o zamana dek kullanılmakta olan güncel Yunanca'nın yerine Romence yazılmış okul kitapları konduğunu örnek verir. Ulusallığın ölçütlerinden biri olan dilsel milliyetçilik; konuşan değil, okuyup yazan kitleler yaratmıştır. Yazılı diller de ülke ve kurumlarla yakından ilişkilidir.

Hobsbawn (2003b) televizyona gelene kadar, devletlerin; okullar ve eğitim aracılığıyla ulusal vatanseverliği, dili, milliyetçiliği birincil koşullar olarak sunduklarına dikkat çeker. Televizyonların insanların oturma odalarına girmesi ve izler-kitle sayısının artmasıyla birlikte dilin ortak kullanımı televizyonlar aracılığıyla sağlanır hale gelmiştir.

Ulus-devletin etkileri giderek zayıfladığı küresel dünyada diller de aynı etkiler altında kalmaktadır. Batı Avrupa ve Kuzey Amerika merkezli televizyonlar dünyanın her tarafında uydu yayınları aracılığıyla seyredilebilmektedir. Aynı şekilde bu televizyon kanallarının ürettiği diziler ve diğer programlar uyarlanarak farklı ülkelerin televizyonlarında yer alabilmektedir. Dil, Batı'nın ya da Kuzey Amerika'nın dili olarak

dünyanın her yanına yayılabilmektedir. Teknolojik gelişmeler kendi terminolojisini de beraberinde getirmekte, ulusal dillerin içine yeni sözcükler girmekte, dilbilimcilerin deyimiyle bazı sözcükler ölmektedir.

Türkiye’de de birçok alanda yabancı sözcüklerin varlığından söz etmek mümkündür. Türk Dil Kurumu’nun 2005 yılı çalışma raporuna göre Türkiye’de iş yeri adlarında, radyo ve televizyon kanal adlarında, gazetelerde ve daha birçok alanda Türkçe’nin dışında sözcükler görmek mümkündür. Bu durum dilin küresel etkiler altında kaldığının bir göstergesi sayılabilmektedir.

III.4.3. Tüketim Alışkanlıkları

Yüzyılın tüketim alışkanlıklarının ana teması metalar ve bu metaların pazarlandığı alanlardır. Kültür yüzyüze ilişkiler içinde biçimlenir olmaktan çıkıp, pazar içinde gerçekleşir hale gelmiştir. Kültürel üretim de tıpkı metalar gibi pazarlanmakta ve hatta çok uluslu şirketlerin eline geçmektedir. Tüketicilerin tükettikleri nesnelere anlamlandırmaları, pazarın standartlarıyla sınırlı hale gelmiştir (Özbudun,2003:273).

Küresel tüketim kültürü Batı modeli “ulus-devlet”in yarattığı imkanlar üzerinden yayılmakta ve egemen hale gelmektedir. Dünya müziği, dünya mutfağı, moda giysiler, beğenilmesi için öne sürülen spor dalları piyasa ürününe dönüştürülmektedir. Çok uluslu markalar “tüketim toplumu”nun simgeleri olarak tüm dünyayı “türdeş bir tüketim kültürü altında birleştirmektedir. Giddens’in “Elimizden Kaçan Dünya” (2000) adlı çalışmasında da belirttiği gibi yerli kabilelerde bile belli markaların, belli TV dizilerinin biliniyor ve tanınıyor olması, tüketimine yönelik eğilimlerin varlığının artması küresel kültürün etkisinin örneklerinden biridir.

Dünya ölçeğinde standartlaştırılmış kültür ürünleri yaratılması önemli bir strateji olmakla birlikte, küresel kültür dünyanın her tarafından topladığı verileri yine dünya piyasasına sunmaktadır: dünya müziği ve turizm; budunsal sanatlar, moda ve mutfak; Üçüncü Dünya edebiyat ve sineması. Yerel ve egzotik olan şeyler ait oldukları yerden sökülüp koparılarak dünya piyasası için yeniden ambalajlanır. Bu sözde dünya kültürü, farklılık ve özgünlüğe verilen yeni bir değer olabilir, fakat aynı zamanda oldukça da önemli bir kar unsurudur (Morley ve Robins:1997:157). Dünya piyasası edebiyattan sinemaya, mutfaktan giyim-kuşama kadar pek çok alanda yeni sayılan ancak yerel özellikler taşıyan ürünlerle tanıştırılmaktadır. Bütün bu unsurların sağladığı olanaklarla kültürler bir yandan birbirlerine yakınlaştırılmakta, dünyanın en uzak köşesindeki kültürlerde bile Batı'nın ya da Amerikan yaşam tarzının özellikleri bilinmekte ve uygulanmaktadır.

Alışverişlerde artık büyük alışveriş merkezlerinden yararlanılmakta, pompalanan meta fetişizmi varlığını sürdürmekte; bu da tüketici hareketliliğini arttırmaktadır. Artık herkesin kullandığı "jean, tişört, eşofman" tercih edilmekte, televizyonun kitlesel hale gelmesiyle birlikte giyim tarzları da her ülkede türdeş hale gelmektedir. Markalaşma, homojenleşmenin bir unsuru olan giyim stilini de doğurmuştur. Yerel giyim tarzları yavaş yavaş terk edilmektedir. Tüketim temelli küresel kültürün tüketim ürünlerinin pek çoğu çok uluslu şirketler tarafından üretilmektedir. Bu şirketlerin merkezleri genelde Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki gelişmiş ülkelere yerleşmiştir. Tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşmasında temel rolü oynayan teknolojinin de gelişmiş ABD'den üretiliyor olması bu kültürün içeriğinin, değerlerinin, simgelerinin Amerikan hayat tarzına odaklanmasına neden olmaktadır. Tüketim temelli "Küresel" kültür Batı kültürü ile oluşmaktadır. Bu kültürün Batı kökenli olmasında bir başka etken de burada ortaya çıkan

ticari radyo ve televizyonların tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşması ve birbirine benzemesinde önemli bir rol oynamasıdır.

Televizyon sayesinde Batı orta sınıf insanının yaşantıları, tüketim tercihleri sergilenmekte, bu görüntü bombardımanına maruz kalan izler-kitle benzer yaşam tarzlarını benimsemeye yönelmektedir. Tüketim kültürü toplumdaki üst orta sınıfları homojenleştirirken, yaşam tarzlarını birbirine benzer hale getirirken yine aynı kültür bağlamında toplumda farklı yaşam tarzlarını sürdürmek isteyenleri kültürel olarak dışlayıp, ayırt etmektedir (Hall, 1998:52).

Tüketim alışkanlıkları küresel kültür etkisinde değişime uğramaktadır. Bu değişim sonucunda bireylerin alışveriş tercihleri giderek birbirine benzemektedir. Bu da toplumun tüketim anlamında homojenleştiğinin bir göstergesi sayılabilir.

Bütün bu yaklaşımlarından yola çıkarak, küreselleşmenin insan ilişkilerinde, seçilen mekanlarda, kullanılan dilde ve bireylerin tüketim alışkanlıklarında değişimler yaratıldığını söylemek mümkün olacaktır. Bu değişimin en iyi gözlemleneceği alan da medyadır. Medya bir yandan içinde bulunduğu toplumun özelliklerini yansıtırken, bir yandan da içerdiği kodlarla yeni kültürlerin ekilmesinde etkili olmaktadır.

III.4.4. İnsan ilişkileri

Kültürel küreselleşme geleneğin yeniden canlanmasına yol açabilmekte, insanlar arasındaki ilişkiler de bu iki bağlamda değişim gösterebilmektedir. Küresel kültür Batı etkisinde bir kültür olarak kabul edilirse günlük yaşam içindeki ilişkiler Batılılaşma eğilimleri içinde değerlendirilebilecektir.

Aşk ve cinsel özgürlük taleplerinin artması, tek ebeveynli ailelerin varlığına tepkinin düşük olması buna bağlı olarak boşanma oranının artması, kadın kimliklerinin özgürlükçü söylemlerinin toplum içinde yer bulabilmesi, iş yaşamında aktif ve başarılı kadın imajlarının normalleşmesi bu anlamda küresel kültür etkisinde kalan ve küresel kültürün yansımalarının görüldüğü ilişki biçimleri olacaktır (Talavera.2003). Oysa yerel kültürde aile üyelerinin bir arada yaşamaları sık rastlanan bir durumdur. Erkek egemenliğinin yoğun olduğu toplumlarda kadının söz sahibi olması ya da iş yaşamında aktif bir rol oynayabilmesi az görülür bir durumdur. Aidiyet duygularını güçlendirmeye yönelik aile bağlarının kuvvetli tutulması ve akrabalık ilişkileri yerel kültürde ilişkilere örnek olarak gösterilebilir.

Geleneksel toplumlarda aile başlıca temadır ve aile onurunun korunması başlıca amaçtır. Inglehart Dünya Değerler Araştırmasında geleneksel aile tiplerini tanımlarken kişinin ailesini sevmesi ve inanması başlıklarını koymuştur. Geleneksel yani yerelliği ön plana çıkaran kültürlerde büyük aileler idealize edilir. Ulusal değerler yüksektir. Yabancı ürüne tepki söz konusudur. Kürtaj, ötenazi, intihar ve boşanmaya karşı duruş vardır. Evdeki otorite unsuru babadır (Inglehart,2005).

Türk toplumu üzerine yapılan bir araştırmada Esmer(TESEV) çocuk yetiştirmede Türk insanın tutumunu araştırmak için soru formuna Türk toplumun geleneksel özelliklerini yansıtan maddeler eklemiştir. Bu maddeler terbiye, bencil olmama, dindarlık ve itaatkarlıktır. Yerel kültür göstergelerinden biri sayılan ve tutum ölçen bu maddelerin karşısına Batı tarzı yani küresel kültür özelliğini yansıtan çalışkanlık, sorumluluk duygusu, yaratıcılık, hoşgörü ve başkalarına saygı, tutumluluk, sebat ve azim maddeleri eklenmiştir.

İş ilişkilerinde ise küresel kültür etkisi uluslar arası şirketlerle ve onların yönetim kurulu başkanları, yöneticileri, teknisyenleri, kısaca çalışanları ile şekillenen bir yapıya sahiptir. Küresel iş adamı bütün dünyayı dolaşarak işini idame ettirmek zorundadır. Anne babasından edindiği inançlarını ve ahlaki görüşlerini engelleyen hiç bir şey yoktur ancak küresel değerlerin yerle baskın olduğunu gösteren durumlar da söz konusudur. Farklı kültürlerin özellikle çok uluslu şirketlerin içine aldığı kültürlerin etkisinde kalarak kararlar alması olasıdır. Yaşanan riskler, belirsizlikler, teknolojik değişim ve acımasız rekabet ortamı etkinliklerin sürekli değişime yol açabilecektir (Talavera,2003:292). Yerel kültürlerdeki iş ilişkileri genellikle küçük işletmelerle karakterize edilmektedir. Babadan oğla geçen geleneksel işletmeler ya da aile şirketlerinde de kişiler arası ilişkilerde görülen otorite etkisi vardır. Mülkiyet ve denetimin ailede olduğu bu tür işletmelerde de ilişkiler genellikle geleneksel tarzda yürütülmektedir.

VI. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

VI.1.Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Türkiye’de özel televizyonlar aracılığıyla ekilen kültürün küresel ve yerel kültür göstergelerini belirleyebilmek ve 1970’li yıllardan itibaren günümüze kadar olan süreçteki kültürel farklılaşmaları tanımlayabilmektir. Türkiye’de yayın yapan ulusal ticari kanalların, genel söyleyişle özel televizyon kanallarının sunduğu kültür, küreselleşme sürecinden etkilenmektedir. Araştırmada, toplumda birçok görevi üstlendiği düşünülen televizyonların ortaya koyduğu kültüre ilişkin sorulara yanıtlar aranmıştır.

VI.2 Araştırma Evreni

Araştırmanın evreni Türkiye’de ulusal yayın yapan televizyon kanallarında en çok izlenen zaman dilimi olan “prime time” da yayınlanan televizyon programlarıdır. “Prime Time”da yayınlanan programlar 2005 yılı itibariyle yerli yapım televizyon dizileridir. Bu durumda araştırmanın evreni Türkiye’de yayın yapan televizyon kanallarında prime time’da yayınlanan televizyon dizileridir.

VI.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örnekleme için ulusal bazda yayın yapan ticari kanallar seçilmiştir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun(RTÜK) 2006 verilerine göre ulusal bazda yayın yapan lisans almış 24 özel televizyon kanalı bulunmaktadır. Bu kanallar arasında tematik yayıncılığı sürdüren spor, müzik, haber ve belgesel içerikli kanallar örneklem dışında bırakılmıştır. Araştırmada genel izleyici kitlesine hitap eden televizyon kanallarının

yayınları değerlendirmeye alınmıştır. Bütün bunlardan yola çıkılarak AGB verilerine göre 2005-2006 kış döneminde en çok izlenen programlar araştırmanın örnekleimidir. Yapılacak doküman analiziyle 6 ulusal kanalda, en çok izlenen saatleri isimlendiren Prime Time'da yayınlanan ve en yüksek izlenme oranına sahip programların incelemesi yapılmıştır. Prime Time, iletişim araştırmaları literatürüne göre genel izleyici kitlesinin en çok televizyon izlediği saatler olan saat 19:00 ile 22:00 arasında belirlenmiş bir zaman dilimidir. Bu zaman diliminde yayınlanan televizyon programlarının içerik ve tür ayırt edilmeksizin analiz edilmesi kararlaştırılmıştır.

AGB verilerinin 2005-2006 kış döneminde yayınlanan programlara ilişkin raporları incelendiğinde Türk televizyonlarında en çok izlenen programların televizyon dizileri olduğu görülmüştür. Türkiye Futbol Ligi derby maçlarının ve milli maçların yayınlandığı günler dışında AGB raporlarında en çok izlenme oranına sahip programların televizyon dizileri olduğu görülmüştür. Bu diziler arasında Kanal D'de Cuma akşamları yayınlanan "Ihlamurlar Altında" adlı dizinin araştırmanın ön araştırmasının yapıldığı tarihlerde en çok izlenen dizi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada Türkiye'de ulusal yayın yapan özel televizyon kanallarının küresel ve yerel kültür göstergeleri değerlendirileceğinden; kamu yayıncılığını sürdüren Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun (TRT) 4 ulusal kanalı örnekleme dışında bırakılmıştır.

