

**Kültürel Emperyalizm Bağlamında Yeni Dijital Sömürgecilik
Uygulamaları: GeForce NOW ve Game Pass**

New Digital Colonialism Applications in the Context of Cultural
Imperialism: GeForce NOW and Game Pass



**ANTALYA
İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ**

Eren Keser^{1*}

^{1*} Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Ana Bilim Dalı, Antalya, Türkiye
Akdeniz University, Institute of Social Sciences, Department of Communication, Antalya, Türkiye

^{1*} erenkeserpr@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3810-0376

MAKALE BİLGİSİ / ARTICLE INFORMATION

Geliş Tarihi / Date Received

21.05.2024

Kabul Tarihi / Date Accepted

27.08.2024

Yayın Tarihi / Date Published

Eylül / September 2024

Yayın Sezonu / Pub Date Season

Haziran - Aralık / June - December

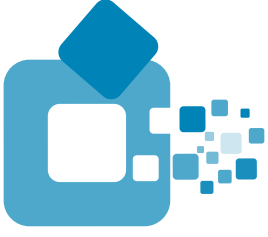
ATIF / CITE as

Keser, E. (2024). "Kültürel Emperyalizm Bağlamında Yeni Dijital Sömürgecilik Uygulamaları: GeForce NOW ve Game Pass" / "New Digital Colonialism Applications in the Context of Cultural Imperialism: GeForce NOW and Game Pass". Bilar: Bilim Armonisi Dergisi, 7 (1): 135-153. doi: 10.37215/bilar.1487367

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilar>

Copyright © Published by Antalya İl Millî Eğitim Müdürlüğü Since 2018, Antalya, 07100 Turkey. All rights reserved.





Kültürel Emperyalizm Bağlamında Yeni Dijital Sömürgecilik Uygulamaları: GeForce NOW ve Game Pass

New Digital Colonialism Applications in the Context of Cultural Imperialism: GeForce NOW and Game Pass



ANTALYA
İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ

ÖZET

Bilişim araçları ve onların uzantısı olan iletişim teknolojilerindeki her yeni oluşum ve yapılanmanın arka planını, çoğunlukla Anglo-Amerikan topluluk kültürünün oluşturduğu gelişmiş ülkelerin donanımsal ve yazılımsal birikimi oluşturmaktadır. Bu yazılımsal birikimden faydalanarak daha fazla kitleye ulaşarak hakimiyetin oluşması ve tüketimin devam edebilmesi amacıyla kapitalist sistemin kendini yeniden üretmesinin bir neticesiyle yeni medya araçları içindeki çevrim-içi oyuncu topluluğunun iletişim ortamlarından olan 25 milyondan fazla kullanıcıyla Nvidia GeForce NOW ile 30 milyondan fazla kullanıcıyla Xbox Game Pass uygulamaları örnek teşkil etmektedir. Masaüstü sömürgeciliğin işlediği bu uygulamalar ile Amerikan merkezli yaşam kültürü, kullanım alışkanlıkları ve hayal dünyaları olan ürünlerin daha az gelişmiş ülkelere ihraç edilerek bunların taklit edilmesinin sağlandığı ve böylece Herbert Schiller'in "kültür emperyalizm" olarak tanımladığı, Thomas L. McPhail'in ise "elektronik sömürgecilik" olarak adlandırdığı olgu oluşmaktadır. Bütün bu sıralananlar nedeniyle, çalışma kapsamında yeni medya ortamı olan çevrim-içi video oyunculuğu kültüründe uluslararası dijital ekonominin hakimlerinden olan Microsoft ve Nvidia firmalarının yeni pazarlama stratejileri olan çevrim-içi yazılımlar, eleştirel iletişim kuramlarının toplum ve kurumları araştırmak için kullandığı Marksist çözümleme yaklaşımı içerisinde bulunan hegemonya ve tüketim toplumu kavramları çerçevesinde ele alınarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Nvidia GeForce NOW, Xbox Game Pass, Kültür Emperyalizmi, Hegemonya, Tüketim Toplumu, Dijital Sömürgecilik.

ABSTRACT

The background of every new creation and structure in information tools and their extension, communication technologies, is the hardware and software accumulation of developed countries, largely established by the Anglo-American community culture. For instance, over 25 millions of nvidia GeForce NOW users and more than 30 millions of Xbox Game Pass subscribers, which are among the communication media of the online gamer community in new media tools, are the result of the reproduction of the capitalist system itself in order to reach more masses by making use of this software accumulation in order to create dominance and to continue consumption. The applications where desktop colonialism operates, products off American-centered life culture, usage habits and imagination worlds are exported to and imitated by less developed countries, thus creating the phenomenon that Herbert Schiller defines as cultural imperialism and Thomas L. McPhail calls electronic colonialism. Consequently, in this study, the new marketing strategies of Microsoft and Nvidia, the dominant companies of the international digital economy, in the new media environment of online video gaming culture, are evaluated within the framework of the concepts of hegemony and consumer society within the marxist analysis methodology used by critical communication theories to investigate society and institutions.

Keywords: Nvidia GeForce NOW, Xbox Game Pass, Cultural Imperialism, Hegemony, Consumer Society, Digital Colonialism

