

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ*

Bünyamin Ayhan**

ÖZET

Bu çalışma küreselleşme sürecinde kitle iletişim araçlarının rolünü çözümlenmeye çalışmaktadır. Küreselleşme ve iletişimin temel özellikleri ele alınarak bu iki olgunun birbiriyle yakından ilişkili olduğu ve bu ilişkinin en çok kültürel alanda görüldüğü vurgulanmaktadır.

Kitle toplumlarında, iletişim olgusu kitle kültürünün taşıyıcıları olan kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir. Bilginin ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesi ile toplum enformasyon toplumunun özelliklerine sahip olmaya başlamıştır.

Küreselleşme farklı tarihlerin ve kültürlerin deneyimlerinin üst üste gelmesi olarak değerlendirilmektedir. Toplumlar küreselleşirken, bireyler farklılaşmakta ve modern dünyaya dahil olmaktadır.

Kitle iletişim araçları tarafından zaman ve mekânın tek bir çerçevede kullanılması ve coğrafyanın öneminin azalması dünyanın her tarafında geçerli olan bir süreçtir. Kitle iletişim araçları "küresel köy" olarak adlandırılan olgunun gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kitle İletişim Araçları, Kitle Toplumu, Küreselleşme, Yerelleşme.

THE ROLE OF THE MEANS OF MASS COMMUNICATION IN THE PROCESS OF GLOBALIZATION.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the means of mass communication in the process of globalization. Considering the main characteristics of globalization and communication, it is emphasized that these two phenomenon are closely connected and this connection is mostly seen in cultural domain.

In mass societies, the phenomenon of communication is determined by the means of mass communication that are the carriers of mass culture. With the growth of knowledge and the development of information technologies, society started to have the features of information society.

Globalization is evaluated as the juxtapositions of the experiences of different histories and cultures. But this phenomenon is not independent from the local structures. While the societies are being globalized, individuals are differentiated and involved into the modern world.

The use of time and space by the means of mass communication within a single framework and weakening the importance of geography is a worldwide process. The means of mass contributes to the development of the phenomenon called as "global village".

Keywords: The means Of Mass Communication Mass Communion, Globalization, Localization.

82

GİRİŞ

1997: 15-16).

Bireylerin zorunluluk gösteren ihtiyaçlarından olan iletişim, kişinin sosyal bir varlık olarak yaptığı her tür ilişkiyi kapsar. İnsanlık tarihi, bir anlamda iletişim dünyasında meydana gelen gelişmelerin sonucu ve bunların toplumsal hayatta neden olduğu, sonuçların bir bileşkesidir. İnsanoğlu, kendisinden başkalarında bu dünyada yaşadığının farkına varmasıyla beraber iletişimle ilgili, çeşitli teknik ve araçlar geliştirmiştir.

Küreselleşme, dünyanın tek bir mekan, küresel kültür ise bu mekanda yaşayan toplum ve bireylerin ortaklaşa kabul ettiği davranış ve anlayışın hakim olduğu ürünlerin meydana getirdiği davranış örüntüleri olarak kabul edilebilir. Böylece küresel bir sistemde işleyen dünya ekonomisi, siyasal sistemi, iletişim teknolojileri ve bilgi sistemleri, küreselleşme olgusunun bütün dünyada geçerli olmasını sağlamaktadır.

İletişim sonucunda oluşan davranışlar, kültürel biçimleri ve toplumsal yapıdaki bağlantıyı oluştururlar. İletişim araçları, toplumdaki yapıları ve onların fonksiyonlarının neticelerini izlemezler, tam tersine bu koşulların yaratılmasına katkıda bulunurlar. İletişimin bir unsur olarak yer almadığı hiçbir toplumsal örgütlenme veya toplumsal üretim biçimi düşünmek mümkün değildir. Toplumsal oluşumlar ve inşa edilmişler, iletişim olgusuyla direkt bağlantılıdır (Lundby ve Ronning

Küreselleşen bir dünyada, bizi diğerlerine tanıtan diğer yandan ise bizi tekdüze haline getiren araçlar şüphesiz kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları, icat olunduklarından bu yana, sürekli olarak dünyayı kurgulamışlar, bazen modernleştirici, bazen değiştirici, bazen de geleneği sürdürücü politikalar izlemişlerdir. Kitle iletişim araçlarının taşıdığı enformasyon ve imgeler, bütün dünyayı kapsayacak şekilde örgütlenmiş, uzmanlaşmış ve etkileri gözle görülür bir biçimde

* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünce kabul edilen yüksek lisans tez özeti

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

bütün toplumları etkilemeye başlamıştır.

Farklı yerlerde müşterek çalışmaları ve üretimi mümkün kılan küreselleşme; dünyanın herhangi bir yerindeki tüketim kalıplarını, teknik uygulamalarını, yeni organizasyonlar modellerini, mülkiyet biçimlerini ve finansman yollarını bu zamana kadar bilinmeyen bir hızla bir yerden diğer taraflara taşımaktadır (Davis 1997: 30).

KİTLE TOPLUMU VE KÜLTÜRÜ

Kitle kavramı, 18. yüzyılda Avrupa'daki toplumsal ve ekonomik gelişme ve değişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Türkdoğan 1998: 214). Geleneksel toplum yaygın olarak toprağa bağımlı olarak yaşayan insanları tanımlarken, modern toplum, sanayi ve ona dayalı meydana gelen süreçlerle insanları ve kentleri tanımlamaktadır. Böylece toplumsal olgu "kitle/kitleler" olarak anılmaktadır (Yelken 1999: 184).

İçinde bulunduğunuz çağı kitleler çağı olarak nitelendiren Le Bon'a göre kitle olumsuz taraflarıyla hep ön plandadır. Kitle; basit ve sıradan anlamıyla ırkları, meslekleri, cinsiyetleri ve kendilerini bir araya toplayan tesadüf ne olursa olsun rast gele bir bireyler topluluğunu ifade eder (Le Bon 1997: 19-31-50). Kitle bir tek varlık halinde zihniyetlerin teklesmesini öngörür, kolektif bir ruh aşırıdır. Kitleler; hemen kıskırtılabilir yeteneğe sahip, hareketli ve kırgın kalabalıklardır. Kitle terimi, yükselen burjuvazinin modern devlet içinde iktidarını pekiştirmeden önce toplumsal düşüncede ortaya çıkan bir düşüncedir (Swingwood 1996: 18). Günümüzün ünlü düşünürlerinden Baudrillard (1992: 8-13) ise kitle kavramını; havası alınmış bireysel taneciklerin, toplumsal artıkların ve kitle iletişim araçlarına ait içtepilerin hepsinin bir araya getirilmiş birleştirilmiş hali olarak tanımlamaktadır. Ona göre kitenin bir ayrıcalığı, bir yüklemi, bir niteliği ve göndereni yoktur. Her akım ve akımdan etkilenen kitleler bunların hepsini emer ve nötralize eder, tepkisizleştirir. Hiçbir pratiğe ve teoriye indirgenemeyen bir olgu olarak kitle modernliğimizin en belirgin özelliğidir. Kitle için yapılacak sosyolojik bir tanımlama, doğmadan ölü olan bir tanımlamadır. Kitlelere anlam yükleyerek onu toplumsallaştırmak onu egemenlik altına almaktır. Hep gösteri peşinde olan kitleler var olan yapıyı umursamadıkları gibi toplumsallığı da reddederler.