Bütün kitle iletişim araçlarında olduğu gibi TRT'nin de küreselleşme sürecinden etkilenmesi kaçınılmazdır. Ancak TRT kamu yayıncılığı yapan bir kurum olarak yayınlarını sürdürdüğünden, küresel kültür etkisinin tam anlamıyla görülmesi mümkün olmayabilir. TRT'nin kamu yayıncılığına özgü genel yayın ilkeleri, daha önce de değinildiği gibi ulusal kültürün yayılması ve kabul görmesi yönünde ağırlık taşımaktadır. Bu nedenle TRT programlarından yalnızca dönemsel bir karşılaştırma için yararlanılmıştır.

Küreselleşme sürecinde Türk özel televizyonları betimlenirken, dönemsel bir karşılaşmaya ihtiyaç vardır. Bugünü tanımlamak için, hangi koşullarda ve hangi etkilerle değişim gösterdiğini vurgulayabilmek için, dönemler arası kültürün değişimini tanımlamak gerekmektedir. Bu nedenle 1970’li ve 1980’li yıllarda yayınlanan programlardan seçilen örnekler üzerinden de bir değerlendirme yapılmış ve karşılaştırmalı analiz yoluna gidilmiştir. Sözü edilen tarihlerde Türkiye’de sadece TRT kanalları olduğu için bu dönemden seçilen örnekler TRT ‘de yayınlanan programlardır.

VI.2 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yönteminde Gerbner’in ve Annenberg Okulunun “Kültürel Göstergeler Projesi” ve “Ekme Modeli”nden yola çıkılarak, televizyonda ortaya konan kültürün küresel ve yerel göstergeleri betimlenmiştir. Gerbner’in (1978) “Kültürel Göstergeler Projesi” 1960’larda ekme analizi araştırma metodunun sonunda geliştirilmiş bir projedir. “Ekme Modeli” kitle iletişim araçlarının ve özellikle televizyonun gerçek hayattan daha fazla gerçeklik versiyonu olan davranışları ürettiğini ve ektiğini kabul eder (Gerbner ve diğerleri,1798). Bu tartışmada Gerbner televizyon için “sadece dünyanın yansıdığı bir pencere değil, aynı zamanda dünyanın kendisi” demektedir. Ekme modeli televizyonun homojen yaşamı nasıl ektiğiyle ilgilenir(Gerbner:2000b).

Bu modelden hareketle oluşturulan araştırmanın temel soruları, televizyon aracılığıyla ekilen küresel ve yerel kültür göstergelerinin program metinlerine yansıma biçimi üzerinedir. Bu nedenle izleyicinin televizyon programlarına verdiği tepkiler ve onların bireysel algılamaları araştırmanın soruları arasında yer almamıştır.

Televizyonlardan sunulan kültürü tanımlamak için seçilen göstergeler ise küresel ve yerel kültürün göstergeleri olarak literatürde yer bulan göstergelerdir.

Bu göstergeler dört ana boyutta belirlenmiş, birbirine içine geçmiş kavram olarak değerlendirildiğinde her birinin alt boyutlarda incelenmesi düşünülmüştür. Bu dört ana boyut;

- I. Programda seçilen mekan
- II. Programda sunulan tüketici davranışları
- III. Programlarda kullanılan dil
- IV. Programdaki aktörlerin ilişkileridir.

Programlarda seçilen mekanlarda, modern – geleneksel ayrımı zaman zaman küresel ve yerel ayrımına da karşılık gelebilmektedir. Bu nedenle kültür göstergelerinin mekanla ilgili bölümünde küresel-yerel mekan tanımlaması yerine modern-geleneksel mekan tanımlamaları tercih edilmiştir. Program görüntülerinin tamamlayıcı unsuru olan müziğin geleneksel ya da modern ezgiler taşıyıp taşımadığı mekan başlığı altında değerlendirmeye alınmıştır.

Dil, yöresellik, dinsel sözcüklerin ağırlık olması ve yabancı sözcük ve terimlere olan yaklaşımlarla ulus-devlet otoritesini çağrıştıran sözcüklerin kullanımıyla belirlenmek istenmiştir. Küreselleşmenin karşısında yükselen bir değer olan dinsel yaklaşım hem mekan hem de insan ilişkileri boyutunda da ele alınmıştır.

Araştırmada kullanılacak bir başka kültür göstergesi ise tüketim alışkanlıkları üzerinedir. Tüketim alışkanlıkları içinde aktörlerin giyim tercihleri, yeme-içme alışkanlıkları ve alışveriş yaparken seçtikleri marka ve alışveriş mekanları değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Küresel kültür açısından giyim tercihlerinde 'herkesin kullandığı' jean, t-shirt, eşofman televizyonun kitlesel hale gelmesiyle giyim tarzlarının aktarılmasına da aracılık etmiştir. Giyimde Amerikan ve Avrupa markalarının varlığı da küresel kültür giyimine işaret eder (Talavera,2003:267).

Küresel kültürün yeme içme alışkanlıklarındaki yansımaları fast-food yani Amerikan Hızlı yemek zincirinin görüntülerinde kendini bulacaktır. Yerel kültür göstergeleri arasında ailece yemek yeme alışkanlığının sürdürülmesi, yemeklerde geleneksel olanın tercih edilmesi yer almıştır.

Alışveriş yaparken seçilen mekanlar ile programda kullanılan mekanlar kimi zaman birbirinin içine geçebileceğinden, programdaki görüntüler her iki boyutta da ele alınmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi mekanın geleneksel ve modern açıdan betimlemesi yapılmıştır. Alışveriş mekanlarının küresel ve yerel göstergeler taşıması araştırma soruları içinde yer almıştır. İncelenen dizilerde alışverişlerin yapıldığı mekanlar küresel olarak hiper-market, süper-market, yerel olarak bakkal, kasap, semt pazarı gibi unsurlarla belirlenmiştir.

Programda yer alan aktörlerin ilişkileri boyutundaki kültür göstergeleri kapsamlıdır. Bu boyuttaki göstergeleri incelerken İngelehart ve Schwartz'ın toplum kültürleri için belirlediği değerlerden ve Yılmaz Esmer'in Dünya Değerler Araştırması'nın Türkiye sonuçlarını içeren "Türkiye Değerler Araştırması"ndan yararlanılmıştır. Bu araştırmaların sonuçlarından yola çıkılarak çeşitli alt boyutlar belirlenmiştir.

Küresel kültürdeki aile ilişkileri günlük yaşamda Batılılaşma eğilimleri içinde değerlendirilmiştir. Bu noktada aşk ve cinsel özgürlük taleplerinin artışı, tek ebeveynli aileler, boşanma oranındaki artış, boşanmanın ve eski eşlerle ilişkilerin doğal karşılanması, aile bireylerinin ayrı kentlerde ya da ayrı mekanlarda yaşayışı küresel kültürdeki aile

ilişkilerinin yansıması olarak görülebilecektir (Talavera,2003:295). Yerel kültür ve aile ilişkilerine baktığımızda; aile bireylerinin birbirine yakınlığı, aidiyet duygularını arttırmaya ve güçlendirmeye yönelik aile toplantılarının varlığı, kararların birlikte alınması, kadın erkek ilişkilerinde erkek egemenliği ve akrabalık ilişkilerinin yoğunluğu yerel kültür göstergesi olarak saptanmıştır.

Endüstrinin gelişmesiyle birlikte öncelikli değerler ekonomik ve fiziksel güvenliğin üzerinde yükselen değer yaşam kalitesi ve zenginliktir. Kültürel değişim, endüstri toplumuna geçildiğinde yeni bir yön kazanmaktadır (Inglehart,2005). İletişim küreselleştikçe, dünya gençliği jean pantolon giyip, Amerikan pop müziği dinlerken geleneksel değerlerinden de daha fazla uzaklaşmaktadır. 1990 – 1995 arası yapılan Dünya Değerler Araştırması'nda (DDA) kültürler arası farklılıkların iki önemli boyutu tespit edilmiştir. Yüksek ve düşük gelir düzeyi olan ülke insanların politik, sosyal ve dinsel inanç farklılıklarını ortaya koymuştur (Inglehart,2005). Bu boyutlardan biri uluslar arası alanda geleneksel değerlerin laik-rasyonel yönelimli değerlerle karşılaştırılmasıdır. Diğerinde ise yaşamda kalmaya çalışma ile kendini ifade etme değerleri karşılaştırılır.

Bütün geleneksel toplumlarda kürtaja, boşanmaya ve eşcinselliğe düşük tolerans, ekonomik ve politik yaşamda erkek egemenliğine eğilim, baba otoritesi, aile yaşamına önem verme, görece otoriter ve güçlü din ögesi bulunmaktadır. Gelişmiş toplumlarda zıt bir karakteristik söz konusudur (Inglehart,2005). Geleneksel toplumlarda aile başlıca temadır. Ana amaç aile onurunun korunmasıdır. Kişi ailesini sevmeli ve inanmalıdır. Aileler, çocukları iyi olmasa da ellerinden geleni yapmalıdır. Büyük aileler idealize edilir. Ulusal değerlerin yüksek olduğu bu tür toplumlarda yabancı ürünlerin tüketimine karşı tepki vardır. Geleneksel toplumun aktörleri çevre problemlerinin çözümünde uluslar arası tartışmalardan etkilenmez, ulusal otoriteye karşı pasiftir ve ender

olarak politik konuları tartışır. Kürtaj, ötenazi, intihar ve boşanmaya karşıdır. Bireysel tavırdan çok sosyal konforu, politik ilişkiden çok otorite desteğini seçer, genel görünümü milliyetçidir. Laik-rasyonel toplumda ise bütün bu sayılanların tersi durum söz konusudur (Inglehart,2005).

Schwartz'ın Değerler Sisteminde kültürleri birbirinden ayıran 10 boyut belirlenmiş ve bu boyutlar kendi içinde farklı kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler çerçevesinde sorduğu sorularla toplumların kültürel bir haritasını çıkarmıştır. Schwartz, iş yaşamında başarı boyutunu belirlerken Batı tipi değerlerin yer aldığı esinlenme, başarı, kapasite, zeka ve hırs kategorilerini oluşturmuştur. Kişiler arası ilişkilerde “yardımseverlik” üst başlığıyla spiritüel yaşam, affetme, yardımcı olma, olgun sevgi, gerçek arkadaşlık, yaşamın anlamı, sorumluluk, onur ve sadakat gibi geleneksel değerlerin ağırlıklı olduğu alt başlıklar belirlemiştir.

Schwartz'ın değerler araştırmanın sonuçlarına bakıldığında bu üst başlıkta yüksek değer alanlar geleneksel toplumlardır. Schwartz'ın bir başka tanımlaması da gelenek üzerinedir. Bu başlık altında da ayrımcılık, dindarlık, alçakgönüllülük, ılımlılık, geleneğe saygı duyma ve kadercilik özellikleri değerlendirilmiştir (akt. Smith ve Bond,1998).

Küresel kültürdeki aile ilişkileri ise günlük yaşamda Batılılaşma eğilimleri içinde yer alabilir. Bu noktada aşk ve cinsel özgürlük taleplerinin artışı, tek ebeveynli aileler, boşanma oranındaki artış, boşanmanın ve eski eşlerle ilişkilerin doğal karşılanması, aile bireylerinin ayrı kentlerde ya da ayrı mekanlarda yaşayışı küresel kültürdeki aile ilişkilerinin yansıması olarak görülebilecektir (Talavera,2003:295). Yerel kültür ve aile ilişkilerine baktığımızda; aile bireylerinin birbirine yakınlığı, aidiyet duygularını arttırmaya ve güçlendirmeye yönelik aile toplantılarının varlığı, kararların birlikte alınması, kadın

erkek ilişkilerinde erkek egemenliği ve akrabalık ilişkilerinin yoğunluğu yerel kültür göstergesi olarak saptanmıştır.

Aile ve çocuk ilişkilerini belirlerken Türkiye Değerler Araştırması'nın sonuçlarından yararlanılmıştır. TDA Türkiye'de çocuk yetiştirmede önem taşıyan noktaları dört ana başlıkta belirlemiştir: Dindarlık, Tutumluluk, Azim, İtaat. Yapılan araştırmada sorulan sorular; terbiye, bağımsız davranış, çalışkanlık, sorumluluk, yaratıcılık, hoşgörü ve başkalarına saygı, tutumluluk, sebat ve azim, dindarlık, bencil olmama ve itaatkarlık çerçevesinde sorulmuş ve sonuçlar, geleneksel ve ekonomik gelişmeyi destekleyici yapı üzerinden değerlendirilmiştir (Esmer,1999:46).

Aktörlerin ilişkilerinde ötekilerle ilişkiler de kültüre ilişkin ipuçları veren bir özelliktir. Schwartz'ın Değerler Sisteminde kültürleri birbirinden ayıran 10 boyut belirlenmiş ve bu boyutlar kendi içinde farklı kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler çerçevesinde sorduğu sorularla toplumların kültürel bir haritasını çıkarmıştır. Schwartz, iş yaşamında başarı boyutunu belirlerken Batı tipi değerlerin yer aldığı esinlenme, başarı, kapasite, zeka ve hırs kategorilerini oluşturmuştur. Kişiler arası ilişkilerde “yardımseverlik” üst başlığıyla spiritüel yaşam, affetme, yardımcı olma, olgun sevgi, gerçek arkadaşlık, yaşamın anlamı, sorumluluk, onur ve sadakat gibi geleneksel değerlerin ağırlıklı olduğu alt başlıklar belirlemiştir.

Araştırmada iş yaşamında günlük Batılılaşma eğilimleri küresel kültür düzeyinde değerlendirilmiştir. Uluslar arası şirketlerle ve onların yönetim kurul başkanları, yöneticileri ve teknisyenleriyle yoğun ilişki gözlenebilecek bir yapıdır (Hsiao,2003:59). Küresel işadama bütün dünyayı dolaşarak işini sürdürür. Anne babasından edindiği inançlarını ve ahlaki görüşlerini korumasını engelleyen hiçbir şey yoktur. Küresel iş yaşamı görüntüleri arasında yaşanan risk ve belirsizlik, ani seyahat, teknolojik değişim,

acımasız rekabet ve etkinliklerdeki sürekli değişim yer almaktadır (Talavera,2003:292). Yerel kültürdeki iş yaşamı ise küçük işletmelerle, geleneksel iş yapısıyla, aile işletmelerinde mülkiyet ve ailevi denetimin söz konusu olduğu yapıyla gözlenebilir.