1. GİRİŞ

Yeni iletişim teknolojileri, insanların bağlantı kurma, etkileşime geçme ve bilgi paylaşma yöntemlerinde devrim yaratarak dönüşüme neden olmuştur. Böylece internet, sosyal medya platformları, web tabanlı yeni dijital uygulamalar ve mobil cihazlar gibi teknolojiler ile iletişim ortamları büyük ölçüde değişerek daha hızlı, daha verimli ve erişilebilir bir hale gelmiştir. Ancak bu teknolojilerin kültür üzerinde de derin bir etkisi olmuş ve teknolojiyi tüketen ve kullanan diğer yerel kültürler, teknolojiyi icat eden ve yayan egemen kültürel yapının değerlerine özendirilip bir cazibe merkezi haline getirilmiştir. Çünkü egemen kültürden çıkararak yeni olarak sunulan her öge ve aracın elde edilmesinin demokratik bir hak gibi sunularak dayatılması ile yerel kültürlerin tahrip edildiği süreci ifade eden durumu “kültürel emperyalizm” diğer bir ifade ile “elektronik sömürgecilik” olarak tanımlamakla birlikte, aynı zamanda bu sürece hizmet eden “masaüstü sömürgecilik” araçları olan uygulamaların nasıl işlerlik kazandığını gösterebilen konular üzerine de dikkat çekmek önem kazanmaktadır (Schiller 1976, McPhail 1988, Ritzer 2020, 277). Bu tartışmalar ışığında, dünya üzerinde ekonomik ve teknolojik açıdan daha gelişmiş ülkelerin kurmuş olduğu hakimiyet ile kendilerinden daha az gelişmiş olan ülkelere kendi kültürel değer ve ideolojilerini benimsetme çabaları kültürel emperyalizm olarak tanımlanırken, gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan Google, Facebook, YouTube gibi yeni iletişim araçlarıyla dijital veriler üzerinden hakimiyet kurulması örneği de elektronik sömürgecilik olarak adlandırılmaktadır. Bu sıralanan nedenlerle, yeni iletişim teknolojileri, kültürel emperyalizmin yeniden üretimini üstlenerek küresel egemen sermayenin devamlılığını sağlayan iletişim araçları ve medyalar olarak elektronik sömürgeciliğe ve masaüstü sömürgeciliğe neden olmaktadır. Ayrıca, enformasyon teknolojileri ile yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan yeni iletişim ortamları ve araçlarının alt yapısı ve donanımlarındaki eşitsizlikleri tetikleyen egemen uluslararası şirketlerin etkisiyle elektronik sömürgecilik tetiklenirken, çoğunlukla gelişmiş ülkelerde bulunan devlet destekli ve anlaşmalı uluslararası boyuttaki şirketler ile sermayedarlarının; az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yeni bilişim ve iletişim teknolojileri ürünlerini pazarlayabilmek için planladıkları strateji ve politikalar da masaüstü sömürgeciliğe zemin oluşturmaktadır. Bu kavramlarla birlikte daha geniş bir perspektifte, küresel enformasyon alışverişinin kültürel bağımlılığı güçlendirdiği savından hareketle, her türlü teknoloji, iletişim ve enformasyon

ürünleri ile yazılımları da dâhil olmak üzere tamamının kapsamlı etkileşimi küresel bilgi alış-verişi vasıtasıyla kültürel bağımlılığı devam ettirdiği için kültürel emperyalizm kapsamında değerlendirilmektedir (Palaiologou 2009, Bandopadhyay 2008, Salwen 1991, Gittinger 2014).

Kültürel emperyalizm, genellikle medya ve iletişim teknolojileri aracılığıyla uygulanan, bir kültürün veya bir dizi kültürel değerler diğerleri üzerindeki hâkimiyetini ifade eder. Bu iletişim teknolojileri, egemen bilgi ve teknoloji merkezleri tarafından rıza üretmek ve kamu ideolojisini kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirmek için kullanılan araçlardır (Ming 2003). Genellikle gelişmiş ülkelerden gelen baskın kültürün kendi değerlerini, normlarını ve ideolojilerini daha az gelişmiş yada gelişmekte olan kültürlerle dayattığı bir güç dinamiği yaratırlar. Bu süreç, yerel geleneklerin ve kimliklerin baskın kültür tarafından gölgede bırakılması nedeniyle kültürel çeşitliliğin kaybolmasına ve küresel kültürün homojenleşmesine yol açmaktadır. Kültürel emperyalizm ve masaüstü sömürgecilik bağlamında yeni iletişim teknolojileri belirli kültürlerin ve değerlerin hakimiyetini kolaylaştırarak kültürel bağımlılığa, yerel kültürlerin bastırılmasına ve küresel bilgi alışverişinde eşitsizliklerin devam etmesine de yol açmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde yerleşik çok uluslu şirketler tarafından kontrol edilen bu teknolojiler, kamu ideolojisini şekillendirerek ve rıza üretmek egemen kültürün kültürel hegemonyasını güçlendirmektedir. Bu bağlamda, kitle iletişim araçları hem içerdekiler hem de dışarıdakiler için kolektif kimliklerin oluşturulması ve desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Castells 2004). Kitle iletişim araçları, egemen kültürel ürünlerin ve ideolojilerin cazibe merkezi haline getirilerek aktarılması yoluyla, batılı değerlerin ve normların küresel olarak yayılmasına katkıda bulunmakla birlikte, aynı zamanda askeri finansman ve bilimsel merakın yönlendirdiği bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yeni devrimsel unsurlar, kültürel emperyalizm sürecini de devam ettirmektedir. Bilgi teknolojisi ve yapay zekâ mühendisliği de dahil olmak üzere dijital teknolojilerin yaygınlaşması, kültürel emperyalizmin yayılmasını daha da kolaylaştırmıştır. Bu dijital teknolojiler; filmler, TV şovları, dijital oyunlar, Netflix, Disney Plus, Amazon Prime Video gibi dijital içeriklerle birlikte anlık müzik uygulamaları ve online haberleri de sağlayan araçlar olup; medya içeriğinin hızla yayılmasını sağlamakla egemen kültürün bakış açılarını ve çıkarlarını da yansıtmaktadır (Okechi 2017). İnternet tabanlı sosyal medya platformları gibi yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı,

kültürel emperyalizm sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca, oldukça geniş dijital oyunlar kütüphanesine erişim sağlayan Microsoft firması Game Pass uygulaması ile video oyun konsolları ve güçlü bilgisayar donanımları satın alamayanlar için sürekli oyun oynama imkânı sunan Nvidia firmasının GeForce NOW gibi hizmetleri, kültürel emperyalizmin teknolojideki uygulayıcısı olan elektronik sömürgeciliği de mümkün kılmaktadır (Naseer vd. 2014, Opoku vd. 2018). Bu teknolojiler, bilgi ve kültürel ürünlerin kolay ve yaygın bir şekilde yayılmasını sağlayarak belirli egemen kültür ve değerlerin tahakkümünü daha da pekiştirmektedir. Sonuç olarak, yerel kültürel uygulamalar ve gelenekler genellikle marjinalleşmekte veya silinmektedir. Bunun neticesinde kültürel çeşitliliğin kaybolması ve küresel kültürün homojenleşmesi de ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla söz konusu yeni iletişim teknolojileri kültürel emperyalizmin ve masaüstü sömürgeçiliğin sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır.