Buradan hareketle kitle toplumunu karakterize eden üç süreç vardır (Mutlu 1995: 18). Bunların başında kentleşme gelir. Kentleşmeyi sanayileşme, sanayileşmeyi de modernleşme tamamlar. Bu üç süreç geleneksel topluluk yapılarının çözümlenmesine neden olmaktadır. Kitle toplumu yaklaşımı, tüm aracı kurum ve ilişkilerin etkilerinin

sıfırlandığı; tüm toplumsallaşma sürecindeki tek önemli etkenin kitle iletişim araçları olduğu iddiasını taşımaktadır

Kitle toplumunun ideal nitelikleri ise, kapitalist işbölümünün gelişmesi, büyük çaplı fabrika örgütlenmesi ve meta üretimi, nüfusun kentlerde yoğunlaşması, kentlerin büyümesi, karar alma sürecinin merkezileşmesi, daha karmaşık ve daha evrensel iletişim sistemleri ve oy hakkının işçi sınıfını da içine alacak biçimde genişletilmesine dayanan kitlesel siyasal hareketlerin büyümesidir. Ancak bu kitle terimi ideolojideki bir değişimi de ifade eder (Swingwood 1996: 17).

Kitle toplumlarında, kitle iletişim araçları; kitle içerisinde bireylere yeni bir öz-kişilik vermekte, benimsetmekte, aynı kişilere ne olmaları, nasıl olmaları gerektiğini telkin edip, bu yönde isteklilik vermekte; bu benimsedikleri yeni kişiliklere sahip olmak için neler yapmaları gerektiğini öğretmekte, bu yönde belirli bir teknik kazandırılmakta bu yeni kişiliğe bürününce; gerçek kişiliği buna denk düşmese bile bireyin rahatlamasını sağlamakta, bir kaçış yerine geçmektedir (Mills 1974:441). Kitle kültürü ise, çok sayıda tüketiciye ulaşmayı sağlayacak araçlarla ilişkilidir. Bu yüzden ticaridir ve pazarlanabilmektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, özerk, özgün ve farklı kültürel oluşumlara olanak tanımamakta aksine, dünya çapında egemen, başat ve tek bir kültürün oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Enformasyon teknikleri, kültür hizmetlerinin niteliğini tanımlayan ve üreten tekelleşmiş tek merkezden yönlendirilen bir kültür ve eğlence pazarının doğmasını sağlamaktadır. Bu olgu, insanların özgün kültürel çevreleri ile bağlantılarını sağlayan ve kültürel gelişmelerin özünü teşkil eden mekanizmaların hızla yok olmasına yol açmaktadır (Hamelink 1991: 21)

Kitle toplumlarında ihtiyaçlar, kitle iletişim araçları tarafından günümüzde neredeyse zorunlulaştırılmıştır. Bu durum hayat özerkliğin ortadan kaldırıldığı, tatmin duygusunun köreltildiği, hayatın monotonlaştırıldığı ve ihtiyaçların hemen herkes için giderilmemiş şeyler olarak kaldığı bir süreçtir. Örneğin "..Çok daha fazla sayıda bebeğin inek sütüne ulaştığı doğrudur, fakat zengin olsun, fakir olsun, tüm annelerin sütü de kuruyup gitmektedir. Bebek, biberon ihtiyacı ile ağlamaya başladığında, yani, organizma bakkaldan gelen süte kavuşmaya ve böylece de görevini ifa edemez hale gelen memeden yüz çevirmeye alıştırıldığında, tiryaki tüketici doğmuş olur" (Illich 2000: 23).

ENFORMASYON TOPLUMU

Enformasyon toplumu, "enformasyonun en değerli kaynak, üretim aracı ve aynı zamanda ana

ürün olduğu toplumdur". Bu yüzden işgücü çoğunluğu enformasyon çalışanlarından oluşacak ve enformasyon ekonomik ve sosyal yönden de diğer kurumlara göre baskın olacaktır. Ana görevleri enformasyon üretmek, iletirmek ve dağıtmak yada enformasyon teknolojisini üretmek olan işçileri içermek üzere çok geniş bir enformasyon çalışanı barındıran toplum olarak tanımlanabilir (Mc Quail 1994 :82). Tüm gelişmiş toplumlar bu sektörde muntazam ve hızlı bir ilerleme eğilimi gösterirler.

Avcı'ya (1999: 63-71) ise göre enformasyon toplumu tanımlamalarını iki kategoride toplayabiliriz. Çoğunluğun etrafında birleştiği sanayi toplumu sonrası toplumsal yapıda başat hale gelen bilgi ve iletişim teknolojilerin insanlara daha çok özgürlük ve bilgi birikimi sağlayacağı tezini ileri sürenlerle, buna karşıt olarak da 1984 romanından esinlenerek oluşturulan ikinci gruptaki septimistlerin çatıştığı ve enformasyonun bütün hayatı kontrol altına alacağını iddia edenler çatışır gözükmektedir. Fakat her iki durumda da var olan enformasyon olgusunun bütün yapıyı kuşatmasıdır.

Enformasyon devrimi, aynı zamanda modern zamanların diğer radikal değişimleri gibi, ideolojinin araçsal farklılaşımını ifade eder (Güneş 1995: 42). Ancak görsel iletişim olanaklarıyla beraber kitle iletişimi geleneksel iktidar ilişkilerinin ötesine geçerek, bütün sosyolojik düşüncelerin yeniden gözden geçirilmesini gerektiren iki boyutlu imgesel bir düşünüşle zihinlere egemen olmuştur.

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde enformasyon akışında müthiş bir hızlanma olmuştur. Bireyler sınırsız enformasyon dolu bir ortamda yaşamaya başlamışlardır. İletişim alıcısı olmak çağdaş insanın tanımına ve kimliğine karışmıştır. Diğer taraftan ise iletişim vericisi olmanın kavgası ise henüz yeni başlıyor (Şahin 1991: 16).