VI.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Türk özel televizyonlarında küresel ve yerel kültür göstergelerini saptamak için literatürde var olan kültür göstergeleri incelendiğinde; dizilerde izlenmesi olası bu dört boyut, 2005-2006 yılının en çok izlenme oranına sahip olan Ihlamurlar Altında adlı dizisinde ve bu dizinin dönemsel olarak farklılaşmayı bulgulayabilmek için 1974 yapımı Kaynanalar ve 1989 yapımı Bizimkiler adlı dizilerle birlikte değerlendirilmiştir.

Belirlenmiş kültürel göstergeler doğrultusunda söz konusu birer bölüm iki sosyolog ve iki iletişim uzmanından oluşan dört kişilik uzmanlar grubu tarafından değerlendirmiş ve sonuçlara varmıştır. Bu sonuçların onayı için psikoloji, felsefe, sosyoloji bölümü öğrencileri ile iletişim fakültesi öğrencilerinden 58 kişilik bir grubun izleme ve sonuçları değerlendirmesine olanak sağlanmıştır. Ders saati içinde diziler izletilmiş ve soru kağıtlarına cevap vermeleri istenmiştir.

Dizilerde kullanılan mekandaki yerel kültür göstergelerini belirlemek için, cevaplayıcılardan altı yargı cümlesine puan vermeleri istenmiştir. Bu yargı cümleleri:

“Dizide kullanılan dış mekânın kırsallığı”

“Dizide yer alan iş yeri mekânlarının geleneksel öğeler taşıyıp taşımadığı”

“İç mekân aksesuarlarının geleneksel olup olmadığı”

“Aktörlerin yaşadıkları mekânın müstakil ya da kırsal ev tipi olup olmadığı”

“Alışveriş mekânlarının gelenekselliği”dir.

Dizinin tamamlayıcı unsuru olan müzik, mekan boyutu altında değerlendirilmiş ve bir alt boyut olarak;

“Dizide kullanılan müziklerin Türk Halk Müziği ya da Türk Sanat Müziği ezgileri taşıyıp taşımadığı”nı belirleyen bir yargıya da yer verilmiştir.

Araştırmada tüketici davranışlarında yerel kültür göstergelerini tespit edebilmek için;

“Dizideki aktörlerin yerli ürünü tercih edip etmediği”

“Yabancı ürüne tepki verip vermediği”

“Aktörlerin giyimlerinde gelenekselliğin hakim olup olmadığı” ve

“Aktörlerin yeme alışkanlıklarında gelenekselliğin hakimiyeti” üzerine yargı cümlecikleri belirlenmiştir.

Dizilerde yer alan aktörlerin kullandığı dilin yerel kültür göstergelerini tespit edebilmek için dizilerde aktörlerin kullandığı sözcüklerle ilgili tespit yoluna gidilmiştir. Bu amaçla;

“Aktörlerin Türkçe sözcükleri tercih etmesi”,

“Konuşmalarında ulusal içerikli sözcüklerin kullanılması”

”Aktörlerin yöresel ağızla konuşması” ve

“Konuşmalarda dini sözcüklerin tercih edilmesi” yargı cümleleri oluşturulmuştur.

İnsan ilişkilerinde yerellikten söz etmek, aslında geleneksel bir yapıdan söz etmekle aynı anlama gelmektedir. Bu noktadan hareketle soru kağıtları oluşturulurken

insan ilişkilerindeki yerel göstergeler geleneksel Türk aile ve iş ilişkilerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

“Kadın - erkek ilişkisinde erkek egemenliği belirgin olması”

“Erkeğin duygularını ifade etmede katı bir tutum sergilemesi”

“Kürtaja karşı tepki olması”,

“Aile onuruna ilişkin görüşlerin belirginliği”,

“Kardeşler arasında büyük kardeşin otoritesinin varlığı”,

“Erkeğin sözlü ya da fiziksel şiddetinin olumlu sunulması”,

“Ailede baba otoritesinin varlığı”,

“Çocuğun itaatkar yetiştirilmesi”,

“Çocukların dinsel öğelerle yetiştirilmesi”,

“Ailenin çocukları hangi yaşta olursa olsun fedakarlıklarını sürdürmesi”,

“İş yaşamında patron otoritesinin belirginliği”,

“Şirketlerin yurt içi için çalışması”,

“İş yaşamında alışlagelen fikirlere bağlılığın olması”,

“Devlet otoritesinden çekinme ve ona saygının varlığı”,

“Aktörlerin diğer insanlarla ilişkilerinde yardımsever olması”,

“İlişkilerde otorite unsurunun varlığı”,

“Yakın akrabalık ilişkilerinin varlığı”,

“Akrabalarla aynı ya da birbirine yakın mekanların paylaşımı”,

“Kararların alınmasında yakın akrabalara danışmak” ve

“Büyükanne ya da büyükbaba otoritesinin belirgin sunulması” dizilerde betimlenmek istenen yerel kültür göstergeleri için hazırlanmış yargı cümleleridir.

Araştırmada mekan seçiminde küresel kültür göstergelerini belirlemek için tespit edilen yargılar;

“Dizide kullanılan dış mekanın kentselliği”

“Şirket, ofis, holding gibi modern iş yeri mekanlarının varlığı”

“Avrupa veya Amerikan tipi mobilyalarla elektronik cihazların oluşturduğu modern iç mekan aksesuarları”

“Dizide apartman dairesinin ya da Batı tipi villaların varlığı”

“Süpermarket, hiper market gibi modern alışveriş merkezlerinin bulunup bulunmadığı”

“Dizide kullanılan müziklerin pop, caz, rock gibi Batı müziği ezgileri taşıyıp taşımadığı” ile ilgilidir.

Araştırmaya konu olan dizilerdeki aktörlerin tüketim alışkanlıklarının küresel kültür göstergelerini tanımlayabilmek için oluşturulan yargılar;

“Ürün seçiminde yabancı ürünü yüceltme”,

“Aktörlerin giyimlerinde modern öğelerin hakimiyeti”

“Aktörlerin ev dışında yemek yeme alışkanlıklarına sahip olmaları”

“Yeme içme alışkanlıklarının küresel öğeler taşıması”dır.

Dizilerdeki aktörlerin tüketici davranışlarında sayılan yargıları puanlayabilmek mümkün olacaktır.

Dizilerde kullanılan dildeki küresel kültür göstergelerini belirlemek için iki yargı cümlesi kullanılmıştır:

“Aktörler yabancı sözcükler kullanıyor”

“ “Konuşmalarda bireyselliği öne çıkıyor”

Son olarak televizyon dizilerinde gözlenen insan ilişkilerini küresel olarak değerlendirebilmek için bazı yargılar belirlenmiştir.

“Kadın-erkek ilişkisinde kadın egemenliğinin belirginliği”

“ Kadın-erkek ilişkisinin eşitlikçi olması”

“Evlilik dışı ilişkinin onaylanması”

“Erkeğin duygularını ifade edebilmesi”

“Evlilik dışı çocuk düşüncesinin kabul görmesi”

“Boşanmanın olumlu sunulması”

“Eşcinselliğin olumlu sunulması”

“Ailede anne otoritesinin belirginliği”

“Kardeşler arasındaki ilişkinin eşitlikçi olması”

“Çocukların başarılı olma duygusuyla yetiştirilmesi”

“Ailenin çocuğu her yaşta birey olarak görmesi”

“Çocuğun ihtiyaçlarının önemsenmesi”

“Kız ya da erkek çocuk ayrımı yapılmaması”

“İş yaşamında şirketlerin yurt dışı bağlantılı çalışması”

“İş yaşamında aktörlerin yeni fikir ve uygulamalara açık olması”

“İş yaşamında acımasız rekabetin onaylanması

“Aktörlerin diğer insanlarla ilişkilerinde bireyci olması”

“Aktörlerin diğer insanların önerilerine saygılı olması”

“Diğer insanlarla mahremiyet sınırını koruması”

dizilerdeki küresel kültür etkilerini ölçmek üzere belirlenmiş yargılardır.

Mekan, tüketim alışkanlıkları, dil ve insan ilişkileri ile ilgili küresel ve yerel kültür göstergelerinin tespit edilmesine yönelik hazırlanan yargı cümlelerine Likert ölçekle puan verilmiştir. Çok maddeli ölçeklerden biri olan Likert ölçeğinde bir bireyin puanı onun bu maddelerden ne kadarına katıldığına göre değişir. Sorulan yargıya ilişkin olumlu bir tutumun var olması ya da istenmeyen duruma yönelik verilen puan Likert ölçeğiyle hesaplanabilir. Likert ölçeklerinde ölçeğin uygulandığı kaynak kişiler her duruma cevap verirler(Balcı,2004:120). Araştırmanın bu bölümünde hazırlanan soru kağıtları Likert ölçekle kullanılmış; “Tamamen Katılmıyorum”, “Kısmen Katılmıyorum”, “Fikrim Yok”, “Kısmen Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” cevap seçeneklerine puan verilmesi istenmiştir. İzlenecek dizilerde, sorulan yargıların olmaması durumunda, cevabın “Fikrim Yok” seçeneğiyle karıştırılmaması için “Dizide Yok” cevap seçeneği de Likert ölçeğine eklenmiştir. Ölçeğin puanı her maddeye sayısal olarak kodlanan puanların toplanmasıyla elde edilmiştir. Bu puanlar SPSS 10.00’a aktarılarak iki yönlü t testi ile verilerin analizi yapılmıştır. Her dizi, daha önce tespit edilen ve soru kağıtlarındaki yargılarla ölçülen kültür göstergeleri doğrultusunda incelenmiştir. 1970’li yıllar, 1980’li yıllar ve 2000’li yılların özelliklerini yansıtacak nitelikte sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmanın bulgular bölümünde incelenen üç dizinin karşılaştırmalı analizi yapıldığında; farklı dönemleri yansıtan bu diziler arasında küresel ve yerel kültür göstergeleri açısından anlamlı bir farklılaşma olup olmadığı tespit edilmiştir. Betimsel istatistik yönteminin benimsendiği bu araştırmada bütün yargılardan alınan puanlar toplanmış ve bu sonuçlar iki yönlü t testi ile analiz edilmiştir. İzletilen dizilerde mekan, dil, tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileri boyutlarında betimlenen analiz sonuçları bulgular bölümünde yer almaktadır.

V. BULGU VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde, yöntem kısmında açıklandığı gibi soru kağıtlarına verilen cevapların puanlarının t testine tabi tutularak alınan sonuçları değerlendirilmiştir. Bu sonuçlara göre Türk özel Televizyonlarında Küresel ve Yerel Kültür göstergelerinin üzerine betimlemeler aşağıdaki gibidir:

V.1. Yerel Kültür Göstergeleri

Türk televizyonlarında yerel kültür göstergelerini belirlemek için mekan, dil, tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileri boyutları incelenmiştir.

V.1. 1. Mekan Seçiminde Yerel Kültür Göstergeleri

Televizyon dizilerinde kültürü yansıtan göstergelerden biri de mekandır. Mekan seçimi dizideki aktörlerin sahip oldukları kültürün modern-geleneksel ya da küresel –yerel yapısını ortaya koyabilmektedir. Yaşanan mekanların müstakil, kırsal, bahçeli evler olması mekana ilişkin bir tanımlama yapmamızı sağlayabilmektedir. Alışveriş edilen mekanların geleneksel mekanlardan sayılan bakkal, kasap, semt pazarı olarak gösterilmesi, o dizide geleneksel öğelerin varlığına işaret edebilir. Yine iç mekanda kullanılan aksesuarlar dizinin aktörlerinin yaşam biçimlerine ilişkin ipuçlarını verebilir. Geleneklere bağlı bireylerin iç mekan aksesuarlarının seçiminde geçmişten gelene uyum sağladıkları, eşyaların mekan içindeki yerleşiminden, onların aksesuarlarla zenginleştirilmesine kadar bir çok detay mekanda yerellik/ geleneksellik göstergeleri için tanımlamalar yapmamızı kolaylaştırabilir.

Yargı cümlelerine cevap veren uzmanlar grubu; “Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizileri ile, “Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” dizileri arasında mekanın yerelliği açısından anlamlı bir farklılaşma betimlemişlerdir. “Bizimkiler” ve “İhlamurlar Altında” dizilerinin mekanın yerelliği açısından karşılaştırılmaları ise anlamlı bir sonuç vermemiştir. Bu sonuçların onayı için 58 kişilik öğrenci grubunun soru kağıtlarına verdiği cevaplara göre;

“Tablo 1’de görüldüğü gibi; “Bizimkiler” dizisi ile “Kaynanalar” dizisi arasında mekanın yerel kullanımı anlamlı bir farklılaşma göstermiştir. Bu durum modernite çalışmalarının hızlandığı 1970’li yıllarda Türk insanının apartmanda yaşama alışkanlığının ve evde elektrikli ya da elektronik cihazların kullanımının yaygınlaştırılma çabasına işaret edebilir. Soru kağıtları içinde yer alan yerel mekan yargıları arasında bulunan geleneksel iç mekan aksesuarları “Kaynanalar” dizisinde görülmemiştir. Bu durum elbette bu dizinin çekildiği yıllarda küresel etkilerin söz konusu olduğunu göstermez ancak daha önce de belirtildiği gibi modern yaşam alanları günümüzde küresel mekana karşılık gelebilmektedir.

Katılımcılar “Bizimkiler” adlı dizide küresel ve yerel mekan özelliklerine eşit düzeyde önem atfetmişlerdir. Bu durum da bize adı geçen dizide bir yandan küresel mekan izlerinin varlığını bir yandan da yerel iç mekan ve dış mekanın kullanıldığını göstermektedir. Televizyon toplum kültürünü yansıtan bir iletişim aracı olduğuna göre “Kaynanalar” dizinin çekildiği 1974’te modern mekanın ön plana çıkarılmak istendiği, “Bizimkiler”’in çekildiği 1989’da ise artık sadece modern mekanın değil geleneksel iç mekanın da var olduğunun televizyonlarda yansıdığını söylemek mümkündür.