Küçük şirketler, sanayi oluşumları ve sermayedarların birleşerek küresel ölçekli büyük şirketleri oluşturması, kapitalist sistemin dengesini ve işleyişini önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu durum, orta sınıfın erimesine ve güç ile kontrolün finansman ve pazarı elinde bulunduran uluslararası piyasayı da tekelleştiren küresel şirketlerin eline geçmesine yol açmıştır (Milanovic 2011, 15-20). Kapitalizmin ileri safhası olan emperyalizm de egemen sermayenin sahip olduğu gücü kullanarak ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasi yapısı gelişmemiş tüketim odaklı ülkelere nüfus ederek kendi küresel şirketlerini yaymak amacıyla arkalarındaki hakim siyasal gücünde etkisiyle kendi yararlarına hizmet edecek bir yapı ve süreç inşa ederek kapitalizmin yeniden üretimi ile sürekli devam eden bir sömürge şeklini de başlatmış olmaktadır (Amin 2018, 25-30). Günümüz dünyasında sömürmek için artık asker ve orduya gerek olmamakta, bilişim teknolojileri ve iletişim araçları bunu kapsamlı bir şekilde yapmaktadır. Çünkü, iletişim teknolojilerinin arka planında belirli egemen ülkelerin nüfus sahibi olduğu ve onların çıkarlarına hizmet eder bir şekilde diğer ülkelerin de onlara bağımlı hale geldiği siyaset, ekonomi ve kültürel alanı da kapsayarak çok yönlü bir şekilde ilişki içinde olunan süreç ile kültür emperyalizmi tezi ortaya çıkmıştır. Kültür emperyalizmi tezi ile iletişim araçlarının kapitalizmi yeniden ürettiği Amerikan emperyalizmine nasıl katkı sağladığını göstererek Marksist çözümleme yaptığı Herbert Schiller'in *Mass Communication and American Empire* (1971) adlı çalışmasına göre, ABD'nin ihraç ettiği iletişim ürünleri aslında dünyayı kontrol altına almak istediği sistemin çıkarlarına

hizmet eden ideolojik özellikleri barındıran kültürel ürünler olmaktadır (Yaylagül 2017, 157-158). Bu nedenle, dijitalleşme süreci beraberinde yeni sömürge anlayış ve modellerini oluşturan kavramları da ortaya çıkarmıştır. Böylece, yeni iletişim teknolojileri kültür emperyalizminin yeniden üretilmesini üstlenerek küresel egemen sermayenin devamlılığını sağlayan birer iletişim araçları ve ortamları olarak elektronik sömürgeçiliğe ve masaüstü sömürgeçiliğe neden olmaktadır.

1.1. Kültür Emperyalizmi

Kültürel emperyalizm, belirli bir kültürün değerlerinin ve normlarının kültürel ürünlerinin yayılması yoluyla diğerleri üzerindeki hakimiyetini göstermektedir. Masaüstü sömürgeçilik ise sömürgeci gücün, baskın kültürlerin bilgi ve kültürel içerik akışını kontrol ettiği ve şekillendirdiği dijital alan üzerinden genişletilmesini ifade etmektedir (Kwet 2019, Dunch 2002, Tomlinson 1991). Kültürel emperyalizmin uygulayıcısı masaüstü sömürgeçilik bağlamında yeni iletişim teknolojilerinin değerlendirilmesi, kültürel çeşitlilik, yerel kültürel uygulamalar ve baskın kültürler ile marjinal kültürler arasındaki güç dinamikleri üzerindeki potansiyel etkileri göz önünde bulundurmaya zorunlu kılar. Ayrıca yeni iletişim teknolojilerinin kültürel emperyalizm bağlamındaki rolünü analiz etmek ve anlamak için bu teknolojilerin belirli kültürlerin egemenliğine, yerel kültürel uygulamaların bastırılmasına ve küresel kültürün homojenleştirilmesine nasıl katkıda bulunduğunu da incelemeyi gerektirir (Gittinger 2014, Katamamwaringa 2020). Bu teknolojiler, dijital video içerikleri, dijital oyunlar, müzik ve haberler gibi, genellikle marjinal kültürlerden ziyade baskın kültürlerin bakış açılarını ve çıkarlarını yansıtan kültürel içeriğin kolayca yayılmasını sağlamaktadır. Ek olarak, yeni iletişim teknolojilerinin erişilebilirliği ve satın alınabilirliği; baskın kültürel ürünler ve uygulamaların dünya çapında daha kolay erişilebilir ve etkili hale gelmesi de küresel kültürün homojenleşmesine katkıda bulunmaktadır (Gittinger 2014).

Kültürel emperyalizm 20. yüzyılın sonlarında genellikle Batılı değerleri ve normları dünyanın diğer bölgelerine yaydığı düşünülen Amerikan medya ve eğlence endüstrilerinin hakimiyetiyle ilişkilendirilmiştir (Petras 1993). Kültürel emperyalizm kavramı, sadece Batılı ülkelerin gelişmekte olan ülkelere kültürlerine hükmetmesi değil, aynı zamanda dünya genelindeki kültürlerin Amerikalaştırılması olarak kabul edilmektedir. Bu yeni iletişim teknolojileri, genellikle yerel kültürel uygulamalar ve farklı

bakış açıları pahasına, batılı kültürel ürünlerin ve değerlerin küresel olarak yayılmasını sağlamaktadır. Bazıları kültürel emperyalizm kavramının net bir tanımdan yoksun olduğunu ve Amerikan karşıtı söylemler için bir kılıf olarak kullanılabileceğini savunmaktadır (Mirrlees 2013). Ancak bu kavram, küresel iletişim ortamındaki güç dengesizliklerini ve belirli kültürlerin hakimiyetini vurgulamak açısından hala değer taşımaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin değerlendirilmesinde, kültürel emperyalizm ve masaüstü sömürgeciliğinin sürdürülmesi ya da bunlara meydan okunmasındaki potansiyel rollerinin göz önünde bulundurulması da büyük önem taşımaktadır. Toplumlar, kültürel emperyalizm ile birlikte, egemen ve marjinal kültürler arasındaki güç dinamiklerini ve eşitsizlikleri sürdürmektedir. Küresel ölçekli egemen kültürlerin hakimiyeti, yerel seslerin bastırılması ve çeşitli yerel kültürel uygulamaların erozyona uğratılması da dahil olmak üzere kültürel emperyalizm içinde masaüstü sömürgeciliğin potansiyel katkılarının kapsamlı bir şekilde incelenmesini gerektirir (Salwen 1991).