Enformasyon ve iletişim olmadan varolamayacağı yaygın bir biçimde kabul edilen olgulardan biride demokrasidir. Herhangi bir demokrasinin gelişebilmesi için yurttaşların kamusal etkinliklere katılımını sağlamak gerekir. Bireyler ve kurumlar kendilerini kamu önünde ifade edebilmeli ve doğru enformasyon edinebilmelidir. Böylece medya aracılığıyla sürdürülen enformasyon ve iletişim, siyasetin alanını genişletir ve siyasetçilerin bu alanı, tek başlarına denetlemelerini engeller(Encabo 1997: 283-285). Ancak denetimsiz medya güçlendikçe elinde tuttuğu enformasyon gücüyle toplumsal ve siyasal yaşam üzerinde istenilenden daha fazla denetim sahibi olur.

Enformasyon toplumu bir toplum sonrasıdır. Bir önceki tarihsel evredeki değerlerin, toplumsal

düzenlemelerin ve üretim biçimlerinin kırılması, köklü bir değişime uğraması anlamına gelmektedir.

KÜRESELLEŞME

Küreselleşme kavramı genellikle kültür, tüketim, teknoloji, bilgi, medya ağları ve sermaye ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Kavramın kullanımı ve tüketimi, değişik kültürler ve birikimler tarafından oluşturulduğu için küresellik ve kültür üzerine yapılan her tartışma toplumlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Dünya durumunun en son aldığı şekli tanımlamak için kullanılan kavramlardan biri olan küreselleşme, son yıllarda içinde yaşadığımız devri ifade etmek için bolca kullanılan "post, turbo, ileri, geç, gelişmiş, ötesi" gibi kavramlardan biridir (Koçdemir 1999: 5). Bu kavramlar daha çok var olan durumun betimlemesi için kullanılır.

Dünyanın küçülmesine hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yapan küreselleşme, 1945'lerden sonra dünyanın çift başlı bir soğuk savaş durumuna geçmesi ve herhangi bir toprak parçasında meydana gelen olayların tüm dünyayı etkilemesine vurgu yapar (Robertson 1999: 21). Hayatın "değişen doğası ve buna koşut gelişen ilişki ve eylem türleri, çözümleme düzeyini, yerküresel bir bağlama kaydırma gereksinimini doğurmuştur" (Hülür 2000a: 32). Hülür'e göre yakın tarihimizde toplumbilimciler olay ve olguları belirli bir toplum ile sınırlandırarak açıklayamayadıkları için küreselleşme kavramını geliştirmişlerdir. Diğer yandan kavramın ifade ettiklerine bakacak olursak, kavramın birkaç yüzyıllık bir dönemdeki gelişmeleri kapsadığını görürüz.

Giddens'e göre ise "küreselleşme, uzak yerleşimleri birbirlerine, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği yada bunun tam tersinin söz konusu olduğu yollarla bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması" olarak tanımlanabilir. Böylece küreselliğin diyalektik bir süreç olduğu ileri sürmektedir. Yerel oluşumlar onları biçimlendiren küresel ilişkilerin tam tersine doğrultuya da yönelebilirler. Ancak yerel dönüşüm, toplumsal bağlantıların zaman ve uzam üzerinde yanlamasına genişlemelerin bir parçası olduğu için, küreselleşmenin de parçasıdır (Giddens 1994: 66-67). Küreselleşmeyi kabul edenler, ulusaşırı akışlar ve süreçlerin yerel değişimin inisiyatifini belirleyeceğini kabul ederler. Başka bir deyişle, küreselleşme açıklamaları ve 'söylemleri', yere ve yerelliğe karşı önyargılıdır. Bu söylemlerin çoğunda küresel; sermaye, mekân, tarih ve dönüşüm gücü ile eşit sayılır. (Dirlik 2000: 23).

Küresel kültürü kitleleşen toplumlarla birlikte anan Hall (1998: 49) batı teknolojisi ve sermayesinin yaygınlaşması, tekniklerin yaygınlaşması, gelişmiş emeğin yoğunlaşması ve batı toplum öyküleri ve görselliğinin; küresel kitle kültürünün yönlendirici güç kaynağı olmayı sürdürerek, batı merkezli ve İngilizce konuşmayı, kitle kültürü, küresel kültürü oluşturan olgulardır tezini savunmaktadır.

Çağdaş bilim ve teknolojinin yayılma sürecinin başlangıcından itibaren, toplumların kendilerine has özellikleri ortadan kalkmaktadır (Hülür 2000a:29). Her ne kadar zamanımızda anlam ve değer üretim merkezleri yerel bağlardan koparılmış ve yurt ötesi haline gelmişse de (Bauman 1999: 9) bireylerin zihinsel ve bedensel etkinliklerini etkileyen faktörlerin toplumsal sınırlarını belirlemek mümkün değildir.

Küreselleşme olgusunun hangi başat öge üzerine temellendirildiği veya temellendirilmesi gerektiği tartışmaları, tartışmaya katılanların küreselleşme olgusuna hangi yönden bakmak istedikleriyle alakalıdır. Küreselleşmeyi modernitenin bir sonucu olarak, radikal modernizm olarak gören Giddens'den modernizmi tamamlanmamış bir proje olarak lanse ederek teknik, teknoloji-akılbilgi çizgisinde küreselleşmeyi teknoloji-ideoloji bağlamında ele alan Habermas'a kadar değişik ve birbirinden farklı bakış açıları mevcuttur.

Diğer bir sorun ise küreselleşmeyi temsil eden veya küreselliği temsil ettiği varsayılan, kültürün sacayaklarını oluşturan etmen veya etmenler nelerdir? Ekonomi mi? Teknoloji mi? İletişim sektörü mü? Siyasal örgütlenme mi? Ulus devletlerin birbirine karşı tahammül etme sınırı mı? Toplumların belirli bir kesitten bakılarak tarih ve düşünce sistemi olarak tek yöne gitmeleri mi? Liberalizm, demokrasi ve insan hakları mı? Yoksa toplumları ve devletleri oluşturan sistemlerin sinirsel bağlarla birbirine bağlanmaları mı? Sanal olarak sınırların ortadan kalkması mı? Ekolojik olgularla daha fazla ilgilenme anlamında yaşanan dünyanın bilincine varılması mıdır? Tüketim haznının had safhada işlev görerek bütün toplumların neredeyse aynı özellikleri taşıyan eşya ve nesnelere yönelip onu tüketmesi mi? Bütün bunlardan başka bir şey mi acaba? Veya bu özelliklerin birkaçını bir araya gelerek bir sistem oluşturmaları mıdır? Makro anlamda ise bütün yukarıda saydığımız özelliklerin bileşkesinin alınıp üzerine birkaç fikir serpiştirmek midir? Zihinsel kurgularımızın dışında bilmediğimiz başka bir şey mi var acaba? Yoksa hepsinden farklı olarak yaşanan gerçekliklerin yeniden tanımlanması mıdır?