“Kaynanalar” dizisi ile “İhlamurlar Altında” adlı dizi karşılaştırıldığında iki dizinin yerel mekan seçimlerinde de anlamlı bir farklılaşma olduğu saptanmıştır.

“İhlamlar Altında” adlı dizi 2005 yapımıdır. Bu yapımda modern ya da küresel iç ve dış mekan öğelerinin var olduğunu söylemek mümkündür. Ancak daha önceki karşılaştırmada dikkat çekildiği gibi “Kaynanalar” dizisi Ankara’da, başkentte geçmektedir ve burada özellikle yerel öğelere yer verilmemektedir. “İhlamlar Altında”, iki farklı ailenin yaşam tarzlarını ortaya koyduğundan bu dizide yerel mekan göstergelerine daha fazla rastlanmıştır.

“Bizimkiler” ve “İhlamlar Altında” dizilerini karşılaştırdığımızda yerel mekan göstergelerindeki farklılaşma anlamsızdır. Bu durum hem yerel hem de küresel özelliklerin iki dizi içinde de bir arada var olabildiğinin göstergesidir. “Bizimkiler” adlı dizide mobilya modellerinin, alışveriş seçeneklerinin, evlerin iç mekan dekorasyonlarının “İhlamlar Altında” dizisine benzer özellikler taşımasından kaynaklandığını söylemek mümkündür.

V.1.2. Tüketici Davranışlarında Yerel Kültür Göstergeleri

Kültür ürünlerinin sunumu tüketim alışkanlıklarının şekillenmesine yol açabilir. Tüketim alışkanlıklarının bireylerin tercihleri ve alışkanlıkları haline gelmesi belli bir kültürü de beraberinde getirir. Öte yandan tüketilen ürünlerin tercihindeki tutumlar bireylerin geleneksel, modern ya da küresel eğilimli olup olmadıklarının tespitini kolaylaştırabilmektedir. Örneğin ulus-devletlerde ulusal kültürü korumaya yönelik önemli tavırlardan biri yerli üretimin canlandırılması ve bu üretime yönelik talebin yüksek tutulmasını sağlamaktır. Kendi devleti içinde üretilen bir ürünü almaya yönelik tüketici davranışı yerelle tanımlanabilir. Aynı şekilde ithal ürünlere verilen tepkiler ters yönlü bir anlatımla yine yerelliği ya da gelenekselliği işaret edebilir. Bireyin giyimindeki detaylar

tüketim alışkanlıklarının hangi yönde olduğunun bir göstergesidir. Yerel giysilerin tercihi, gelenekten kopamamaya tanımlanabilir. Fast-food alışkanlıklarının olmadığı geleneksel sofralar da yine tüketim alışkanlığının yerelliğine işaret edebilir.

Bu yargıları puanlayan uzmanlar grubu “Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizileri arasında tüketici davranışlarının yerelliğine ilişkin anlamlı bir farklılaşma bulgulamamıştır. “Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” ile “Bizimkiler” ve “İhlamurlar Altında” dizileri ayrı ayrı karşılaştırıldığında farklılaşma anlamlıdır.

Bu sonuçların onayı için 58 kişilik öğrenci grubunun verdiği cevapların analizine göre;

Tablo 1’de görülebileceği gibi “Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizilerindeki tüketim alışkanlıklarının yerelliği ölçüldüğünde anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmamıştır. Bunun nedeni olarak her iki dönemde Türk insanın yaşamına markaların, büyük alışveriş merkezlerinin henüz yoğunlukla girmemiş olması gösterilebilir. Öte yandan TRT kanalında gösterimi yapılan her iki dizide de TRT’nin genel yayın ilkeleri arasında yer alan “yerli malını tüketmeye özendirme” ilkesinin uygulanmış olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Dizideki aktörlerin yerli ürünü tercih etmeleri hatta yabancı ürün karşısında tepki verip, yerli olanı yüceltmeleri her iki dizide de TRT genel yayın ilkelerinin çizgisinde olmasıyla açıklanabilir. Bunun yanında yabancı mutfakların henüz yaşamımıza girmemiş ve fast-food alışkanlıklarının yaygınlaşmamış olması da tüketim alışkanlıklarının yerellik oranının yüksek çıkmasında bir belirleyici olabilir.

“Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” dizileri tüketimde yerellik açısından incelendiğinde alınan sonuçlar anlamlı bir farklılaşma olduğunu göstermektedir. Bu güçlü farklılaşmanın nedeni yukarıda da belirtildiği gibi son yıllarda yaşanan fast-food yeme

alışkanlığının varlığıdır. Aktörlerin ev dışında yemek yemeye ağırlık vermesi, evde ailce yenen geleneksel yemeklerin yerini almış ve bu durum “Kaynanalar” dizisiyle “İhlamurlar Altında” dizisinin yerellik açısından farklılaşmasına olanak sağlamıştır.

“Bizimkiler” ve “İhlamurlar Altında” adlı dizilerde de tüketim alışkanlıklarının yerelliği açısından anlamlı bir farklılaşma görülmüştür. Bu farklılaşmanın nedenleri de daha önce belirtildiği gibi TRT genel yayın esaslarıyla ilgili olabilir. Ekilmeye çalışılan yerli ürünün tercihidir ve yabancı ürün karşısında yerli ürünün yüceltilmesidir. Bu durumda özel bir televizyon kanalında yayınlanan “İhlamurlar Altında” dizisinde izlenen tüketici davranışlarının yerellik açısından “Bizimkiler” dizisinden farklı olacağı açıktır.

V.1.3.Dizilerde Kullanılan Dilde Yerel Kültür Göstergeleri

Düşüncenin dilde somutlaştığı bilinen bir gerçektir. Kişiler arası ilişkilerin tanımlanmasında da dilin önemi büyüktür. Ulus-devletler döneminde dil, etkin olan topluluğun dilidir. Araştırmanın kavramsal çerçeve bölümünde de değinildiği gibi dil, ulusal bilincin gelişmesine katkıda bulunan etkenlerden biridir. Ulus-devletlerin varlığı arttıkça dilin halk üstündeki etkisi daha belirgin hale gelmiştir. Dilin yerelliği bir yandan yöresel ağız farklılıklarının belirgin olarak kullanımıyla ölçülebilirken, öte yandan ulus-devleti çağrıştıran sözcüklerin çoğunluğu ile de tespit edilebilir. Gelenekle özdeşleşen dinsel imgelerin dil içindeki varlığı da dilin yerelliği içinde sayılabilir.

Bunları tespit etmeye amacıyla oluşturulan yargı cümlelerine puan veren uzmanlar grubu; her üç dizinin de kendi aralarındaki karşılaştırmalarında anlamlı bir farklılaşma tespit etmişlerdir. Bu yargının onayı için yapılan 58 kişilik öğrenci grubunun sonuçlarına göre;

“Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizileri arasında anlamlı bir farklılaşma görülmüştür(Tablo 1). Dönemin özelliğini yansıtır nitelikte hazırlanan “Kaynanalar” dizisinin aktörlerinin çoğunluğu yöresel -Kayseri yöresi- ağızıyla konuşmaktadır. Bir yandan ulusal içerikli konuşmalara yer verilirken – “Milletimize yazık değil mi?, Sivil savunmaya her vatandaşın katılması lazım!” gibi- bir yandan da dini içerikli sözcüklerin kullanımı da ağırlıklıdır. “Kaynanalar” dizisi belirgin bir şekilde dil bakımından yerelliği temsil edebilmektedir. “Bizimkiler” dizisinin puanlarına bakıldığında, kullanılan dildeki yerel kültür göstergelerinin “Kaynanalar” dizisine oranla daha düşük olduğunu söylemek mümkündür.

“Bizimkiler” ve “İhlamlar Altında” dizileri karşılaştırıldığında, 1989 yapımı “Bizimkiler” dizisinde kullanılan dildeki yerel kültür göstergelerinin 2005 yapımı “İhlamlar Altında” dizisiyle anlamlı bir farklılaşma yansıttığı görülmüştür. Çünkü “Bizimkiler” dizisinde daha az yabancı kökenli sözcük kullanılmaktadır. İzleyici grup tarafından da rahatlıkla tespit edilebilen bu durum “Bizimkiler” dizisinin yerellik puanını arttırmış, “İhlamlar Altında” adlı diziyle aralarında anlamlı bir farklılaşma yaratmasını sağlamıştır.

“Kaynanalar” ve “İhlamlar Altında” dizilerinin kullanılan dilin yerelliği bakımından farklılaşması ise beklenebileceği gibi çok anlamlı çıkmıştır. “Bizimkiler” dizisi ile farklılaşan “İhlamlar Altında” “Kaynanalar” dizisiyle de farklı yerel dil sonuçları ortaya koymuştur.

V.1.4. Dizideki İnsan İlişkilerinde Yerel Kültür Göstergeleri

İnsan ilişkileri çok sayıda alt boyuta sahip bir göterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alt boyutları kesin çizgilerle birbirinden ayırmak da her zaman mümkün olmayabilir. İnsan ilişkileri dendiğinde kadın – erkek ilişkisi, işveren – çalışan ilişkisi, çocuk- ebeveyn ilişkisi, hemşehrilik, akrabalık, yandaşlık, fikirdaşlık hatta taraftar ilişkisi sayılabilir. Bütün bu ilişkiler kendi içlerinde de birbirlerinden etkilenebilir. Ya da kimi durumda tam tersi bir sonuç olarak birbirlerinden çok farklı olabilirler.

Uzmanlardan oluşan grubun ön incelemesiyle “Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizileri ile “Bizimkiler” ve İhlamurlar Atında” dizilerinin kendi aralarında yapılan karşılaştırmada anlamlı farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. “Kaynanalar ve “İhlamurlar Altında” dizileri ise farklılaşmanın gözlenmediği bir sonuç ortaya koymuştur. Bu tespitlerin onayı için 58 kişilik öğrenci grubunun dizileri izlemesiyle ortaya çıkan sonuçlara göre;

“Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizileri arasında, insan ilişkilerinin yerelliği açısından anlamlı bir farklılaşma saptanmıştır(Tablo 1). Bu sonuç, “Bizimkiler” adlı dizide insan ilişkilerinin “Kaynanalar” dizisinden daha az yerel olduğunu gösterir. İlişkilerde artık bireysellik ön plana çıkmaya başlamıştır ve “Kaynanalar”da belirgin olan baba- erkek-devlet otoritesi bu farklılaşmanın ana puanlarını oluşturmuştur. “Kaynanalar” dizisi çekildiği dönem itibariyle devlet otoritesine saygının yansıdığı bir dizidir. 1974 yapımı olan bu dizinin çekildiği dönemde Türkiye’de Kıbrıs Barış Harekatının yaşandığı sorunlu bir dönem vardır. Buna benzer dönemlerde, dizilerde devlete olan saygının güçlendirilmesine, ulusal birlik ve beraberliğe vurgunun yapılmasına, ulus-devletin gücünün yansıtılması açısından gerek duyabilmiştir. İşte bu nedenle “Kaynanalar” dizisinde devlet- vatandaş ilişkileri açısından yerelliğin olduğu söylenebilir. Aynı şekilde

kadın- erkek ilişkilerinde erkek otoritesinin olduğu, erkeğin sözlü ya da fiziksel şiddetinin olumlu sunulduğu, aile onurunun korunmasına yönelik bir otoritenin hissettirildiği çıkan sonuçlar arasında en yüksek puanı alan sorular arasındadır. “Kaynanalar” dizisi bu anlamda en çok puanı otorite anlamında almıştır. “Bizimkiler” dizisinde ise yerellik puanları “Kaynanalar”a olanla düşüktür. Bu durum bize “Bizimkiler” dizisindeki kadın-erkek, aile-çocuk, devlet-vatandaş ilişkilerinin “Kaynanalar” dizisinde yansıtılmasına oranla daha az yerel olduğunu ortaya koymaktadır.

“Bizimkiler” ve “İhlamlar Altında” dizileri de karşılaştırıldıklarında $p:0,01$ düzeyinde bir anlamlılık söz konusudur. Bu sonuç da iki dizide sergilenen insan ilişkilerinin yerelliği açısından farklılaşmaya başladığını göstermektedir.

“Kaynanalar” ve “İhlamlar Altında” dizileri arasında yapılan t testiyle ortaya çıkan sonuçta iki dizi arasında farklılaşma anlamlı değildir($p:0,13$). 2005 yapımı “İhlamlar Altında” adlı dizide yerel puanın düşük olması ve yerellik puanı yüksek olan “Kaynanalar” dizisiyle karşılaştırıldığında aralarında anlamlı bir farklılaşmanın olması beklenebilir. Ancak araştırmanın kuramsal bölümünde de belirtildiği gibi küreselleşme sürecinde ülkelerde hem yerel hem de küresel öğeleri bir arada görebilmek mümkündür. Üstelik küresel kültürün karşısında yükselen yerel kültürün varlığı da söz konusudur. Bu noktada 2006 yılında çekilmiş bir dizide baba-devlet-erkek otoritesinin belirginliğinden, yakın akrabalık ilişkilerinin terk edilmediğinden, çocukların aileye itaat edecek şekilde ve dinsel öğelerle yetiştirildiğinden söz etmek mümkün olacaktır. Bir yandan küresel değerler yükselirken bir yandan da yerel öğelerin korunması, saklanması ve terk edilmesinden kaçınılması söz konusu olabilir.

V.2. Küresel Kültür Göstergeleri

Türk televizyonlarında küresel kültür göstergelerini belirlemek için mekan, dil, tüketim alışkanlıkları ve insan ilişkileri boyutları incelenmiştir.

V.2.1. Mekan Seçiminde Küresel Kültür Göstergeleri

Günümüzde mekan sadece yaşama alanı olmaktan çıkıp, yaşam stiline bir göstergesi haline gelmiştir. Daha geniş ailelerle bir arada olunan evler yerini apartman dairelerinde çekirdek aileyle yaşama bırakmış, yaşanan mekanların iç düzenlemeleri orada yaşayan bireylerin kişisel özelliklerini yansıtır hale gelmiştir. Bu iç mekan düzenlemeleri de medyadan sunulan mekanlarla özdeşleştirilmeye çalışılmaktadır. Artık diğer bir çok tercih gibi mekandaki tercihler de moda uygun ya da tasarlanmış, paketlenmiş ve satışa sunulmuş seçenekler arasından yapılan tercihlere dönüşmüştür. Mekan düzenlemeleri ve mekan seçimi, Baudrillard'ın da(2004) söylediği gibi statü satın almaya yönelik bir yapı kazanmıştır. Sadece yaşanan mekanlar değil, alışveriş mekanları ya da yeme-içme mekanları da aynı pazarlama mantığıyla düzenlenir hale gelmiştir. Mekan düzenlemeleri fonksiyonel olmaktan çıkıp, yaşam stili yansıtmaya yönelik hale gelmiştir. Bu da küreselleşmenin bir göstergesidir.