Kültürel emperyalizm, genellikle medya ve iletişim kanalları aracılığıyla bir kültürün diğerleri üzerinde kurduğu tahakküm ve etkiyi ifade eder. Yeni iletişim teknolojileri kültürel emperyalizmi güçlendirme ve sürdürme potansiyeline sahiptir. Örneğin, sosyal medya platformlarının ve yayın hizmetlerinin yaygın kullanılabilirliği ve erişilebilirliği, baskın kültürel ürünlerin ve uygulamaların küresel olarak yayılmasına olanak sağlamaktadır. Bu teknolojiler ile dünyanın dört bir yanındaki insanlar batılı kültürel ürünleri tüketip taklit ettikçe kültürlerin homojenleşmesine yol açmaktadır. Ayrıca, İngilizce gibi baskın diller, dijital alanlarda daha yaygın hale geldikçe yeni iletişim teknolojileri yerel dillerin ve geleneklerin erozyona uğramasına da neden olmaktadır. Ek olarak, yeni iletişim teknolojileri baskın ve marjinal kültürler arasındaki güç dengesizliklerini daha da kötüleştirir (Tomlinson 1991). Bu teknolojiler genellikle Batılı ülkeler tarafından geliştirilir ve kontrol edilir; bu da kendi kültürel değerlerinin ve bakış açılarının tanıtılmasına ve yayılmasına olanak tanırken, diğer kültürlerin seslerini ve temsillerini marjinalleştirir ve bastırır (Kraidy 2002). Bu durum kültürel hegemonyayı sürdürür ve küresel iletişim ortamında belirli kültürlerin hakimiyetini pekiştirir (Tomlinson 1991). Bu nedenlerle, yeni iletişim teknolojilerini değerlendirirken, kültürel emperyalizm ve masaüstü sömürgecilik üzerindeki potansiyel etkilerini eleştirel bir şekilde değerlendirmek gerekir.

Emperyalizmin kültürel boyutunu anlamak ve anlamlandırmak için kültürel emperyalizm kavramı kullanılmaktadır. Eğitim, bilim, sanat, tarih vb. alanlarda süreç hep aynı şekilde devam etmektedir. Herbert Schiller, kültürel emperyalizm üzerine yazdığı eserinde kavramın tanımını yapmakta ve çeşitli örneklerle desteklemektedir (Tomlinson 1991). Herbert Schiller'e göre kültürel emperyalizm, egemen kültürün kendi değerlerini, inançlarını ve uygulamalarını ikincil kültüre dayattığı bir kültürün diğeri üzerindeki tahakkümünü ve etkisini ifade eder. Schiller bu tahakkümün yalnızca ekonomik ve siyasi nitelikte olmadığını, aynı zamanda medya ve iletişim süreçleri aracılığıyla kültürel alana da uzandığını savunmaktadır. Schiller, Amerikan medya egemenliğinin kültürel emperyalizme nasıl katkıda bulunduğuna dair örnekler vermektedir. Örneklerden biri Amerikan popüler kültürünün televizyon programları, filmler ve müzik aracılığıyla yayılmasıdır. Bu kültür ihracı genellikle yerel kültürlerin homojenleşmesine ve kültürel çeşitliliğin erozyona uğramasına yol açmaktadır (Pun 1970).

Schiller'in verdiği bir diğer örnekte ise, Batılı kapitalist ideolojileri ve tüketimciliği dünyanın farklı bölgelerine tanıtan ve yayan küresel reklamcılık endüstrisidir. Bu reklam kampanyaları genellikle belirli stereotipleri (kalıp yargıları) ve idealleri sürdürerek batı kültürünün egemenliğini pekiştirmektedir. Genel olarak Schiller'in tanımı ve örnekleri, kültürel emperyalizmin medya ve iletişim sistemlerinin yanı sıra ekonomik ve siyasi güç dinamikleri aracılığıyla nasıl işlediğini göstermektedir (Tomlinson 1991). Örneğin, popüler kültürün yayılması yoluyla, farklı yerlerdeki insanlar, çocuklukları boyunca belirli bir animasyon programını izleyebilir ve gençken aynı müzik türünü dinleyebilmektedir (Pun 1970).

Herbert Schiller kültürel emperyalizmi, güçlü ulusların zayıf uluslar üzerinde, egemenlik ideolojileri ve mesajları taşıyan kültürel materyallerin ve medya içeriğinin yayılması yoluyla kurduğu bir tahakküm biçimi olarak tanımlamıştır. Bu emperyalizm biçimi tek kültürü teşvik eder ve genellikle Batılılaşmış, tüketim kültürünün yayılmasıyla temsil edilen kültürel kimliklerin erozyona uğramasına yol açmaktadır. Schiller, çok uluslu şirketlerin ve medya holdinglerinin bu süreçte önemli bir rol oynadığını, zira küresel erişimlerini ilerletmek için genellikle ulusal egemenlikleri azaltmayı veya onlara hükmetmeyi amaçladıklarını savunmuştur.

Schiller, Salvador Allende yönetimindeki Şili örneğini vererek, kültürel bütünlüğü savunma

girişimlerine dair bir vaka çalışması olarak kullanmıştır. Şili film ithalatını çeşitlendirmeye, ABD filmlerine bağımlılığı azaltmaya, çok uluslu reklam ajanslarını düzenlemeye ve kültürel tahakküme direnmek için yayınlarda ulusal temaları teşvik etmeye çalışmıştır. Reader's Digest, Amerikan olduğu için değil, bireysel bencillik, tekel yanlısı iş tutumları ve jingoist militarizm gibi ideolojileri yaydığı için ciddi bir toplumsal dönüşümde sorunlu olabilecek bir yayın örneği olarak da anılmaktadır (Schiller 1976). Dünya çapında yayınlanan Amerikan televizyon programları ve McDonald's ve Coca-Cola gibi büyük Amerikan şirketleri gibi Amerikan ürünlerinin, işletmelerinin ve kültürünün küresel etkisi de Amerikan kültürünün uluslararası alanda nasıl yayıldığına örnek teşkil etmektedir. Bu olgu genellikle "Amerikanlaşma" olarak adlandırılmaktadır. Amerikanlaşmayı sağlayan kültürel ürünlerin ideolojik olduğunu ve Amerikan hegemonyasının çıkarlarına hizmet ettiğini savunarak kültürel emperyalizm kavramını kullanan Herbert Schiller bu kavramı; "bir toplumun modern dünya sistemine dahil edilme süreçlerinin toplamı ve bu toplumun hakim tabakasının sosyal kurumları sistemin hakim merkezinin değer ve yapılarına uyacak, hatta bunları destekleyecek şekilde şekillendirmesi için nasıl cezbedildiği, baskı altına alındığı, zorlandığı ve bazen rüşvet verildiği" (Schiller 1976, 9) şeklinde tanımlamıştır. 'Serbest bilgi akışı' yaklaşımının olumlu sonuçlarına odaklanarak ABD dış politikasına hizmet ettiğine inandığı küresel iletişim alanındaki mevcut 'nesnel' ve 'bilimsel' araştırmaları eleştiren Schiller, kültürel emperyalizm tezini 'modernleşme' kampanyalarının yarattığı toplumsal ve siyasi mücadeleleri vurgulamanın bir yolu olarak görmüştür (Maxwell 2003).