Küresel kültürün temelinde başat öge yukarıda sayılan etmenler değil, bunların hepsinin birleşti-

ği noktada zaman ve mekanın işlev görmesiyle meydana gelen olgu, küresel kültürün rengini verir.

KÜRESEL EKONOMİ

Bilinen ekonomik göstergelere göre dünya sermaye ve finans sektörü tarafından çepeçevre kuşatılmıştır. Uzakdoğu'daki herhangi bir ülkenin borsasındaki hareketlenmenin dünyanın bir diğer ucundaki, New York borsasını etkilemesi de bunu göstermektedir. Güvençe göre (1998:14) küreselleşme olgusu uluslararası ekonominin seyri içinde, kapitalizmin kendi dinamiğiyle vardığı bir aşamadır. Bu aşama henüz belli bir sona ulaşmadığı veya hız kesmediği içinde küreselleşme gözle görülen bir olgu olduğu kadar, henüz canlılığını koruyan bir dinamiktir.

Küreselleşen dünyada ekonomi, serbest piyasa güçlerinin ulus devletlerin denetiminden çıktığı hatta onları tutsak aldığı düşüncesini çağırıştırılmaktadır. Bir başka deyişle uluslararası piyasa ekonomiyeye yön veren, biçimlendiren ve artık denetim altına alınamayan bir piyasa mekanizması (mekanizmaları) çağırışımı söz konusudur (Sönmez 1998: 515-516).

Naisbitt, günümüzdeki değişimleri ifade ettiği Global Paradoks (Naisbitt 1996) adlı kitabında, kitabın odak noktalarından birisini oluşturan, bu paradoks tanımlamaktadır. Buna göre, dünya ekonomisi büyüdükçe en küçük oyuncuların gücü artmaktadır. En küçük ekonomi oyuncusu olan girişimcinin incelenmesi, büyük küresel ekonominin nasıl işlediğinin incelenmesiyle birleşecektir. Küresel ekonominin oluşumunda girişimci aynı zamanda en güçlü oyuncudur. Bu nedenle büyük şirketler merkezîyetçilikten uzaklaşip kendilerini girişimciler ağırları olarak yeniden kurmaktadır. Büyük şirketler ayakta kalmak için çözülmekte ve küçük girişimci şirketlerden oluşan konfederasyonlar haline gelmektedir.

Ekonomik olarak gelinen noktada, büyüklüğü ne okursa olsun hemen hemen tüm meta zincirleri devlet sınırlarını aşmış durumdadır. Ancak bu durum yeni bir oluşum değildir. "Meta zincirinin çok ulusluluğu yirminci yüzyılın kapitalist dünyasında olduğu kadar on altıncı yüzyılın kapitalist dünyası için de geçerlidir" diyen Wallerstein (1996: 27-28) den hareketle küreselleşme olgusunun temelinde yatan olgulardan kapitalizm, toplumsal bir olgu olarak ortaya çıkışından bu yana küreselleşme olgusunu taşımış ve sistemleştirmiştir.

Dünyada küreselleşme ve ekonomi bağını en iyi kuran sayılılardan biride turizm ve seyahat olgusudur (Baudrillard 1998: 156). Dünyanın en büyük endüstrisinin turizm ve buna bağlı olarak da

yapılan yatırımlar olduğu belirtilmeye başlanmıştır. Ülkeler turizmin önemini fark etmiş ve bu alana yönelik yatırımlarına hız vermiş, ayrıca gerekli alt yapı çalışmalarını da başlatmıştır.

Diğer taraftan bir anti-tez olarak küreselleşmenin bir mit olduğunu savunan Hirst ve Thompson'a göre (1998: 27-28) ekonomik küreselleşme gerçek değildir. Ekonomik uluslararasılaşmış yapı bu günün mevcut yapısı değildir ve 1860'lardan bu yana var olan ekonomik konjoktürden ya da durumlardan biridir. İkincil olarak, gerçek uluslararası şirketlere görece az rastlanır. Çoğu şirket ulusal temellidir, asıl ulusal üretim ve satış bölgelerinin gücüne göre çok uluslu ticaret yapmaktadır. Üçüncüsü ise sermaye hareketliliği gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru olmuyor aksine büyük ölçüde gelişmiş endüstriyel ekonomiler arasında yaygınlaşmış durumdadır. Dördüncüsü ise dünya ekonomisi küresel olmaktan çok uzaktır. Ticaret yatırım ve finansal hareketler belli bölgelerde toplanmıştır. En son özellik olarak da dünya ekonomisi belli ekonomik doktrinler tarafından kısıtlanmış olmakla birlikte, küresel piyasalar hiç de kontrol edilemez ve düzenlenemez değildir diyerek küresel ekonomi kavramını tersinden okuma önerisiyle dünyanın var olan durumunun betimlemesinin daha sağlıklı olacağını ileri sürerler.

Sermaye birikimleri arttıkça ve ulusal merkezli hareketler küreselleştikçe hiyerarşik ve büyük kurumların yerine, esnekliğin ana unsurları olarak taşeronlaşma, küçülme ve ortak yatırım projeleri ön plana geçmektedir. Bu nedenle ekonominin, zaman ve mekanla ilgili sınırlamaları önemini kaybetmektedir. Küresel düzenle bütünleşmenin olmaması halinde ulusal ekonomiler yalnızlığa sürüklenmekte ve ekonomik buhranlar yaşamaktadır.

KÜRESELLEŞME VE ULUS DEVLET

Küreselleşmenin önemli ölçütlerinden biri de ulus-devlet olgusudur. Bu anlamda, dünya tarihi, siyasal anlamda bütünleşmeye doğru bir gidişin tam anlamıyla aksi yönde gelişti. Bu gün modern dünya sistemimizde, tek ve en güçlü siyasal devlet yapısı ulus-devlettir. Ancak Wallerstein'a (1998: 127-130) göre ulus devletlerin ortaya çıkarak toplumları planlayıp kişilere farklı hayat tarzları sunmasıyla durumlarından hoşlanmayan bireyler, ulaşım araçlarının gelişimi ve bilginin etkilemesiyle göç olgusu başlamıştır. Yeni dünyanın yeni insanlara ve insan gücüne ihtiyaç duyması göçe ivme kazandırmıştır. Küreselleşme bunu daha da hızlandırmıştır. Mesleğin zirvesindeki insanlar düzenli olarak zengin ülkelere, yoksul ülkelere akmışlardır.