Araştırma analizinin ilk bölümünde dört kişilik uzmanlar grubunun belirlediği sonuçlara göre her üç dizinin de kendi aralarındaki fark anlamlıdır. Onay grubunun yaptığı tespitler ise şöyle sıralanmıştır:

Tablo 2'de görülebileceği gibi her üç dizi arasında da anlamlı bir farklılaşma vardır. 1974 yapımı "Kaynanalar" dizisi, 1989 yapımı "Bizimkiler" adlı diziyi karşılaştırıldığında pozitif yönde bir anlamlılık söz konusudur. Bu durum ilk dizinin daha

sonraki yıllarda çekilen diziden daha modern ya da küresel öğeler taşıdığına işaret eder. “Kaynanalar” dizisi, daha önce de vurgulandığı gibi ulus-devletin modernite çalışmalarını yansıtan ve kamu yayıncılığını sürdüren TRT kurumunun hazırlayıp izleyiciye sunduğu bir programdır. Dizide kullanılan aksesuarların, seçilen iç ve dış mekanların modern çizgiler taşıması olağan sayılabilmektedir. Bu durum biraz da izleyiciye “nasıl bir mekanda yaşaması gerektiği” konusunda bir fikir verebilmektedir. Daha sonraki yıllarda çekilen ve kırdan kente göçün hızını sürdürdüğü 90’lı yıllara damgasını vuran ikili yaşam, geçiş dönemi yansımaları “Bizimkiler”de görülebilmektedir. Bir yandan apartman yaşamı sürdürülürken öte yandan apartman yaşamı içinde seçilen iç mekanın gelenekselliğiyle bu geçiş dönemi yansıtılabilmektedir.

“Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” dizileri arasındaki fark da anlamlıdır. Burada da dış mekanın, iş yeri düzenlenmesinin, alışveriş merkezlerinin görüldüğü ikinci dizide belirgin küresel etkiler tespit edilmiştir. Alınan puanlar hesaplandığında mekanda küresel kültür göstergesinin en yüksek olduğu dizi “İhlamurlar Altında”dır. Bu da araştırmamızın temel sorularının bir anlamda doğrulanmış bir yanıtıdır.

“Bizimkiler” ve “İhlamurlar Altında” dizilerinin karşılaştırmasında yine anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir. Mekanda “İhlamurlar Altında” dizisinin küresel mekan göstergelerinin “Bizimkiler” dizisinden farklılaşması beklenen bir sonuçtur. Küreselleşmenin etkisindeki 2006 yılının dizisinde alışveriş anlayışlarının değişmesi, bu konudaki mekanların da değişimini sağlamıştır.

V.2.2. Tüketici Davranışlarında Küresel Kültür Göstergeleri

Tüketim alışkanlığı Batı tipi tüketim kültürünü çağrıştırmaktadır. İhtiyaçların satın alınması, bu ihtiyaçların markalaşması, dünya piyasasına sunulan ürünlerin bir çok ulus –devlet halkı için biliniyor ve tercih ediliyor olması küresel tüketim kültürünün bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerele has tüketim davranışları küreselleşmeyle birlikte azalabilmekte ve genel olarak tercih edilen ürünler dünya pazarında satışa sunulan ürünlere benzeyebilmektedir. Tüketici davranışlarında bir değişimden söz edilirse, bu değişimin mekanda yaşanan tercihlerle benzer özellikler göstereceğini söylemek mümkündür. Günümüzde her ürünün bir pazarı ve o pazarda birbirinden çok farklı kültürlerden gelen alıcıları vardır. Tüketim alışkanlıkları da medya aracılığıyla pazarlanmakta ve satışa sunulmaktadır. Dünyanın bir ülkesindeki herhangi bir ürün, dünyanın diğer ucundaki kişiler tarafından bilinip tercih edilebilmektedir. Bu durum da kişilerin tüketim alışkanlıklarının küresel etkiler altında kalmasına neden olabilmektedir.

Uzmanlar grubunun her üç diziyi izledikten sonra verdikleri puanlar toplandığında üç dizi arasında tüketici davranışlarındaki küresel öğelerin durumu saptanmıştır. Her üç dizi için yapılan tespit, birbirlerinden farklı olduğu yolundadır.

Araştırmanın ikinci aşaması olan onay grubunun verdiği puanların analizine göre;

Tablo 2’de görüleceği gibi; “Bizimkiler” ve “Kaynanalar” dizilerine bakıldığında anlamlı bir farklılaşma görülmüştür. Tüketici davranışlarının küreselliği “Bizimkiler” dizisinde daha fazla olmuştur. Bu durum bize “Bizimkiler” dizisinde yeme içme alışkanlıklarının küresel öğeler taşıyor olduğuna işaret edebilir. Ancak bunun için çok net bir ifade kullanılamaz çünkü verilen mesajlar daha çok ürünlerin yerelliği üzerinedir.

Dönemsel açıdan bakıldığında “Kaynanalar” dizisinde aktörlerin giyimlerinin “Bizimkiler” dizisindeki aktörlerin bütünüyle oranlandığında daha fazla modern öğeler taşıdığını söylemek mümkündür. Yine de puanlar toplandığında beklenen bir sonuç olarak 1974 yapımı “Kaynanalar” dizisinin 1989 yapımı “Bizimkiler” dizisinden daha az küresel kültür öğelerini yansıttığını söylemek mümkündür.

“Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” dizilerinin karşılaştırılmasında p:0,016’lık bir anlamlılık bulunmuştur. Bu değer bize iki dizi arasındaki küresel kültür öğelerinin birbirlerinden farklı olduğu anlamına gelebilir.

“Bizimkiler” dizisi ile “İhlamurlar Altında” dizisinin tüketici davranışlarındaki küresel kültür göstergelerinin farklılaşmasında güçlü bir anlamlılık görülmüştür. “t” değeri küresel kültür yansımalarının “Bizimkiler” dizisinde daha ağırlıklı olduğunu göstermektedir.

V.2.3. Dizilerde Kullanılan Dilde Küresel Kültür Göstergeleri

Küresel etkiler birçok alanda olduğu gibi dilde de etkisini gösterebilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve bu teknolojinin çoğunlukla Batı kaynaklı olması dil üzerinde etkili olabilmektedir. Üçüncü dünya ülkelerinde üretilmeyen teknolojinin ithaliyle birlikte, o teknolojiyle ilgili terminoloji de ülke sınırları içine girebilmekte, ulusal dilin içine sızabilmektedir. Medyanın sunduğu yabancı programların çevirileri yapılırken; ana dilin deyimlerine sadık kalınması, yabancı dilin kurallarına ve dolayısıyla programı üreten ülkenin toplum yapısına uygun ifadelerin değiştirilmemesi, bu programları izleyen toplumun dilini de etkileyebilmektedir. Türkçe’de bu durum “Dublaj Türkçesi” olarak

adlandırılmaktadır. Küreselliğin bir başka etkisi olan bireysel düşünme, günlük konuşmalar içinde dilin kullanımında da kendini gösterebilmektedir.

Yabancı sözcüklerin Türkçe konuşmalar arasına sıkıştırılması küreselleşmenin bir sonucudur. Ekonomik ve kültürel yaşam, sanatta, sporda, tıp alanında, fen bilimleri ve sosyal bilimlerde birçok İngilizce terim kullanılmaktadır. Bu terimlerin Türkçe karşılığı olsa da birçok alanda sürekli etkileşim halinde olunması Türkçe konuşmalarda da sıklıkla yabancı sözcüklerin kullanımının görülmesine neden olmuştur.

Küreselleşmenin bir başka sonucu olan bireyselleşme sözcüklere de yansımaktadır. “Ben isterim, ben yaparım, bana ait...” gibi tanımlamalar günlük yaşam içinde daha sık kullanılır olmuştur.

Uzmanlar grubunun aldığı sonuçlara göre her üç dizide de kendi aralarındaki karşılaşmada anlamlı farklılaşma saptanmıştır. 58 kişilik onay grubunun yaptığı izleme sonrasında toplanan puanlara göre;

Tablo 2’de “Bizimkiler” dizisi ile “Kaynanalar” dizisi arasında dilin küresel kullanımı bakımından anlamlı bir farklılaşma vardır. “Bizimkiler” dizisinde bireyselliği ön plana çıkaran konuşmaların ve sözcüklerin seçiminde yabancı kökenli olanların tercih edilmesinin bir etkisi olabilmektedir.

“Bizimkiler” ve “İhlamurlar Altında” dizileri arasındaki farklılaşma da anlamlıdır. Çok güçlü olmayan bu farklılaşma da iki dizi arasında küresel dil kullanımı açısından bir farklılık olduğunu göstermektedir.

“Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” dizilerinin karşılaştırılmasında ise beklenmeyen bir sonuçla karşılaşmıştır. Küresel dil öğelerinin anlamlı bir farklılaşma sergilemesi beklenirken, tam aksine yüksek düzeyde bir anlamsızlık söz konusudur. Bu

konuda çeşitli tartışmalar geliştirilebilir. “Kaynanalar” dizisinde baş aktörün erkek otoritesi nedeniyle kullandığı sözcükler, izleyenler tarafından bireyci olarak değerlendirilmiş olabilir. Dizideki aktörün aile içindeki bütün kararları tek başına alması, kararlı olması ve bu kararlılığını sözcükleriyle anlatması, düşük çıkarak anlamlı bir farklılık yaratması beklenen küresel dil göstergesinin puanını yükseltmiş olabilir. “Kaynanalar” dizisindeki baş aktörün geleneksel baba otoritesi nedeniyle “Ben.....” sözcüğüyle başlayan ve “Benim kararım” mesajı veren konuşmaları izleyenler tarafından “bireyci” olarak algılanabilir. Bu nedenle “Kaynanalar” ve “İhlamlar Altında” dizileri arasında anlamlı bir farklılaşmanın görülmemesi beklenen bir sonuç değildir.

V.2.4. Dizideki İnsan İlişkilerinde Küresel Kültür Göstergeleri

Küreselleşmenin yarattığı çok boyutlu ilişkilerle bireyler yeni yaşama biçimlerinin ve dolayısıyla yeni düşüncülerin farkına varmışlardır. Aidiyet duygularının ve geleneğe bağlılığın zayıfladığı durumlarda, medya tarafından dayatmaya varan yeni yaşam biçimleriyle tanışmışlardır. Talavera'nın işaret ettiği gibi küresel etkiler altındaki toplumlarda aşk ve cinsel özgürlük taleplerinde artma görülmektedir. Tek ebeveynli ailelerin artması yani boşanmanın kolay kabul görmesi, kadın kimliğinin toplum içinde belirginleşmesi insan ilişkilerindeki küresel etkiler arasında sayılabilir. Günlük yaşam içindeki ilişkiler Batılılaşma eğilimleri içinde değerlendirilirken, iş yaşamında da çok uluslu şirketlerin etkisiyle geleneksel patron otoritesi yerini eşitlikçi patron-çalışan ilişkisine bırakacaktır. Tıpkı mekan ve tüketici davranışları göstergelerini değerlendirirken değinildiği gibi geleneksel iş mantığı yerini küresel ilişkiler ağındaki ilişki biçimlerine terk edecektir.

Uzmanlar ekibi tarafından yapılan değerlendirmede bütün diziler arasında, insan ilişkilerinin küresel göstergelerinde farklılaşma tespit edilmiştir. Bu sonucun onayı için yapılan çalışmada alınan sonuçlar da aynı yöndedir.

“Bizimkiler” dizisi ile “Kaynanalar” dizisi insan ilişkilerinde küresel etkiler açısından karşılaştırıldığında “Bizimkiler” dizisinin “Kaynanalar” dizisinden farklılaştığı tespit edilmiştir(Tablo 2). Baba-devlet-erkek otoritesinin belirgin olduğu “Kaynanalar” dizisinin karşısında “Bizimkiler” dizisinde artık kadın – erkek eşitliğinden, kadına söz hakkının tanınmasından, çocukların yetiştirilmesinde bireyci özelliklerin ön plana çıktığından, kız ve erkek ocuk ayrımı yapılmadığından söz etmek mümkündür. Kişiler arası ilişkilerde erkek otoritesinin “Kaynanalar” dizisine oranla daha az olduğunu söylemek de mümkündür. İş yaşamında yurt dışı bağlantılı çalışmalara başlamış ve yeni fikirlere açık hale gelen bir iş anlayışı gelişmiştir. İnsan ilişkilerinde yerel göstergeleri incelerken değinildiği gibi “Kaynanalar” dizisinde baba-devlet-erkek otoritesinin ön plana çıkması iki dizi arasındaki farklılaşmanın ana sebebi olabilir. Bunun yanında artık ocuk yetiştirmede daha eşitlikçi bir yaklaşım vardır. Bu anlamda “Bizimkiler” dizisinde yetiştirilen çocuklarda bireyci, kendine güvenen ve itaatkarlık ölçüsü çok fazla olmayan bir yaklaşımı görmek mümkün olabilmiiştir.

“Kaynanalar” ve “İhlamurlar Altında” dizilerinin arasında yapılan t testinde de yüksek bir farklılaşma görülmüştür. Tıpkı “Bizimkiler” dizisinde olduğu gibi “İhlamurlar Altında” dizisi de “Kaynanalar” dizisiyle farklılaşırken, kadın-erkek ilişkisinin, otorite unsurlarının değişiminden etkilenmiştir. Buna ek olarak “İhlamurlar Altında” dizisinde “boşanmaya olumsuz bakış”ın ortadan kalktığı, “kürtaja yüksek tolerans” geliştirildiği görülmüştür. Bunun anlamı kadınların artık kendilerini daha iyi ifade edebildiği, erkekler kadar eşit haklara sahip olduğu, kürtaj gibi kendi bedenlerine yönelik müdahalelerde ve

boşanma gibi yaşamlarını ilgilendiren konularda rahat kararlar alabildiği olarak yorumlanabilir. İş yaşamında da yeni fikirlere açıklık, yurt dışı bağlantılı şirketlerle çalışmak, patron otoritesinin yerini birlikte karar almaya bıraktığını söylemek mümkündür. “İhlamurlar Altında” dizisinde en belirgin özellik, erkeğin duygularını ifade etmedeki rahatlığıdır. “Kaynanalar” dizisinde erkek duygularını ifade etmede katı bir tutum sergilemektedir. Bu da iki dizi arasındaki farklılaşmanın sebeplerinden biri olabilir.