Kültürel emperyalizme göre Schiller, Amerika Birleşik Devletleri'nin İkinci Dünya Savaşı'nın ardından resmi toprak sömürgeleri olmayan yeni bir imparatorluk türü olarak ortaya çıktığını savunmuştur. Bunun yerine, kitle iletişim sistemlerinin dünya çapında etkisini empoze etmek için kullanmakla birlikte, aynı zamanda ABD medyası olan ticari ürünler, aslında birer Amerikalaştırma araçları olup, diğer ülkelerin bilişim araçlarına, sinemalarına ve kültürlerine, bu ülkelerin etkisine karşılık vermeksizin hükmetmektedir (Schiller 1992). Bu yüzden, Schiller'e göre ürün olarak sunulan bütün içerik ve teknolojik ürünler küresel şirketlerin sermayelerinin dünya geneline yayılmasını sağlayarak emperyalist çıkarlarına hizmet edecek bir ideolojiyi her zaman arka planında barındırmaktadır. Çünkü kültürel ürün olarak sunulanlar ideolojiktir ve kapitalist sistemin

yeniden üretilmesine hizmet eder.

Armand Mattelart ve Ariel Dorfman'da ABD emperyalizminin siyasi, ekonomik ve kültürel olarak medya metinlerine nasıl yansıdığını gösteren bir örnek olarak, disney çizgi romanlarındaki emperyalist ideolojiyi analiz etmektedir. Araştırmalarında "Donald Duck Nasıl Okunur"'a odaklanarak, bu masum görünen anlatıların altında yatan emperyalist ideoloji, temaları ve mesajları araştıran eleştirel bakış açılarını sunmaktadırlar. Dorfman ve Mattelart, "Donald Duck Nasıl Okunur" adlı çalışmalarında, disney çizgi romanlarının çocuk eğlencesi kisvesi altında Amerikan emperyalizmi ve kapitalizminin telkin edilmesine nasıl hizmet ettiğine ışık tutmaktadır (Dorfman ve Mattelart 1975, Pineda ve Jiménez-Varea 2013). Bu çizgi romanların, Amerikan emperyalizminin zararsız olarak resmedildiği bir anlatıyı nasıl sürdürdüğünü, genellikle yerlileri önemsiz şeyler için kaynaklarından vazgeçmeye istekli olarak tasvir ederek çarpık bir güç dinamiğini nasıl pekiştirdiğini ortaya koymaktadırlar (Solomonovich 2023). Bu eleştirel analiz, disney çizgi romanlarının sadece çocuklara yönelik bir eğlence olduğu fikrine meydan okuyarak, anlatıların içine gömülü olan daha derin emperyalist ve kapitalist ideolojileri ortaya çıkarmaktadır. ABD'nin çokuluslu şirketleri bir yandan ekonomik nüfuz ve ideolojik propaganda araçları olarak işlev görmekle birlikte, diğer yandan da düzen araçları olarak hizmet etmektedirler. Amerikan yaşam tarzının üstünlüğü ve cazibesi tahakküm altındaki toplumlara propaganda malzemesi olarak sunulmaktadır (Mattelart 1976).

Kültür emperyalizminin teknolojik emtialarının çevre ülkelerde hakim ideolojiyi sürdürmekle devamlılığını sağlamak için devletle elinden geleni yapmakta her türlü destek, kredi, vergi affı ya da yapılandırılmaları ile dış ticarete yönelik teşvikleriyle destek olmakta, siyasal iktidar ve küresel sermaye arasında bir işbirliği ve faydalanmanın da her alanda olduğu gibi teknolojik gelişmeler altında da olmaktadır. Kapitalizmin küreselleşmesinin ve yeniden üretilmesinde etkili olan Kültür emperyalizmi teknolojiyi üreten, pazarlayan gelişmiş ülke sermayelerinin, gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelerin kendilerine olan bağımlılık ve ihtiyacını devam ettirme görevini üstlenir. Egemen sermayenin ihtiyacına göre pazarı etkileyecek ve yön verecek yeni metotlar piyasaya sürülebilir. Bu bağımlılık ve ihtiyaçla kültür endüstrisinin herhangi bir alanındaki birbiriyle uyumlu ve birbirini tamamlayan ürünlerin pazarlanabilmeleri için kitle toplumunun kültürel emperyalizm aracılığıyla

oluşturulur.

Kültür emperyalizmi küresel egemen sermayenin devamlılığını oluşturduğu ihtiyaç, istek ve bağımlılık ile sağlayabilir. Playstation geliştiricisi Sony, Xbox geliştiricisi Microsoft, yaygın telekomünikasyon şirketi sanal gerçeklik (virtual reality) cihazı üreticisi HTC vive vb. küresel şirketlerin ihtiyaç ve çıkarlarına hizmet eder. Her toplumun geçirdiği tarihsel süreç farklı olduğu için hepsini aynı değerlendirmek bizi taraflı ve yanlış analizlere götürecektir. Aydınlanma ve sanayi devrimi yaşamış bir batı toplumu ile bunları dışarıdan ithal etmiş doğu toplumlarını aynı şekilde değerlendirmek ve analiz etmek kaçınılmaz olarak içerisinde gelişmeleri barındırmaktadır. Bu nedenle teknolojinin her şeyi belirlediği ve evrensel olduğu gibi bir yaklaşımı kabul etmeyen Schiller, Smythe, Mattelart gibi kuramcılar teknolojinin sosyo- ekonomik, siyasal ve ideolojik boyutları olduğunu; teknolojiyi, kitle iletişim araçlarını üreten ve bunların kontrolünü elinde bulunduran egemen ülkelerin belirlediği süreçlerden bahsederler. Kısaca ihraç edilen yalnızca teknoloji değildir, tüketimi devam ettirmeye yönelik ihtiyaç ve bağımlılık kontrolünü oluşturmasıyla birlikte kapitalizmden memnun bir kitlenin, bu istek ve hevesinde en üst noktada tutulmasını sağlamaktadır. Sonuç olarak teknolojiyi üreten ve elinde bulunduran kendisinin çıkarına hizmet edecek bilinçler oluşturmaktadır.