Böylece ulus-devlet zayıfladığında, daha az i-

nandırıcı ve daha az güçlü olmaya başladığında, buna verilen tepkinin aynı anda iki yoldan yayıldığı görüşünde bulunan Hall (1998: 47) "bu nedenle ulus devletin hem üstüne çıkılmakta, hem de altına inilmektedir." Aynı anda hem küresel hem de yerel süreçler oluşmaktadır iddiasında bulunmaktadır.

Diğer yandan ulus-devlet sistemine tekabül eden gözetim ve denetim düzenekleri, emek ve ürün piyasaları bağlamında gerçekleştirilen kapitalist dünya ekonomisi, endüstriyalizme, uluslararası işbölümü ve endüstrileşen savaş aygıtları bağlamında şiddet araçlarının denetimine denk gelen askeri dünya düzeni, risk-güven, zaman uzam uzaklaşması, soyut uzmanlık sistemleri olarak küreselleşmenin saç ayakları olarak tanımlanabilir (Giddens 1994: 55).

Ulusötesi gelişmelerin kendini temsil ettirdiği günümüzde, küreselleşme sürecine sokulan insanlar, kendilerine özgü tarihsel tecrübelerini kaybetmeden girmek istemekte ve bu anlamda özgün oluşumlar ortaya koyma eğilimi göstermektedir. Gerçekte ise "merkezi her yer ve cepesi hiçbir yer olan tuhaf bir çember içinde yaşıyoruz" (Bauman 1999: 87-90). Başka bir deyişle karmaşık ve hızlı değişen bir dünyada insanlar sabit referans noktaları aramakta, bu da kimlik sorununun önemini artırmaktadır.

KÜRESELLEŞME VE YERELLEŞME

Küreselleşme ve yerelleşme, özgül olarak tanımlanabilir bir mekânsallığa gönderme yapmaktan çok, anlamlarını birbirinden alan terimlerdir (Dirlik'e 2000: 26-27). Yerli olmak, yerelleşmek zamanda ve mekanda, fiziksel olarak tanımlanmış belli bir toprağa bağlı olarak kültürel yapının içinde olmaktadır.

Hülür'ün (2000a) yaklaşımı temelinde değerlendirecek olursak yer bilinci, küreselciliğin radikal ötekisiyle yakından ilişkilidir. Küreselcilik ile yer bilinci arasındaki ilişkilere ve dünyayı anlama tarzlarımız açısından bu ilişkinin içerimlerine yakından baktığımızda bu tartışma, yer tartışmalarına terminolojik açıklık kazandırmayı amaçlamakta, küresel ile yerel ya da mekânsal ile yerel dayalı sözcükleri kimi zaman yan yana kullanılarak kavram kargaşasına yol açmaktadır.

Küreselleşen bir dünyada toplumsal sefaletin ve geriliğin bir göstergesi olan yerellik (Bauman 1999: 9) teknoloji tarafından tehdit edilmekte, aynı zamanda kendini ifade için, iletişim ve bilgi ağlarını kurma imkanı verilmektedir. Bu yolla yerel kültürler canlanıp dinamizmlerini artırarak dinsel ve geleneksel değerlere dönüşebiliyor ve hatta devrini tamamlamış marjinal etnik kültürler bile yeniden dirilme imkanı bulabiliyor (Erbay

1998: 149). Böylece yerleşme milletler açısından küreselleşmenin karşısında kendi kültürünü ayakta tutabilmenin bir aracı olurken diğer yandan da etnik mikro milliyetçilik akımlarına yol açarak ulus-devlet anlayışını tehdit edebilmektedir.

Yerelliği toplumsalbilim çerçevesinde değerlendiren Hülür (2000b: 103-116) yerelliğin ortaya çıkışını; "modernleşme süreçlerinin bir sonucu, sömürgecilik karşıtlığı yerlilerin kendi yerel/kültürel değerlerini batı karşısında güçlü olmak adına dünyanın araçsallaştırılması, yereli kitleselleşmenin seline boğdurma girişimi olarak zaman ve mekan algısının sizofronileşmesinin akademik düzeyde bir tezahürüdür". Olarak ele alır. Ancak uluslaşma sürecine giren bütün devletlerde neredeyse tamamında kutlanan 'yerlilik ve yerli malı' kutlamaları akademik bir olgudan daha fazla içerikle doldurulması gerekir. Yerelcilik kültürel değerler ve etkileşimleri geçmişten alır fakat onları bugün yaşıyorlarmış gibi görür. Dönüşümüne uğrayanı kendini gerçekleştirme çabası olarak değerlendirir (Hülür 2000b: 115).

Küreselleşme, zamanın hakim gücü olabilir; fakat bu yerelliğin önemi olmadığı anlamına gelmez. Yeni bilgi ve iletişim şebekeleri ile bağlantılı olarak yerellikten kurtulma süreçlerini vurgulamış bulunulsa da bu mutlak bir eğilim olarak görülmemelidir. Yer ve kültürün özgünlüğü terk edilemez ve mutlak olarak aşılabilir. Küreselleşme, aslında yeniden yerleşme dinamikleriyle bağlantılıdır (Morley ve Robins 1997: 162). Boşlukları doldurmada özellikle boş zamanları yönlendirmede küresel kültürün araçlarını kullanan yerellik, kendini ortaya koymada en çok kimlik olgusunu kullanır. Kimlik; küreselin ve yerelin ayrıştırıcı bir yandan da bağdaştırıcı noktasıdır.

Buradan hareketle küresel ve yerel kavramını en iyi şekilde tanımlayı ve ayrımını, kimlik kavramını üzerinde çözebiliriz. Kimliği bir kare prizma olarak kavramsallaştırsak, bu yapının birinci yüzeyinde öznel kimliğimizi oluşturan subjektif öğeler vardır. İkinci yüzey ise objektif olarak "öteki" tarafından algılanan ve nesnel olan öğelerin alanıdır. Üçüncü yüzey bunlardan farklı olarak, kişiye ve kişinin toplumsal konumuna göre değişen kavramlarla nitelendirilebileceğimiz yerel, yöresel (burada daha çok etnik ve dinsel faktörler girer) ulusal öğeleri barındırır. Dördüncü yüzey ise yine üçüncü yüzeyde sözünü ettiğimiz biçimde nitelendirilebileceğimiz küresel hatta uluslar üstü öğeleri kendine referans olarak alır (Erginsoy 1999: 66).