“Bizimkiler” dizisi ile “İhlamurlar Altında” dizisi karşılaştırıldıklarında “İhlamurlar Altında” dizisinin insan ilişkilerinin küresel boyutuyla ilgili olarak farklılaştığı görülmüştür. “Bizimkiler” dizisinde “büyükbaba-büyük anne otoritesinin devamlılığı”, “aktörlerin yakın akrabalarıyla olan ilişkilerindeki yerellik” unsurları iki dizi arasında farklılaşmaya neden olmuştur. Her iki dizide de küresel etkiler söz konusudur. 1989 yapımı “Bizimkiler” dizisi için geçiş dönemini yansıttığını söylemek mümkündür. Bir yandan bazı küresel değerler belirginleşirken, diğer yandan bazı yerel özelliklerin yansıtılması söz konusudur. “Bizimkiler” dizisinde iş yaşamında ve kadın-erkek ilişkilerinde küresel yargılara verilen puanlar yüksekken, aile ilişkilerinde yerelliğin korunduğu gözlenmiştir. İhlamurlar Altına dizisinde ise aile içi ilişkilerde küresel yargılar yüksek puan almıştır. Bu durumda iki dizi arasında anlamlı bir farklılaşma ortaya çıkmıştır.

YEREL KÜLTÜR GÖSTERGELERİ	KAYNANALAR X	BİZİMKİLER X	IHLAMURLAR ALTINDA X	Ta	Tb	Tc	Pa	Pb	Pc
Mekan	1,33	2,09	2,32	5,9623	6,432	1,565	0,00	0,00	0,14
Tüketim Alışkanlıkları	2,61	2,81	1,87	1,135	4,005	5,911	0,19	0,00	0,00
Dil	3,42	2,44	1,93	5,2574	10,641	4,824	0,00	0,00	0,00,
İnsan İlişkileri	1,74	2,31	1,92	5,502	1,533	3,617	0,00	0,13	0,01

a: Kaynanalar - Bizimkiler

b:Kaynanalar - Ihlamurlar Altında

c: Bizimkiler - Ihlamurlar Altında

p :0.00

TABLO 1

KÜRESEL KÜLTÜR GÖSTERGELERİ	KAYNANALAR X	BİZİMKİLER X	IHLAMURLAR ALTINDA X	Ta	Tb	Tc	Pa	Pb	Pc
Mekan	1,92	2,74	3,46	7,361	10,02	5,313	0,00	0,00	0,00
Tüketim Alışkanlıkları	2,56	2,03	2,98	-3,202	2,409	6,167	0,02	0,02	0,00
Dil	2,93	2,07	2,78	-3,988	0,793	2,891	0,00	0,43	0,01
İnsan İlişkileri	1,27	2,26	2,92	12,066	15,72	6,185	0,00	0,00	0,00

a: Kaynanalar - Bizimkiler

b: Kaynanalar - Ihlamurlar Altında

c: Bizimkiler - Ihlamurlar Altında

p:0.00

TABLO 2

SONUÇ

Küreselleşme birçok alanda olduğu gibi kültür alanında da çeşitli etkilere neden olabilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşmenin ekonomik ve politik etkilerinin yanında kültürel etkilerinden söz etmek yanlış olmayacaktır. Küreselleşmenin kültürel etkisinin kaçınılmazlığı, hem dünyanın homojenleşeceğini iddia eden küreselleşme savunucuları tarafından hem de heterojenleşmenin gerçekleşeceğini iddia edenler tarafından kabul görmektedir. Küreselleşme sürecindeki siyasi ve ekonomik değişimler de kültür boyutundan izlenebilir. Araştırmada küreselleşme sürecinin en büyük yaygınlaştırıcısının medya olduğu kabul edilmiştir. İster ekonomik ister politik olsun toplumsal yapıya ilişkin tüm dönüşümler medya yoluyla sunulmakta ve medyadan sunulan yeni yaklaşımlar yeni bir kültürün oluşmasına ve yayılmasına imkan tanımaktadır.

Dünyada ve Türkiye’de geçirdiği sürece bakıldığında, bireyler ve toplumlar üzerinde büyük etkisi olduğu görülen televizyonun kültürel bir ekim gücünün olması kaçınılmazdır. Bu ekim gücü iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesini de arkasına alarak her eve girebilmekte, her bireye istediği zaman dilimlerinde ulaşabilmektedir. Ulaştığı kitlelere kendi çerçevesi içinde belirli bir kültür sunabilmektedir. Araştırmanın kuramsal bölümünde aktarıldığı gibi televizyon ortaya çıktığı ilk dönemde devletlerin “ideolojik aygıtları” olma özelliğiyle gündeme gelmiştir. Ulus-devletler çağının yükseldiği 40’lı yıllarda radyo ve daha sonra televizyon ulus-devletin birer yayın organı olarak ortak bilinci geliştirme, ortak tarihi güvenilir kılma ve ortak dili yayma amaçlarıyla kullanılmıştır. ABD dışındaki birçok ülkede kamu yayıncılığı esas olarak kabul edilmiş ve devlet gözetiminde yayın yapan televizyon kuruluşları halka istedikleri çerçevede yayınlarını aktarmışlardır.

Küreselleşme etkilerinin artmaya başladığı 80'li yıllarda artık ticari televizyonların varlığından söz edilmeye başlanmıştır. Ticari televizyonların ya da araştırma boyunca kullanılan biçimiyle özel televizyonların ana yaklaşımı kamu yayıncılığından farklıdır. Bu farklılık hızlı haber aktarma, hızlı program üretme ve kamu yayıncılığının temel ilkesi olan eğitim ve kültür programlarından uzaklaşarak halkı eğlendirecek ve televizyonun karşısında daha fazla zaman harcamalarını sağlayacak nitelikteki eğlence programlarına yer vermek olarak kendini göstermiştir. Özel televizyonların bu yaklaşımı bütün dünyada etkili olan küreselleşmenin bir yansıması olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu noktadan hareketle araştırmada özel televizyonların kültür ekme biçimlerinden çok ettikleri kültürün niteliği üzerinde durulmuştur.

Modern kültür-geleneksel kültür eksenini Türkiye'de kamu yayıncılığı sırasında gözlenebilecek bir olguyken artık küresel kültürün karşısında yerel kültürden söz edilmektedir. Modernist yaklaşımla bakıldığında kültürün temel özelliği ulusallıdır. Uygarlık evrensel nitelikleri ile tanımlanırken kültür kimlik belirten özelliği ile ön plana çıkar. Batı modernleşme serüveni içerisinde modernliğin karşısına geleneği yerleştirmiştir. Kültürel bir görünüm olan gelenek, modernlikle sürekli aşılın ve hatta "gereksizleşen" bir özellik taşımaktadır. Bu nedenle Batı, Batılı olmayan toplumları tanımlarken "geleneksel" ibaresini sıklıkla kullanmıştır. Uygarlaşmanın-modernleşmenin önündeki engel olarak görülen geleneksellik er geç modernleşecek ve dolayısıyla tüm toplumlar aynı aşamaya varacaklardır. Tabii bu arada Batı hep önde ve öncü olduğu içinde aradaki fark hiç kapanmayacaktır. Batılı olmayan toplumlar açısından ise kültür ulusal bir kimlik niteliği taşıyacaktır. Dolayısıyla Batılı ya da modern olmak isteyen tüm toplumlar için kültürel özelliklerin yeniden inşa edilmesi gerekmektedir. Gelenek kavramı da tamda bu nedenle Batı'dan farklı bir anlam taşıyacaktır. Gelenek kültürün ve kimliğin en önemli niteliği

olduğu için aşılması gereken bir unsur mu yoksa korunması gereken bir unsur mu olduğu sorusu çelişik bir biçimde karşımıza çıkacaktır. Medya temel toplumsal bir güç olarak tanımlanmaya başladığı andan itibaren toplumsal kültürün inşası ve yaygınlaştırılması açısından en önemli araçlardan biri olarak düşünülmüştür. Batılı olmayan toplumlar için de ulusal kültürün inşası ve modern Batı ile bütünleşmede gerekli olan unsurlardan biri olarak görülmüştür. Küreselleşme sürecinde medyaya ve onun kültürel kod üreten özelliklerine vurgu daha da artmıştır. Hani neredeyse medya süreci belirleyen tek güç olarak dahi düşünülmüştür. Bu nedenle çalışmada medya – incelenen kısmıyla televizyon.- küreselleşme sürecinde de küresel-yerel kültürün üretildiği, yaygınlaştırıldığı bir alan olarak düşünülmüştür. “Televizyonların birer kültür ekme araçları olduğu” düşüncesinden hareketle, küresel kültürü ve onun karşısına çıkan yerel kültürü incelemek için televizyonu izlemek ve onun sunduğu programların kodlarını çözmek gerekliliği doğmuştur. Bu yaklaşımla Türk televizyonlarında sunulan kültürün yerelliğini ve küreselliğini saptamak mümkün olacaktır. En iyi ifadesini medyada bulan küresel kültürü niteleyebilmek için belirlediğimiz yargılar literatür taraması sırasında karşımıza çıkan kültür göstergeleri içinden belirlenmiştir. Bu kültür göstergelerinin bir kültürü tanımlamakta yardımcı unsurlar olduğu kabul edilmiştir. Bireylerin yaşam biçimlerini ve stillerini yansıtan mekan, önemli bir kültürel gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Mekanın tanımlanması televizyon programlarında tercih edilen kültürün küresel ya da yerel olduğu mesajını içinde barındırabilmektedir. Televizyon programlarında kullanılan iç mekan aksesuarları, dış mekanın seçimi ve program süresince izler-kitleye sunulan dekor, o programın hangi kültür dilini benimsediğinin de bir göstergesi olabilmektedir. Bu göstergeden hareketle, araştırmamızda Türk Özel televizyonlarında mekan seçiminin dönemsel olarak anlamlı bir farklılaşma göstermiş olduğu bulgulanmıştır. Araştırmanın

bulgular bölümünde de yer verildiği gibi modernite çalışmalarının hızla sürdüğü 1974 yılında hazırlanan televizyon programında görülebileceği gibi, kamu yayıncılığı ilkesine uygun olarak mekanda modern çizgilerin varlığı ön plana çıkarılmıştır. Buradaki temel amaç Türk insanına modern ve çağdaş yaşamın gereklerinin Batı tarzı iç mekan düzenlemesini ve dönemin gelişmiş teknolojilerinin kullanımının yaygınlaştırılmasını sağlamak olarak tanımlanabilir. 1989 yılında hazırlanan diğer televizyon programı incelendiğinde Türk insanının sadece Batı tarzı modern yaşamı sürdürmediği gerçeği televizyon ekranlarında da kendine yer bulabilmiştir. Geleneksel yapıyla Batı tarzı yaşam bir arada sürmektedir. Geçiş toplumlarında görülebilecek bütün unsurlar, küreselleşme sürecine yavaş yavaş dahil olan Türk toplumun yaşam alışkanlıklarının ekrana yansımada biçiminde de gözlenebilmiştir. 2005 yapımı bir başka televizyon programında ise hem küresel hem de yerel kültür etkilerini bir araya toplayan ancak özellikle iş yaşamında küresel eğilimlerin daha fazla olduğu mekan seçimlerinin varlığı, içinde yaşadığımız dönemin özelliklerini de yansıtır niteliktedir.

Araştırmada tanımlanan bir başka kültür göstergesi olan dil ise içinde bulundurduğu sözcükler ve sözcük ögelerinin sıralanışıyla temsil edilen kültürün niteliklerini belirlemeye yönelik yardımcı bir unsurdur. 1974 yılında Anadolu'dan çıkıp Başkente gelen ve başkente başarıya ulaşan bir iş adamının yerel ağızla konuşmayı sürdürdüğü, bu konuşmaları sırasında ulus-devleti yücelten ve Türk ulusunun bir bireyi olmakla övünen sözcükleri seçen başkarakter, o dönemin yerel kültürünün dil boyutunda önemini vurgulayabilmektedir. Günümüzde modernliğin karşılığı küresellik, gelenekselin karşılığı ise yerellik olarak kabul edilirse, 1974 yılında hazırlanan televizyon programında, dilde yerel kültür ögelerinin ön plana çıkarılması; bir yandan modernleşirken bir yandan da geleneklerine bağlılığın varlığını yansıtmaya bakımından önemlidir. 1989 yapımı

televizyon programı dil açısından incelenirken, mekan göstergesinde olduğu gibi yine bir geçiş dönemini yansıttığı tespit edilmiştir. Bu programda yöresel ağızla konuşan, seçtiği sözcüklerle geleneklere bağlılığını vurgulayan karakterler bulunurken, artık devlet otoritesini ön plana çıkaran ve ulus-devlet anlayışının yansımalarını barındıran sözcüklerden uzaklaşmıştır. Aktörlerin giderek daha bireyselleştiği görülmüştür. 2005 yapımı televizyon programı diğer programlarla karşılaştırıldığında sözcük seçimlerinden anlaşıldığı gibi küresel etkilerin arttığı, yabancı sözcüklerin kullanılmaya başlandığı, bireyselliği öne çıkaran düşünüş biçiminin dile yansıdığı tespit edilmiştir.