Kültür emperyalizm ve kültürel egemenlik üzerinde duran yaklaşımlar, teknolojik ya da kültürel ürün transferinin altında yatan ideolojilerin yerleştikleri ülkelerde sosyal bilinci etkileyerek yerel kültür üzerinde yaptığı biçimlendirmelerin nasıl egemenlik kurulabilmesinin sağlanabildiği üzerine çalışmaktadır (Erdoğan 1995). Gelişmekte olan ülkeler ekonomik olarak bağlı oldukları sanayileşmiş ulusların kültürlerinin de etkisi altındadır. Ekonomi politik yaklaşım içerisinde değerlendirilen kültür emperyalizminin alt alanları elektronik sömürgecilik, masaüstü sömürgecilik; mülkiyet ve sanayi denetim konularına odaklanmaktadır. Teknoloji ve üretim araçlarının ellerinde bulunduranlar siyasi iktidarı etkileyecek her türlü lobi ve benzeri çalışmalarıyla kendi ekonomik ve siyasi amaçlarını gerçekleştirebilmekte ve istedikleri ekonomi politik yapılanmayı da oluşturmaktadır. Bu durum tüketicinin neyi tüketip, neyi tüketmemesi, satın alma bağımlılığı oluşturmak amacıyla kitle iletişim araçları kullanmalarını içerir. İletişim araçları bireylere sadece bilgi aktarımının dışında duyu organına etki ederek, değiştirerek nasıl düşünmesi gerektiğini de belirler. İletişim

teknolojisi kişilerin sadece ne düşüneceğini değil, nasıl düşüneceğini de belirler (Erdoğan ve Alemdar 2005, 147). Kullandığımız teknolojik cihazlar cep telefonları, tabletler, video oyun konsolları (Microsoft Xbox, sony playstation), sanal gerçeklik uygulamaları (virtual reality), akıllı saatler vb. her ürün bunların yazılım ve donanımının çoğunun arkasında olan Amerikan kültür endüstrisine hizmet ederler. Bu endüstrinin ürünleri kendilerine özgü özellikleri barındıran öğelerin kültürel motifleri ile donatılmışlardır. Ülke içinde ve dışında, izleyenler, dinleyenler, okuyanlar; bu özelliklere aşina olmaları yolunda tembih edilirler (Schiller 1973, 17-18). Schiller bize küresel şirketler ile Amerikan devletinin birlikte hareket ederek az gelişmiş ülkeleri iletişim kapsamında nasıl sınırlandırdığını açıklamak için kültür emperyalizmi kavramını kullanmaktadır. Schiller'e (1976, 9) göre, kültürel emperyalizm şu süreçlerin toplamı olarak tanımlanabilir:

(a) toplumun modern bir dünya sistemine getirilmesi süreci (b) ülkelerin egemen toplumların cazibeyle, zorla ve bazen rüşvetle, kendi ülkelerinin sosyal kurumlarını egemen sisteme uygun bir şekilde biçimlendirmesi ve hatta (c) sistemin egemen merkezinin değerleri ve yapılarını teşvik etmesidir.

Kültür emperyalizmi Amerikan hegemonyasını sürekli olarak devam ettirebilmek adına, az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlar üzerinde; gerekli görülen bir ihtiyaçtan ziyade haz duyma ve eğlenceyi özgürleştirmenin gerekleri ve demokratik bir hak gibi sunulduğu, ancak kültür endüstrisi ürünlerinin altında yatan kapitalizmin kendini yeniden üretebilmesini sağlayan örtülü ideolojilerin de görmezden geldiği süreci beraberinde getirmektedir. Kültür emperyalizmi süreci içindeki "izleyici emtiası" ile birer ürün olarak sunulan izleyiciler fark edilse bile elde edilen haz, eğlence ve hoş vakit geçirmenin nasıl olması gerektiğini göstererek insan psikolojisini yönetme üzerine kurularak üretilen teknoloji ürünleri olmaktadır. Bu boş vakitlerinde Kapitalist sisteme dahil edilerek izleyicilerin meta olarak görüldüğü ve kitle iletişim araçlarının ticari kazançlarının arka planında ürün olarak sunulan izleyiciler olduğu fikri ile izleyici emtiası kavramını ortaya atan Dallas Smythe'ye göre reklam vererek kazanç elde etmeye sağlayan sermayedarlar açısından aslında izleyicilerin satışa sunulan birer ürünler olduğu kuramıdır.

Özetle, Herbert Schiller'in kültürel emperyalizm tanımı, toplumların egemen küresel güçlerin değerlerine ve yapılarına uymaları için etkilendikleri zorlayıcı süreçleri vurgulamaktadır. Schiller'in çalışması, sosyal

kurumların dünya sisteminin hakim merkezinin ideolojileriyle uyumlu hale getirilmesinde rol oynayan güç dinamiklerinin altını çizmekte ve kültürel emperyalizmin dünya çapındaki toplumlar üzerindeki daha geniş etkisini yansıtmaktadır.