Yerele olana duyulan merak bir anlamda da, üretim tüketim süreçleri tarafından da değerlendirilen bir mekanizmadır. Seri üretimin örnek maddelerinin yanına pazar için üretilmiş yerli ma-

mullerin konması, yerli olanın pazarlanması, yerel kimlik talepleriyle aynı hızda gelişti.

KÜRESELLEŞME VE İLETİŞİM

Küreselleşme olgusunun en somut etkisini iletişim sektöründe izlemenin mümkündür. Son derece gelişmiş ve önemli ölçüde merkezileşmiş iletişim ve iletişim ağları, her yere, her topluma ve her insana ulaşabilmektedir. Böylece etkin ve merkezileşmiş iletişim ağları ile en azından ortak tüketim ve eğlence normları oluşmaya başlamıştır (Şaylan 1995: 101). Fakat özellikle boş zamanlar kurumunu doldurtan iletişim sektörü mekan olarak ve işleyiş tarzı olarak aynılık arz ederken içerik olarak farklılık arz etmektedir.

Küresel bilinci, bir kültürün diğer kültürleri, dünyanın toplumsal, ekonomik ve ekolojik sorunlarını değerlendirmesi olarak tanımlarsak (Robertsan 1999: 22) küreselleşmenin temelinde iletişim olgusunun olduğunu ileri sürebiliriz. McLuhan'ın ileri sürdüğü 'küresel köy' düşüncesinden yola çıkılarak yapılan tanımlama küresel topluluk fikrini pekiştirmeye yönelik medya girişimlerine tanıklık eder. Medya, tek tek medya sistemlerinin 'ulusallığını' tümüyle onaylamakta ve uluslar arası ilişkilerin, uluslar arası savaşların katı gerçekleri hakkında uzun uzadı ya haberler yapmaktadır. Baudrillard'ın körfez savaşının medya da olup-bittiğini ileri süren tezi (1992: 58) de bu temel üzerine inşa edilebilir.

Diğer taraftan küresel iletişim siyaseti, uluslararası düzeyde bir görüntüler savaşı ile görüntü süper güçleri arasındaki bir savaşım olarak yürümektedir Görüntü bolluğu ve kirliliği baş döndürücü bir hızla ve hızla kaybolan mekanlar iletişim sayesinde Moskova'daki bir parlamento üyesi ile, Japonya'daki işçi aynı anda etkilenmektedir (Morley ve Robins 1997: 60).

İletişim ve ulaşım konularındaki ciddi değişimler, ekonomik ve kültürel sınırların ortadan kalkması, dünya görüşlerinin birbirine yaklaşması toplumlara da birbirine bağlamaktadır. Sermaye, mal ve hizmet hareketlerinin uluslararasılaşması, kişilerin, fikirlerin ve bilgilerin eskisiyle kıyaslanamayacak derecede mobilizasyonu millî hükümetlerin kontrol edemedikleri ilişkiler ağının ortaya çıkmasına ve yaygınlaşmasına neden olmaktadır.

KÜRESELLEŞME VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Bir kültür sözlü iletişimden yazıya, basılı yayınlardan televizyon yayımlarına kaydıkça, hakikatle ilgili fikirleri de değişebilir. Sözde ezbere önem verilirken, yazıda kitaba önem verilir. "Yeni bir araç, söylem yapısını, aklın kullanımının bazı yol-

larını cesaretlendirerek, belli zeka ve bilgelik tanımlarını öne çıkararak ve belli türde bir içerik talep ederek (özel bir deyişle, hakikati öğrenmenin yeni biçimlerini yaratarak) değiştirir" (Postman 1994: 37).

Medya tarafından kurulan iletilerle küreselleşme dünyada iki şekilde gelişmektedir. Bunları iyimler ve kötümserlerdir. İyimseler küreselleşmenin dünyayı tek bir mekan, tek bir düşünce uyumluluğuna dönüştüren süreçlerin genel adı olduğunu söyleyerek güzel ve mutlu bir gelecek tahmini yaparken; karamsarlar tam tersine bu süreçlerin topluluk ruhunu yıkıcı, parçalayıcı; bireysel kimliklerin üzerinde durdukları sağlam zeminleri aşındırıcı etkilerini öne çıkararak karanlık bir gelecek resmi çiziyorlar. Bir yanda evrenselci, diğer yanda tikelci, ortada ise bu ikisini birleştirmeye çalışan türlü, çeşitli senaryolar tarafından gündem sürekli meşgul ediliyor (Mutlu 2001: 15).

Kültürün küreselleşmesini medya şirketlerinin küreselleşmesi olarak tanımlarsak bilgi ve eğlence sektörü, ulusötesi bir düzeyde, bir avuç şirket tarafından dünya ölçeğinde denetlenmektedir. Müzik endüstrisinin yüzde altmış beşinin beş büyük şirketin yönettiği, yada film endüstrisinde dünya pazarının yüzde doksanın yedi şirketin elinde tuttuğu düşünülürse bu tanımlamanın maddi temeli daha açık olarak anlaşılır (Ahıska 1995: 12).

"Kendi içinde evrensellikleri homojenlikleri ve de tikellikleri/ farklılıkları aynı anda barındıran, bunları birbiriyle ilişkiye geçirip, birbirine dönüştürebilen bir süreç" (Alankuş-Kural'ın 1998:197) olan küreselleşmede, medyanın (kitle iletişim araçlarının) ne olduğu sorusu her zaman için medyanın etkisinin ne ve ne kadar olduğu sorusu olarak anlaşılmalı ve kurgulanmıştır. Toplumsal düşünce, somut anlamıyla kürenin sınırlarının keşfinin getirdiği bir sınırsızlık hissini ve başka bir dünya yok'la birlikte müthiş bir sınırlanmışlığı birlikte ele almak durumundadır. "Dünya bugün artık gündelik bir kategori haline gelmiştir. Ancak kürenin insanlar tarafından algılanmasının sadece teknolojik gelişmelerle açıklanamayacak toplumsal deneyimlere denk düşen tarihi bir olduğunu da belirtmek gerekir"(Ahıska 1995: 8).

İletişim alanında meydana gelen gelişmeler, küreselleşmenin teknik alt yapısını hazırlamış; homojen bir dünya meydana getirme düşüncesini gerçekleştiremeye de dünyada yaşayan insanları birbirine bağlayarak toplumsal, ekonomik ve kültürel ilişkilerin yoğunlaşmasını doğurmuştur (Geray 1995:34). Bugün uluslararası haber ajansları kürenin dört bir yanına gerek malzeme gerek de hikaye satmaktadırlar. Ayrıca uluslara-

rası uydular aracılığıyla iş gören haber servisleri, körfez savaşında yakında tanıdığımız CNN gibi kuruluşlar, dünyanın neredeyse bütün ülkelerin televizyon kanallarına haber programları sunuyorlar. Bir dünya gerçeğini paketleyip sunarak, dünya kamuoyunu oluşturuyorlar.