Tüketim alışkanlıklarının değişimi kültürün niteliğini belirlemeye yarayan bir başka unsurdur. Tüketici davranışları incelendiğinde bir kültürün nasıl bir değişim süreci içinde olduğunu betimleyebilmek mümkün olabilecektir. Bu amaçla araştırmanın kültürel göstergeleri arasında tüketici davranışlarını tanımlamaya ilişkin temel yargılar belirlenmiştir. 1974 yapımı televizyon programında çok açık bir mesaj verilmektedir. “Yerli olan tercih edilmelidir” mesajı program süresince izler-kitleye sunulmaktadır. Bu durum kamu yayıncılığı hizmetini sürdüren TRT’nin genel yayın esaslarından biri olarak dizi içinde varolmaktadır. Yabancı ürünlerin reddedilmesi ve bunun karşısına çıkarılan yerli ürünün yüceltilmesi o dönemin ulus-devlet anlayışıyla da örtüşmektedir. Gelenek bağlamında tüketim alışkanlıklarımızın modern-Batılı olanla uyumsuzluğu ve “bize ait olanın değerliliği ve korunması gerekliliği” üst bir ulusal kültür anlayışı ile perçinlenmeye çalışılmıştır. Bu tutumu kılık kıyafet ve yeme içme davranışları açısından görmekte mümkündür. Çağdaş alışveriş merkezlerinin henüz varlık göstermediği bu dönemde daha geleneksel alışveriş mekanlarının var olduğunu söylemek de yanlış olmayacaktır. 1989’da hazırlanan televizyon programındaki mesajlar artık Türk insanın yaşamına fast-food olarak adlandırılan Batı tarzı beslenme alışkanlıklarının girdiğini göstermektedir. Artık

hamburgerden bahsedilmekte, aile bireyleri ayrı zamanlarda yemek yemeyi sürdürebilmekte, evin dışında yemek yeme alışkanlığının olabileceği mesajı verilmektedir. Bu dönemde uyumsuzluk üzerine vurgu yerine ikisinin birlikteliği daha nötr bir şekilde kurgulanmaktadır. Giyim tarzında yine geçiş dönemine uygun olarak geleneksel ve modern giyim tarzı bir arada var olmaktadır. Bu program tüketici davranışları açısından modern-küresel ve ulusal-yerel kültür göstergelerini, bir arada bulundurmaktadır. 2005 yılı yapımı televizyon programı kamu yayıncılığını sürdürmeyen ticari amaçlı özel televizyon kanallarından biri tarafından hazırlanmaktadır. Bu durum kamu yayıncılığı genel yayın esaslarına uygun hareket etmeme olanağını sağlamaktadır. Sözü edilen programa bakıldığında tüketici alışkanlıklarının küresel kültür etkilerine daha fazla açık olduğu gözlenebilmektedir. Giyimlerin modern çizgilere açık olması, marka seçimi, yabancı ürünlerin tepki toplamaması, bir arada yenilen akşam yemeği görüntülerine fazla yer verilmemesi yerel kültürün ekilmesi anlamında daha az bir netlik göstermektedir. Buna karşın sözü edilen dönemde artık yeme içme alışkanlıklarının geleneksel öğeler taşımadığını söylemek de mümkün değildir. Ancak programın izlenen bölümünde gözlenen temel mesaj, yabancı ürünlere tepki duyulmaması ve bireylerin yeme içme alışkanlıklarının geçmişe göre değişim göstermesidir.

Kültürel göstergeler içinde en kapsamlı olanı insan ilişkileridir. İnsan ilişkilerinin birçok alt boyutu vardır. Kadın – erkek ilişkileri, ebeveyn- çocuk ilişkileri, işveren – işçi ilişkileri, hemşehrilik ve akrabalık ilişkileri ve çoğaltılabilecek birçok ilişki türü, “insan ilişkileri “ başlığı altında toplanabilir. Geleneksel toplumlarda aile başlıca temadır ve aile onurunun korunması başlıca amaçtır. Aile çocuklarını itaatkar, dini kurallara bağlı, otoriteye saygılı ve bağımlı yetiştirir. Bu toplumlarda boşanmaya ve kürtaja karşı şiddetli bir tepki vardır. Kadının iş yaşamında ve evde geri planda

bırakılması, erkek egemenliğinin belirgin olması, erkek- baba- devlet otoritesinin birbirini tamamlaması görülebilecek temel unsurlardandır. Modern toplumlarda ise bunun aksine kadın ve erkeğin eşit yaşadığı, iş yaşamında rekabetin arttığı, çocukların yaşları ne olursa olsun kendilerine güvenen bireyler olarak yetiştirilmeye çalışıldığı bir toplum modeli sunulmaktadır. Bu davranış biçimlerinden hareketle insan ilişkilerinin çok kapsamlılığı belirlenen temel yargılarla giderilmeye çalışılmıştır. Geleneksel ve modern toplumun birbirinden ayırt edecek; eşitlik- otorite- çocuk yetiştirme- bireycilik ve aile yapısı kavramları hazırlanan yargı cümleleriyle tespit edilmiştir. Bu yargılar, her üç dönemin televizyon programlarında aranmış ve ortaya çıkan sonuçlara göre 1974 yapımı televizyon programının, hazırlandığı dönemi yansıtır nitelikte “erkek- devlet- baba” otoritesine fazlasıyla bağlı kaldığı tespit edilmiştir. Erkeğin sözlü ya da fiziksel şiddeti kabul edilebilir gösterilmekte, çocukların itaatkar yetiştirilmesi vurgulanmakta, iş yaşamında patron otoritesinin varlığı kabul edilmektedir.

1989 yapımı televizyon programı yine geçiş döneminin bir görüntüsü olarak her iki kültür biçimini de içinde barındırabilmektedir. İtaatkar yetiştirilen çocukların, ailede büyük kardeş ve baba otoritesinin varlığının yanında, artık kız ve erkek çocuklarına eşit davranılması, kimi zaman ötekilerle mahremiyetin korunması kimi zaman da mahrem alanın ihlal edilmesi, iş yaşamında patron otoritesinin varlığı vurgulanırken küresel sistemin bir ölçütü olan yeni fikirlere ve önerilere açık olunması her iki kültürün özelliklerini yansıtır biçimde gözönüne serilmektedir. Günümüzü yansıtan televizyon programında ise diğer dönemlere oranla küresel etkilerin özellikle insan ilişkileri boyutunda daha belirgin olduğunu söylemek mümkündür. Duygularını ifade etmekten rahatsızlık duymayan erkek modelinin vurgulanması, evlilik dışı ilişkilerin onaylanmasa da varlığından söz edilebilmesi, boşanmanın rahatça konuşulması, kürtaja kimi yerde tepki

gösterilirken, gerekli olduğu durumlarda kabul edilebilir bir yaklaşım sergilenmesi bu yapının küresel etkiler altında olduğunun bir göstergesidir. Bunun yanında iş yaşamı kadın ve erkeğin belli bir otorite ortaya koymadan bir arada var olabildiği bir alan olarak sunulmakta, acımasız rekabet ortamı yüceltilmekte, yurt dışı için çalışan şirketlere yer verilmekte, ötekilerle ilişkilerde daha bireyci tavırlar sergilenebilmektedir.

Sonuç olarak araştırmamızın temel sayıtları olan “televizyon kültür ekme aracıdır” ve “televizyonlardan ekilen kültür mekan, tüketici davranışları, dil ve insan ilişkileri boyutundaki kültürel göstergelerle tespit edilebilir” yaklaşımlarından yola çıkarak oluşturduğumuz kültür göstergeleri Türk Özel Televizyonlarında gözlenebilmiş, küresel ve yerel kültür özellikleri betimlenebilmiştir.

Bütün bu betimlemelerden sonra Türk toplumunda kültürün televizyon ekranlarına yansıma biçiminin, ulus-devletin ön plana çıkarıldığı 1970’li yıllarda ulusal kültür öğelerini taşıdığını, bir geçiş dönemi olarak adlandırılabilen 1980’li yıllarda bir yandan küreselleşme etkisindeyken öte yanda gelenekselin var olduğunu kabul etmeye yönelik bir görüntüsünün olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmanın temel amacı olan Türk Özel Televizyonlarında küresel ve yerel kültürü betimlediğimiz 2005-2006 döneminde ise küresel kültürün ön plana çıkmış ve özellikle insan ilişkileri boyutundaki kültür göstergelerinin küreselleşmeye daha yakın olarak belirlenmiştir. Eagleton’ın söylediği gibi artık bireysel kimlik, ulusal kimliğin önüne geçmiştir. Duyuş, düşünüş, davranış tarzlarının dünya ölçeğinde standartlaşmasından söz edilirken, kültürlerin benzeşmesinde medya önemli bir rol üstlenmiştir. Daha önce ulusa ve ulusal kültüre vurgu yapan televizyon programları, küresel etkilerin yansıtıldığı bir alan haline gelmiştir. 1970’li ve 80’li yıllarda kamu yayıncılığının genel yayın esasları gereğince hazırladığı

programlarda ulusa, ulusal bilince, ulusal kimliğe yönelik programlar hazırlanırken, özel televizyonlarda bireye vurgu yapan programlara yer verilmektedir.

Bu açıdan bakıldığında Türk toplumunun, küreselleşme sürecinde dünya sistemine eklemlenme çabası olarak değerlendirilebilir. Bu eklemlenmede kitle iletişim araçları büyük rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçlarının küreselleşmenin iki temel özelliği olan homojenleşme ve heterojenleşme özellikleri bağlamında iki uçlu bir rol oynadığı söylenebilir. Bir yanda tüm dünyadaki gelişmelere paralel olarak kamu yayıncılığında özel yayıncılığa ve küresel yayın ağlarına dahil olma süreci, diğer yanda küresel ortak kültürün öğelerinin televizyon programları aracılığı ile yeniden üretilmesi.

Türkiye’de kültürel görünümler açısından tüketim alışkanlıklarının değiştiğini, fast-food kültürünün yaygınlaştığını, insan ilişkilerinde boşanma, kürtaj ve kadın-erkek eşitliğinin kabul gördüğünü söylemek mümkündür. Türk toplumu için değişim sayılabilecek bu özellikler küresel gelişmeler sürecinde gerçekleşmiştir. Bu süreçte Türkiye’nin toplulukçu, eşitlikçi ve kültürel değerlerde “birey”i ön plana çıkaran değerlerle birlikte varolduğunu göstermektedir. Elbette bu süreç; Türkiye’nin yaşadığı modernleşme süreciyle, modernleşmeye yönelik değerlerle ve modernlikle kesişen küresel değerlerle açıklanabilir.

Ancak diğer yandan ulusal kültür karşısında heterojenliği ön plana çıkaran küreselleşme yerele vurgu yapmakta bu da kültürün yeni bağlamıyla yeniden bir okumaya tabii tutulmasını gerekli kılmaktadır. Türk toplumundaki değişimin yönü tamamıyla küresel kültürel değerlerle bütünleşme ve homojenleşmeyle bağlantılı olarak açıklanamaz. Çünkü küresel olanın aynı zamanda yerellikleri tetiklemektedir. Bu durum hem geleneksel olanın yerel olarak okunmasını sağlamakta hem de ulusal olanın üst bir dille kurgulanması

yerine otantik ve safçı kültür özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Televizyonda benzer bir düzlemde programlar üreterek sürecin aktörü ve parçası haline dönüşmektedir.

Küreselleşme sürecinde Türk özel televizyonlarının küresel bir medya haline geldiğini söylemek mümkündür. Televizyonun izler-kitle üzerindeki etkisi belirgindir. Hangi televizyon kanalı olursa olsun yayın yapılan alanla ilgili olarak kendi izleyicisini bulur ve onun beğenisine yönelik program üretmeyi sürdürür. Türkiye’de Batı’nın değerleriyle şekillenen homojen ve baskın bir kültürün bu küresel medya aracılığıyla sunumu söz konusudur. Böylelikle Türk toplumunun kültürünün medyaya yansıma biçimi baskın küresel kültürün yerel kültürle bir arada sunulduğu “melez program” yapısıyla ortaya çıkabilmektedir. Hatta bu süreçte modern kültür gelenekselleşmeyle, küresel kültür yerelleşmeyle bir arada sunulabilmektedir. Farklı kültürel özellikler iç içe var olabildiğinden, birbirinden kesin sınırlarla ayırt edebilmek güçleşmektedir. Bu durum Türk toplumunun modernleşme serüveni ile yakından bağlantılıdır. Modernleşme sürecini henüz tamamlamamış olan Türk toplumu, modern-küresel, geleneksel-yerelle ait tüm kültürel özellikleri parçalı bir biçimde bünyesinde barındırabilmekte; bu yönüyle Batı’da gelişen modernleşme deneyiminden ve küreselleşmeden etkilenme biçimlerinden farklılık göstermektedir. Bu nedenle Türk toplumuna ilişkin olarak bu boyutları netleştirmeye yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Yine çalışmamızda edilgen konumda kabul edilen izler-kitlenin televizyonlarda sunulan kültürden nasıl etkilendiği yönünde de yapılacak çalışmalar konunun bir bütünlük içinde değerlendirilmesini olanaklı hale getirecektir.