1.2. Kültürel Emperyalizm Yaklaşımına Eleştiriler

Kültürel emperyalizm araştırmaları hız kazandıkça, bu kavramı eleştiren çalışmalar da ortaya çıkmıştır. Straubhaar (1991), kültürel emperyalizmin doğasında var olan bağımlılık önermesine karşı çıkmış ve asimetrik karşılıklı bağımlılığın ortaya çıkışını Latin Amerika'nın bazı bölgelerinde giderek bağımsızlaşan ve kısa sürede bölgenin ana kültürel ürün kaynağı haline gelen kültürel endüstrilerin gelişimi ve kültürel yakınlığı, yani izleyicilerin kendi ulusal ya da bölgesel kültürel çevrelerinden gelen ürünleri tüketme arzusunun vurgulamıştır. Ek olarak, Brezilya, Meksika, Hindistan ve Mısır gibi büyük medya üreticileri ve ihracatçıların yükselişinin Batı kültür ve medya ürünlerinin küresel hegemonyasını etkili bir şekilde zayıflattığını savunularak kültürel emperyalizm ampirik bir zemine eleştirilmiştir (Chadha ve Kavoori 2000). Ayrıca, eleştirel yaklaşanlar, kültürel emperyalizm yaklaşımının, Batılı olmayan kültürlerin eylemliliğini ve direnişini hesaba katmadığı için aşırı basit ve indirgemeci olduğunu savunmaktadır. Bu eleştirmenler, kültürel alışverişin iki yönlü bir süreç olduğunu ve Batılı olmayan kültürlerin de küresel iletişimi şekillendirmede faillige sahip olduğunu savunmaktadır (Tomlinson 1991; Demont-Heinrich 2008). Buna ek olarak, yaklaşıma eleştiriler medya ve iletişim çalışmalarında kültürel emperyalizme odaklanmanın, kültürel tahakkümün diğer boyutlarını ve küresel iletişim ortamındaki güç dinamiklerinin karmaşıklığını ihmal ederek analizin kapsamını sınırladığını savunmaktadır. Bu eleştirmenler aynı zamanda yerel kültürlerin ve toplulukların küresel medya içeriğiyle aktif bir şekilde etkileşime geçme ve bu içeriği kendilerine mal etmedeki rolünü vurgulayarak pasif kültürel tahakküm kavramına meydan okumaktadır. Ayrıca, eleştirmenler kültürel emperyalizm kavramının yerel ve baskın kültürler arasında ikili bir ayrıma dayandığını ve küreselleşme çağında kültürel kimliklerin melezliğini ve karmaşıklığını göz ardı ettiğini savunmaktadır.

Kültürel emperyalizme getirilen eleştiriler "Aktif izleyici" temeline dayanan varsayımlardır. İzleyicilerin pasif olmadığı, aksine iletilerden kendi anlamlarını oluşturup hegemonyacı

anlamlara karşı direniş oluşturabilmektedirler. Bu etki araştırmaları geleneğine dayanır. Schiller'e göre ise aktif izleyici fikri, aslında sadece herhangi birinin bir ileti akışına direnerek tepki gösterdiğini söylemekten ibarettir. Diğer bir eleştiri ulusal kültürler ve kimliklerin de kendi içlerinde etnik, dinsel, cinsel ve sınıfsal farklılıklar temelinde çatışmalar halinde oldukları, ulus-devlet kavramına dayanan kültürel emperyalizm görüşlerinin ideoloji çözümlemesinde sınıf çelişkileriyle ilgilenmedikleri yönündedir. Bütün bunların yanında, kültürel emperyalizm tezi, bireylerin kültür tüketimindeki eylemliliğini aşırı basitleştiren, medyanın çok güçlü etki yarattığı yaklaşımı ile gözden düşmüş hipodermik iğne teorisine benzer şekilde, kültür tüketicilerini pasif alıcılar olarak tasvir ettiği için sorgulanmıştır (Demont-Heinrich 2011). Eleştirmenler, bu bakış açısının kültürel tüketimin karmaşıklığını ve izleyicilerin medya mesajlarını yorumlama ve bunlara direnme konusunda oynadıkları aktif rolü göz ardı ettiğini savunmaktadır (Roach 1997). Ayrıca, kültürel emperyalizm yoluyla Batı medyasına maruz kalmanın Batılı olmayan toplumlarda geleneksel değerlerin ve kimliklerin kaybına yol açabileceğine dair endişeler de bulunmaktadır (Chen ve Shen 2021).

Kültürel emperyalizme getirilen eleştirileri şu şekilde sıralanabilir: izleyiciler pasif değil, aktiftir ve direniş oluşturup etki göstermektedirler. Ayrıca kimliklerinde çatışma halinde olduğu ulusal kültüre dayanan kültürel emperyalizmi; cinsel ve dinsel sınıf farklılıklarının çatışmalarıyla ve sınıf çelişkileriyle ilgilenmez. Bunlar, kültürel emperyalizm yaklaşım için görmezden gelinen noktalar açısından yapılan eleştiriler olarak görülmektedir. Genel olarak kültürel emperyalizm yaklaşımına yöneltilen eleştiriler özünde güç dinamikleri, eylemlilik, kültürel çeşitliliğin kaybı ve yerel kimlikler üzerindeki etki konuları etrafında dönmektedir. Bazıları bunun yerel kültür ve değerlerin erozyonuna yol açtığını savunurken, diğerleri kültürel etkilerin şekillendirilmesinde ve bunlara direnilmesinde bireylerin faillliğini vurgulamaktadır. Bu tartışmalar, kültürel emperyalizmin dinamiklerinin anlaşılmasındaki karmaşıklık ve nüansların altını çizmektedir.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışma kapsamında toplum, toplumsal kurum ve toplumsal yapıların tercihleri ve alışkanlıkları üzerindeki iletişim araçları etkisinin analizlerinde kullanılan Marksist çözümlemeci Ekonomi-Politik yaklaşım kullanılarak egemen sermayedar yapının siyasi kurumları etkileyerek ideolojilerini

karmaşık ilişkiler ağı ile ekonomik karar alma süreçlerini nasıl etkilediğini göstermektedir. Bu yaklaşım, ekonomi politikalarını ve sonuçlarını şekillendiren ideolojileri, altta yatan güç dinamiklerini ve çıkarlarını da ortaya koymada etkilidir. *Communications: Blind Spot of Western Marxism* adlı çalışmasını 1977 yılında yayınlarken izleyicilerin sömürülüp büyük şirketlere ürün olarak satıldığı ve "izleyici metası" kavramı ortaya çıktığını ifade eden Dallas Smythe'in araştırmalarına dayanan Christian Fuchs, Eleştirel İnternet Kuramını gündeme getirmiştir. Bu kuram ile Fuchs, kapitalist internet ekonomisinde WhatsApp, Instagram, Facebook uygulamalarını barındıran Meta Inc. ve Google gibi şirketlerin kullandığı sermaye birikim modelinin analizini yaparak şu şekilde ifade eder:

Marksist eleştiri kavramına dayanan Eleştirel İnternet Kuramı, internet ve toplum ilişkisindeki antagonizmaların tanımlanması ve analiz edilmesi olarak anlaşılabilir. O, internetin nasıl biçimlendiğini ve çatışma halindeki rekabet ve işbirliği güçlerini nasıl biçimlendirdiğini gösterir. Tahakküm ve sömürünün nasıl yapılandırıldığının ve interneti nasıl yapılandırdığının, sınıfların oluşumuna ve potansiyel sınıf mücadelelerine teknolojik olarak nasıl aracılık ettiğinin gösterilmesini hedefler. Toplumsalın henüz kuvveden fiile çıkmamış, internet destekli gelişim potansiyellerini saptar ve işbirliği, kendi kaderini tayin, katılım, mutluluk ve öz yönetim açısından insani ve toplumsal potansiyelleri sınırlandıran yapıları radikal biçimde sorgular (Fuchs 2009a, 75).