Bununla birlikte küresel medyanın yaşananlar üzerindeki etkisi, Bosna örneğinde olduğu gibi sorunları çözmeye yaramamakta, tam tersine bu olayları sıradan bir seyirlik haline dönüştürüp, insanları pasif gözlemciler haline getirilebilmektedir (Uğur 1991: 235). Dünyayı yönlendiren yeni teknoloji, ancak kitle kavramı sayesinde bir anlam kazanıyordu. Medya aynı zamanda, nüfusu fiziksel olarak bir araya getirmeden bir arada tutmanın etkili bir yolu oldu (Mutman 1995 : 28). Buda küreselleşmenin temelini hazırladı.

Küreselleşme salt olumlu veya olumsuz olarak nitelendirilecek kadar basit ve bir süreç değildir. "Küreselleşme ölçek büyütülmesi, hegemonya alanlarının zamansal ve mekansal olarak bütün bir küreyi kapsayacak, kuşatacak ölçüde yaygınlaşması; ama diğer yandan ise ufuk ve zihnin daralmasıdır" (Kaplan 2000: 4). Küreselleşmenin bu iki boyutunun seçilmesinde medya, asıl fonksiyonlarından olan bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma görevini iyi yerine getirmektedir. Temsil ettiği bizimkiler ve dışladığı ötekiler küreselleşme sürecinin iki tarafında bulunmaktadır.

Mutlu ise (2001: 17) tartışmayı başka bir acıdan farklılık ve bütünlük açısından ele alır. Medya bir zamanlar dünyanın nispeten sınırlarla parçalanmış halini, bu parçalara mensubiyet hissini ve fikrini teşvik etmek suretiyle nasıl berkitmişse, bugün de dünyanın bir tek mekan haline geldiği fikrini ve hissini yayma işlevini görmektedir. Bu işlevsel farklılık medya teknolojilerindeki gelişmeyle, yani matbuatın hakim medya teknolojisi olmaktan çıkması, hakimiyeti globalleşen elektronik medya teknolojilerinin ele geçirmesiyle ilişkilidir.

İletişim teknolojisinin gelişmesi ulusal ve uluslar arası pazarın gelişmesi, üretimden ziyade dağıtım sistemini ön plana çıkarmıştır. Dağıtım önem verilmesi ulusal vericilerin gönderdiği mesajların çözümlenmesinden hemen belirgin bir üstünlük sağlar. Bir ülke tüm dağıtım süreci üzerine etkin bir dağıtım sağlamadıkça mesajları etkisiz olacaktır. En mükemmel bir şekilde düzenlenmiş bir mesaj eğer hiçbir yere ulaşmıyorsa elbette etkisiz olacaktır (Mevlana 1999: 143). İletişim alanında dağıtım sistemlerinin tümü, sanayileşmiş batılı ülkelerin elinde olduğu bir gerçektir. Bugün bütün dünyada enformasyon alışverişinde görülen dengesizlikler iki yönden önemli boyutlara ulaşmaktadır ki, birincisi kitle iletişimin alt yapısı bakımından, ikincisi haberlerin dağılımı

bakımından görülen dengesizliklerdir. Günümüzde haber dolaşımında batılı haber ajanslarının üstünlüğü vardır. Haber akışı büyük ölçüde Batı'dan Doğu'ya, Kuzey'den Güney'e yani gelişmiş ülkelere doğru olup, bunların kaynağı dört büyük haber ajansıdır (Tokgöz 2000: 142-144).

Az çok bağımsız gibi görünen üçüncü dünya ajansları da dünya haber piyasalarına açılmaya çalışmakta (hatta girmekte), bunu içinde, çeşitli teknolojik ve mali güçlüklerle boğuşmak durumundadırlar. Haber akışının tek yönlü oluşu üçüncü dünya ülkelerinin yürürlükteki hegemonyayı ve önyargıları kırmaları güçleştirmektedir. Çünkü haberleşmenin hemen hemen tamamı uydu aracılığıyla gerçekleştirilmekte, üçüncü dünya ülkeleri de bundan yoksun bulunmaktadır (Huxley 1999:151-152).

Kitle iletişim araçları yoluyla küreselleştiren olaylar ister bir savaş olsun, isterse Alaska'daki balinalar olsun, bu haberlerin seçimindeki mantık, bunların dünya üzerindeki yaşayan insanlar için öneminden ziyade, taşıdıkları haber değerine dayanır. Bu da tümüyle tarafsız durduklarını iddia eden ama bir mantığa göre hareket eden profesyoneller tarafından atfedilen bir değerdir. Bu değer üretim tüketim süreciyle beraber, batılı değerlerin birleşmesiyle oluşur. Sonuçta haberler de insanların eylemiyle ilişkisini kaybeder ve bir değişim değeriyle piyasaya sürülür. Küreselleşmenin zorunlu kıldığı değişim ve değişimler, sadece kitle iletişim araçlarında gerçekleşmiştir.

SONUÇ

Kitle iletişim araçlarını ortaya çıkışından sonra, daha önce belli bir zümrenin malı olan bilgi evrenselleşmiştir. İletişim araçlarının yaygınlaştığı bilgi birikimi sayesinde nicelik ve nitelik itibarıyla büyük, belirgin iyileşmeler gerçekleşmiştir.

Kitle iletişim araçları insanlar üzerinde olduğu kadar kurumları da etkilemiştir. Bilgiye, değişime açık evrensel kurumlar, kitle haberleşme araçlarından en yoğun biçimde etkilenenler arasındadır. Siyaset ve eğitimle uğraşan kurumları bu gruba örnek olarak gösterebiliriz. Din ve hukuk kurumları içinde bu söylenenler geçerli olabilir. Çalışma hayatıyla ilgili kurumlar sosyal hizmet kurumları, bilimsel ve askeri kurumlar genelde kitle iletişim araçlarından yüzeysel biçimde etkilenmektedirler. Modern toplumlar için boş zamanların değerlendirilmesi ve spor kurumsal nitelik taşıyor ve kitle iletişimiyle direkt bir temas içindedirler. İzlediği yöntem ve metodlar çok farklı olsa da, özellikle yetişkinlerin yeniden eğitilmesinde kitle iletişim araçlarının önemi yadsınmaz.