KAYNAKÇA

- AKDEMİR, Müslim (2002) “Küreselleşme Ve Kültürel Kimlik Sorunu”.
 Http://Sosyalbilimler.Atauni.Edu.Tr. 25.11.2005
- ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan (2002) *Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Erk Yayınları:
 Ankara.
- ALEMDAR, Korkmaz ve KAYA, İrfan. (1993) *Radyo ve Televizyonda Düzen*. TOBB
 Yayınları: Ankara.
- ALTUNTAŞ, Nezahat (2004) “Yıldız Sönmeyen Bir İdeoloji: Milliyetçilik 173 - 190”.
Doğu Batı Dergisi. Sayı 30 – “İdeolojiler 3”. Doğu Batı Yayınları: Ankara.
- ANDERSON, Benedict (2004) *Hayali Cemaatler*. (Çev. İskender Savaşır). Metis
 Yayınları: İstanbul,
- AZİZ, Aysel (1999) *Türk Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*. TRT Eğitim Dairesi
 Başkanlığı Yayınları: Ankara
- BALCI, Ali (2004) *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Pegem
 Yayıncılık: Ankara
- BAŞTÜRK, Şenol (2003) “Bir Olgu Olarak Küreselleşme: Sorunlar ve Bir Çözüm Önerisi
 – Küresel Yönetişim”. www.isguc.org. 25.11.2005
- BAUDRILLARD, Jean (2004) *Tüketim Toplumu*. (Çev: Hazal Deliceçaylı – Ferda
 Keskin)Ayrıntı Yayınları: İstanbul

- BERGER, Peter. (2003) “Küreselleşmenin Kültürel Dinamikleri 9-27”. *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme: Çağdaş Dünyada Küresel Çeşitlilik*. Edi. Peter Berger ve Samuel Huntington. Çev. Ayla Ortaç. Kitap Yayınevi: İstanbul
- BOURDIEU, Pierre (1997) *Televizyon Üzerine*. (Çev. Turgay Ilgaz). Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- CANKAYA, Özden. (2003) *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT 1927 - 2000*. Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- CARR, Edward Hallet (1999) *Milliyetçilik ve Sonrası*. (Çev. Osman Akınhay). İletişim Yayınları: İstanbul
- CASTELLS, Manuel (2005) *Ağ Toplumunun Yükselişi*. (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- CHARON, Jean Marie (1992) “İletişim Araçlarında Devlet Müdahalesi 241-242”. *Medya Dünyası*. Der. Jean Marie Charon. (Çev. Oya Tatlıpınar) İletişim yayınları: İstanbul.
- CHOMSKY, Noam ve HERMAN, Edward (2004) “Propoganda Modeli”. *Medyanın Kamuoyu İmalatı*. Der. Noam Chomsky, Edward Herman, David Peterson ve Justin Podor. (çev. Adnan Köymen, Ebru Kalak, Hale Alpmen, Özge İnciler, Işıl Esendir). Chiviyazıları Yayınevi (nemesis kitaplığı):İstanbul
- COHEN, Jonathan (2005) “Global and Local Viewing Experiences in The Age of Multichannel Television: The İsraili Experience”. *Communication Theory* www.proquest.umi.com. 30.01.2006
- COŞKUN, İsmail (1997) *Modern Devletin Doğuşu*. Der Yayınları: İstanbul

ÇAPLI, Bülent (2001a) *Televizyon ve Siyasal Sistem*. İmge Kitabevi: Ankara

ÇAPLI, Bülent (2001b) “Yayıncılığın Sayısallaşması- Belirsizlikler 79- 92”.

Medya Politikaları. Der. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı.

İmge Kitabevi: Ankara

ÇAPLI, Bülent (2002) *Medya ve Etik*. İmge Kitabevi: Ankara

ÇETİN, Halis (2003) “Gelenek ve değişim Arasında Kriz: Türk Modernleşmesi 11- 40”.

Doğu Batı Dergisi Sayı: 25- “Modernliğin Gölgesinde Gelenek”. Doğu Batı

Yayımları: Ankara

EAGLETON, Terry (2005) *Kültür Yorumları*. Ayrıntı Yayınları: İstanbul

ELIAS, Norbert (2000), *Uygarlık Süreci*, İletişim Yayınları, İstanbul

ESMER, Yılmaz (1999) *Devrim, Evrim, Statüko: Türkiye’de Sosyal, Siyasal, Ekonomik Değerler*. Tesev: İstanbul

GERBNER, George ve GROSS, Larry (1976) “Living with Television: The Violence Profile”, *Journal of Communication*, V:6, I:2, s:172-194, June 1976. 22.07.2006

GERBNER, George. GROSS Larry. JACKSON-BEECK, Marilyn. JEFFRIES-FOX, Suzanne. SIGNORIELLI, Nancy (1978) “Cultural Indicators: Violence Profile No.9”, *Journal of Communication*, V:28, I:3, s:176-207, September 1978. 22.07.2006

GERBNER, George (1998) “The Story We Tell”, *Kültür ve İletişim*, S.1, sayfa: 17-30, Kış 1998, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları

GERBNER, George (2000a) “The Cultivation Theory” www.nimbus.temple.edu.

20.11.2005

- GERBNER, George (2000b) "Reclaiming Our Cultural Mythology: The Mean World Syndrome: Television's Global Marketing Strategy Creates a Damaging and Alienated Window on The World". www.sfsu.edu . 20.11.2005
- GİDDENS, Anthony (2000) *Elimizden Kaçıp Giden Dünya: Küreselleşme Hayatımızı Nasıl Yeniden Şekillendiriyor?* (Çev. Osman Akınhay) Alfa/Aktüel Kitabevleri: İstanbul
- GİDDENS, Anthony (2004) *Modernliğin Sonuçları*. (çev. Ersin Kuşdil) Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- GÖKALP, Ziya (1963) *Türkçülüğün Esasları*. Varlık Yayınları. İstanbul
- GÖLE, Nilüfer (1998) "Batı -Dışı Modernlik Üzerine Bir İlk Desen 55-62", *Doğu Batı Dergisi Sayı:2 Doğu Ne Batı Ne?*, Doğu Batı Yayınları, Ankara
- GÖLE, Nilüfer (2002) *Melez Desenler*, Metis Yayınları. İstanbul
- HALL, Stuart (1995) "Yeni Zamanların Anlamı 105- 118". *Yeni Zamanlar:1990'larda Politikanın Değişen Çehresi*. Çev. Abdullah Yılmaz. Der. Stuart Hall ve Martin Jaques. Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- HALL, Stuart (1997) "İdeoloji ve İletişim Kuramı 101- 126". *Medya, Kültür, Siyaset*. (Çev. Ahmet Gürata) Der. Süleyman İrvan. Alp Yayınevi: Ankara
- HALL, Stuart (1998) "Yerel Ve Küresel: Küreselleşme Ve Etniklik 39- 62" *Kültür, Küreselleşme Ve Dünya Sistemi* (Çev. Gülcen Keskin, Ümit Hüsrev Yolsal). der. Anthony King, Bilim ve Sanat Yayınları:Ankara

- HELD, David (1995) “Ulus Devletin Çöküşü”. *Yeni Zamanlar:1990’larda Politikanın Değişen Çehresi*. (Çev. Abdullah Yılmaz) Der. Stuart Hall ve Martin Jaques. Ayrıntı Yayınları. İstanbul
- HSIAO, Hsin-Huang Michael (2003) “ Tayvan’da Kültürel Küreselleşme ve Yerelleşme 56 - 75”. *Bir Küre Bin Bir küreselleşme: Çağdaş Dünyada Küresel Çeşitlilik*. (Çev. Ayla Ortaç) Edi. Peter Berger ve Samuel Huntington. Kitap Yayınevi: İstanbul
- HOBSBAWN, Eric (2003a) *Devrim Çağı: 1789-1848*. (çev. Bahadır Sina Şener) Dost Kitabevi: Ankara
- HOBSBAWN, Eric (2003b) *İmparatorluk Çağı: 1875-1914*. (çev. Vedat Arslan). Dost Kitabevi: Ankara
- INGLEHART,Ronald ve BAKER, Wayne (2000) “Modernization, Culturel Change and Persistence of Traditional Values 19-51”. *American Sociological Review*, sayı:65.www.worldvaluessurvey.org. 25.03.2006
- INGLEHART, Ronald (2000) “Globalization and Post Modern Values 215-228”. *The Washington Quarterly*. sayı: 23. www.worldvaluessurvey.org. 25.03.2006
- KEJANLIOĞLU, Beybin (2004) *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*. İmge Kitabevi:Ankara
- KEYMAN, Fuat ve ÖZBUDUN, Ergun (2003) “Türkiye’de Kültürel Küreselleşme 303-327”. *Bir Küre Bin Bir küreselleşme: Çağdaş Dünyada Küresel Çeşitlilik*. Edi. Peter Berger ve Samuel Huntington. (Çev. Ayla Ortaç) Kitap Yayınevi: İstanbul
- KLITE, Paul. “TV News and The Culture of Violence”. www.bigmedia.org. 14.12.2005

- KONGAR, Emre “Küreselleşme, Mikro Milliyetçilik, Çok Kültürlülük, Anayasal Vatandaşlık”. www.kongar.org/makaleler.19.11.2005
- KONGAR, Emre (1997) “Küreselleşme Ve Kültürel Farklılıklar Çerçevesinde Ulusal Kültür”. www.kongar.org/makaleler.19.11.2005
- KÖMEÇOĞLU, Uğur (2002) “Küreselleşme, Moderleşme ve Modernlik 11- 26”. *Doğu Batı Dergisi*. Sayı:18-“Dünya Neyi Tartışıyor? I - Küreselleşme”. Doğu Batı Yayınları: Ankara
- LATOUCHE, Serge (1993) *Dünyanın Batılılaşması: Gezegenimizin Bir Örnekleşmesinin Anlamı, Önemi ve Sınırları Üstüne Bir Deneme*. (Çev. Temel Keşoğlu). Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- LUNDBY, Knut ve RONNING Helge (1997) “Medya-Kültür-İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması 5-28”. Çev. Nilgün Gürkan. *Medya, Kültür, Siyaset*. Der. Süleyman İrvan. Alp Yayınevi:Ankara
- MATTELARD, Armand (2001) *İletişimin Dünyasallaşması*. (Çev. Halime Yücel). İletişim Yayınları: İstanbul
- MANDER, Jerry. “The Dark Side of Globalization: What The Media are Missing”. www.proquest.umi.com. 13.10.2005
- MCLUHAN, Marshall ve POVERS Bruce R (2001) *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. (Çev. Bahar Öcal Düzgören). Scala Yayıncılık: İstanbul

MCMILLIN, Divya (2003) "Television, Gender and Labor in The Global City. Journal of Communication"; *ProQuest Social Science Journals*. www.proquest.umi.com.

24.11.2005

MCQUAİL, Denis ve WİNDAHL, Sven (1997) *Kitle İletişim Modelleri*. "Çev. Mehmet Küçükkurt" İmge Kitabevi: Ankara

MORLEY, David ve ROBİNS, Kevin (1999) *Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar*. (Çev. Emrehan Zeybekoğlu). Ayrıntı Yayınları: İstanbul

MUTLU, Erol (1999) *Televizyon ve Toplum*. TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı: Ankara

MUTLU, Erol (2001) "Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali 23-78". *Medya Politikaları*. Der. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk, Gülseren Adaklı. İmge Kitabevi: Ankara

MUTLU, Erol (2005) *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ütopya Yayınevi: Ankara.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1997) "Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı 379-392". (Çev. Süleyman İrvan). *Medya, Kültür, Siyaset*. Der. Süleyman İrvan. Alp Yayınevi: Ankara

O'SULLIVAN, John (2004) "The Role of Media at A Time of Global Crisis". *International Journal of World Peace*" www.proquest.umi.com.

28.09.2005

ÖZBUDUN, Sibel (2003) *Kültürel Haller: Geçmişte, Ötelerde, Günümüzde*. Ütopya Yayınevi: Ankara

- ROBERTSON, Roland (1999). *Küreselleşme, Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*. (Çev. Ümit Hüsrev Yolsal). Bilim ve Sanat yayınları: Ankara.
- SARIBAY, Ali Yaşar (1995) *Post Modernite, Sivil Toplum ve İslam*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- SARIBAY Ali Yaşar (2000) “Küreselleşme, Postmodern Uluslaşma Ve İslam 213 - 230” *Global Yerel Eksende Türkiye*. der. Fuat Keyman ve Ali Yaşar Sarıbay, Alfa Yayınları: İstanbul
- SCHELİNGER Philip (1994) “Toplumsal Teoride Kolektif Kimlik Sorunu 9- 11” *Varlık Dergisi*. Sayı 1048
- SEZER, Baykan (1985) *Sosyolojinin Ana Başlıkları*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul
- SHILLER, Herbert. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. (Çev.Cevdet Cerit). Pınar Yayınları: İstanbul
- SMİTH, Peter ve BOND, Michael Haris (1998) *Social Psychology Across Cultures*. Prentice Hall Europe. Hertfordshire
- SMİTH, Philip (2005) *Kültürel Kuram*. (Çev. Selime Güzelsarı, İbrahim Gündoğdu) Babil Yayınları: İstanbul
- TALAVERA, Arturo Fontaine (2003) “Şili’de Küreselleşme Eğilimleri 258- 301”. *Bir Küre Bin Bir küreselleşme: Çağdaş Dünyada Küresel Çeşitlilik*. Edi. Peter Berger ve Samuel Huntington. Çev. Ayla Ortaç. Kitap Yayınevi: İstanbul.
- TEKİNALP, Şermin ve UZUN, Ruhdan (2004) *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. Derin Yayınları: İstanbul

- TRT (2005) *Türkiye Radyoları Genel Yayın Esasları*. TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı.
Ankara.
- TOK, Nafiz. (2003) *Kültür, Kimlik ve Siyaset*. Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- TOMLİSON, John (1999) *Kültürel Emperyalizm: Eleştirel Bir Giriş*. “Çev. Emrehan Zeybekoğlu” Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- TOMLİSON. John (2004) *Küreselleşme ve Kültür*. (Çev. Arzu Eker). Ayrıntı yayınları:
İstanbul
- TURHAN, Mümtaz (1951) *Kültür Değişmeleri*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Yayımları, İstanbul
- ULUÇ, Güliz (2003) *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. Anahtar Kitaplar
Yayınevi: İstanbul.
- UZUN, Turgay (2003) “Ulus, Milliyetçilik Ve Kimlik Üzerine Bir Değerlendirme 69-
82” *Doğu-Batı Dergisi* . Sayı.23.”Kimlikler”. Doğu Batı yayınları: Ankara
- WILLİAMS Raymond (1989) *İkibin’e Doğru*. (Çev. Esen Tarım). Ayrıntı Yayınları:
İstanbul
- WILLIAMS, Raymond (2003) *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*. (Çev. Ali Ulvi
Türkbağ). Dost Kitabevi: Ankara
- YAN, Yunşiang (2003) “Çin’de Devlet ve kültürel Geçiş Süreci 28- 55”. *Bir Küre Bin Bir
küreselleşme: Çağdaş Dünyada Küresel Çeşitlilik*. Edi. Peter Berger ve Samuel
Huntington. (Çev. Ayla Ortaç). Kitap Yayınevi : İstanbul

YETİM Nalan (2002) “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel?
133 - 146”. *Doğu Batı Dergisi*. Sayı:18- “Dünya Neyi Tartışıyor? I -
Küreselleşme”. Doğu Batı Yayınları: Ankara

WALLERSTEİN, Immanuel (2004) *Dünya sistemleri Analizi: Bir Giriş*. (Çev. Ender
Abadoğlu , Nuri Ersoy) Aram Yayıncılık: İstanbul

www.agbanadolu.com.tr. 13.02.2006

www.tdk.gov.tr. 18.03.2006

www.rtük.org.tr. 22.10.2005