Küreselleşen dünyada kültür ürünlerinin üreticisi ve pazarlayıcı olan medya, kapitalist sistemin gereksinim duyduğu kitlesel tüketimi mümkün kılacak kitle kültürünün oluşması ve yaygınlaşması için iyi bir araç olarak görev yapmaktadır. Toplumsal bir süreç olarak küreselleşme, önce batıda başlayan bir süreç iken, kitle iletişim araçları ve kitle iletişim araçlarının meydana getirdiği etkilerle birlikte, bütün dünyayı etkisi altına almıştır. Küreselleşen toplumları yönlendirme ve tüketim toplumu haline getirmenin yegane yolu kitle iletişim araçlarının kullanılmasıdır. Küreselleşme dayatılan bir ideoloji değil, kültürüyle beraber gelen bir yaşam biçimidir. Gelişmiş batı ülkelerinin kültürü, küresel kültür için temel sayılmaktadır. İletişim ve enformasyon düzeninin de buna uygun olmasıyla, dünyada batı kültürü temel kültür haline gelmiş, bunu da kitle iletişim araçları sağlamıştır.

KAYNAKLAR

- Ahıska M (1995) Medya, Küresellik ve Yerellik, Toplum ve Bilim, 67, 6-26.
Alankuş Kural S (1998) Yerel Medyanın İmkanları, Birikim, 111-112, 195-210.
Baudrillard J (1998) Kötülüğün Şeffaflığı, Aşırı Fenomenler Üstüne, Işık Ergüden (çev) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Baudrillard J (1992) Sessiz Yığınların Gölgesinde Yada Toplumsalın Sonu, Oğuz Adanır (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Bauman Z 1999. Küreselleşme Toplumsal Sonuçları, Abdullah Yılmaz (çev) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Davis F (1997). Moda, Kültür ve Kimlik, Özder Arıkan (çev) YKY, İstanbul.
Dirlik A (2000). Küreselcilik ve Yer Siyaseti, Varlık, 1119, 22-29.
Encabo MN 1997. Gazetecilik Etiği Ve Demok-rasi, Medya Kültür Siyaset, Süleyman İrvan (derleyen ve çev), Ark Yayınları, Ankara, 283-299.
Erginsoy FG. (1999) Küreselleşme ve Yerelleşmenin Kırsal Kesimdeki Bileşmeleri Toplumda ve Kimlikte Dönüşümler, Toplumbilim, 8,59-69.
Geray H (1995) Küreselleşme ve Masa Üstü Sömürgecilik, Mürekkep, 3-4, 33-49.
Giddens A (1994) Modernliğin Sonuçları, Ersin Kuşdil (çev) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Güneş S (1995) Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara.
Güvenç N (1998) Küreselleşme ve Türkiye, BDS Yayınları, İstanbul.
Hall S (1998) Kültürel Kimlik ve Diasporalar, Kimlik Topluluk/Kültür /Farklılık, Der. Joenathan Benarhand, Neşe Nur Dominiç (çev) Sarmal Yayınları, İstanbul, 173-192.
Huxley A (1999) İletişim ve Üçüncü Dünya Ülkeleri, Enformatik Cehalet, Der. Nabi Avcı Kitabevi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul. 149-155.

Hülür H (2000a) Küreselleşme ve Toplumbilimsel Kuramlaştırma Sorunu, Selçuk İletişim, 1(2) 27-36.
Hülür H (2000b) Toplumsal Bilim Söyleminde Yerellik, Selçuk İletişim, 1(3) 103-116.
Illich I (2000) Tüketim Köleliği, Mesut Karasahan, (çev) Pınar Yayınları, İstanbul.
Kaplan Y (2000) Küreselleşmenin Sınırları Müslümanların İmkanları, Umran 72, 5-12.
Koçdemir K (1999) Küreselleşme ve Türk Kültürü, Kök Araştırmalar, 1 (1), 5-21.
Le Bon G (1997) Kitleler Psikolojisi Yunus Ender (hazır), Hayat Yayıncılık, İstanbul.
Lundby K ve Helge R (1997) Medya- Kültür- İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması, Medya Kültür Siyaset, Süleyman İrvan, (Der ve çev) Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 13-29.
Mc Quail D (1994) Kitle İletişim Kuramı., Ahmet H Yüksel, (çev) Kibele Yayınları, Eskişehir.
Mevlana, H (1999) Yeni Enformasyon Düzeni, Enformatik Cehalet, Nabi Avcı, (Der) Kitabevi Yayınları, İstanbul, 141-149.
Mills W (1974) İktidar Seçkinleri, Ünsal Oskay (çev), Bilgi Yayınevi, İstanbul.
Morley D ve Robins K (1997) Kimlik Mekanları, Emrah Zeybekoğlu (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Mutlu E (1995) İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara.
Mutlu, E (2001) Gtobelleşen Medya, Karizma, 5, 15-21.
Mutman, M (1995) Televizyonu Nasıl Sorgulamalı, Toplum ve Bilim 67, 26-76.
Naisbitt, J (1996) Global Paradoks, Güliden Şen

(çev) Sabah Yayınları, İstanbul.
Postman N (1994) Televizyon Öldüren Eğlence, Osman Akınhay (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Robertsan, R (1999) Küreselleşme,Toplum Kuramı ve Küresel Kültür, Ü. H. Yolsal (çev), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
Sönmez S (1998) Dünya Ekonomisinde Dönüşüm Sömürgecilikten Küreselleşmeye, İmge Yayınları, Ankara.
Swingwood A (1996) Kitle Kültürü Efsanesi Aykut Kansu (çev), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
Şahin H (1991) Yeni İletişim Ortamları ve Kültürel Kimliğimiz, Varlık, 1009, 13-18.
Şaylan G (1995) Değişim ve Küreselleşen Dünyada Devletin Yeni İşlevi, İmge Yayınları, Ankara.
Tokgöz O (2000) Temel Gazetecilik, İmge Yayınları, Ankara.
Türkdoğan O (1998) Değişme-Kültür ve Sosyal Çözülme, Birleşik Yayıncılık, İstanbul.
Uğur A (1991) Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar, Enformasyon Devrimi Efsanesi, Yusuf Kaplan (der ve çev), Rey Yayıncılık, Kayseri. 233-256.
Wallerstein İ (1996) Tarihsel Kapitalizm, Necmiye Alpay (çev), Metis Yayıncılık, İstanbul.
Wallerstein İ (1998) Ulusal ve Evrensel Dünya Kültürü Olabilir mi?, Kültür Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Anthony D. King (Der), G. Seçkin ve Ü. H. Yolsal (çev), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 121-139.
Yelken R (1999) Cemaatin Dönüşümü, Vadi Yayınları, Ankara. ■