Sömürü ve tahakkümün internet tabanlı uygulamalarda nasıl işlediğini gösterebilmek amacıyla bu çalışma da 25 milyondan fazla kullanıcısı olan GeForce Now ile 30 milyondan fazla sayıda kullanıcısı olan GamePass uygulama örnekleri üzerinden Marksist çözümleme ile Kültürel Çalışmalar ve ekonomi politik yaklaşımı kullanan eleştirel iletişim kuramlarına ait olan ideoloji, hegemonya ve tüketim kavramları çerçevesinde analiz edilmektedir. Çalışma kapsamında düşük kullanım ücretleri ya da ücretsiz kullanım ile sunulmuş daha fazla kullanıcı çekmeye odaklanan uygulama ve yazılımları metalaşmış ve metalaşmamış internet ekonomisi kavramları ile açıklayan Fuchs şu şekilde örneklendirmektedir:

Sadece kullanım değeri olan, değişim değeri olmayan ve bu nedenle de kullanıcılara bedelsiz olarak ve reklam verenlere yer açılmadan sağlanan kârsız armağanlardan oluşan internet ekonomisi, metalaşmamış olarak tarif edilebilir. Dosya paylaşan platformlar, Wikipedia, Linux ve Indymedia buna örnektir. Metalaşmış internet siteleri ise her zaman kâr yönelimlidir

ama sundukları mallar zorunlu olarak değişim değerine sahip olması ya da piyasa yönelimli olması gerekmez. Bazı hallerde (örneğin Google, Yahoo, MySpace, YouTube, Netscape) kâr amacıyla yüksek reklam fiyatları istenilmesini sağlayacak şekilde mümkün olan en fazla sayıda kullanıcıyı çekmek için ücretsiz mallar ve platformlar armağan olarak sunulur. Bazı hallerde de dijital ya da dijital olmayan mallar internet yardımıyla satılır (örneğin Amazon) ya da malların değişimine aracılık edilerek kazanç sağlanır (örneğin eBay). Bu tür sitelerin birincil yönelimi araçsal akıldır: yani kâr etme ve yatırılan sermayeyi büyütme. (Fuchs 2009a, 80)

Marksizm iletişim konusunda, küreselleşme ile tekelleşen şirket yapılarının hakimiyetinin nasıl olduğunu; ekonomik karar alma sürecini yönlendiren temel güç yapılarının neler olduğunu; egemen sermayenin çıkar ilişkilerini de göstermekle birlikte, aynı zamanda iletişim teknolojilerinin ideolojileri taşıyarak kapitalizmi yeniden üretmede kullanıldığını ifade etmektedir (Fuchs 2009b, McChesney 2007, Mosco 2009, Adam ve Dercon 2009). Bu yaklaşım , siyasi aktörlerin ekonomik zorlukların üstesinden nasıl geldiklerini, güç dinamiklerini nasıl müzakere ettiklerini ve karmaşık sosyoekonomik sistemler içinde çıkarlarını nasıl devam ettirdiklerini anlamaya yardımcı olmaktadır.

2.1. Masaüstü sömürgecilik uygulamalarının Doğuşu ve Etkileri

II. Dünya savaşı sonrası değişen sömürgecilik asker, ekonomik, sosyokültürel ve siyasal ilişkilerin yanında kültürel yollarla üretilen sömürgecilik olarak da kendini göstermeye başladı. Kültürel alanda sömürgecilğin işlerlik kazanması, etkili olabilmesi içinde bu dönemde kitle iletişim araçları ve iletişim teknolojilerinin Schiller'in de bahsettiği gibi inanç ve tutumlarımızı etkileyerek, davranışlarımızı ve yaklaşımlarımızı şekillendirerek bizleri değiştirmekte ve dönüştürmektedir.

Sanayi devrimiyle birlikte gelişmeye başlayan iletişim teknolojileri küreselleşmeyi de beraberinde getirerek, sanayileşmiş ve gelişmiş ülke pazarlarının uluslararası boyuta taşınmasını da sağlamıştır. Günümüzde kullandığımız bilgisayar teknolojilerinin temeli aslında Amerikan merkezli ve devlet destekli olarak Texas şehrinde atılmış ve geliştirilmiştir. Ardından başlatılan uzaya insan gönderme programı sayesinde teknoloji ucuzlatılmış ve bugün kullandığımız bilgisayar teknolojileri her evde bulunabilecek duruma gelmiştir. Aynı şekilde uzay programlarının etkisiyle askeri amaçlarla ilk bilgisayar ağı olan ARPANET kurulmuştur. Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı Ağı anlamına gelen ARPANET, ilk

operasyonel paket anahtarlama ağlarından biriydi ve modern İnternet'in öncüsü olarak kabul edilmektedir. 1960'ların sonunda itibaren Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı'nın İleri Araştırma Projeleri Ajansı (ARPA) tarafından geliştirilmiştir (Bouguettaya vd. 2004). Başlangıçta ARPANET, bilginin tek bir yerde toplanmasını önleyebilecek ve soğuk savaş sırasında yıkıma karşı daha az savunmasız hale getirebilecek dağıtılmış bir bilgisayar ağı kurmak için oluşturulmuştur (Nauvaldi 2023). Ağ öncelikli olarak araştırmacıların ve herkesin erişemeyeceği bilgisayar bilimcilerin pahalı ana bilgisayar kaynaklarının paylaşılmasına izin vermeyi amaçlamaktadır (Kock ve Nosek 2005). Ancak, daha sonra halka yayılmış olan ARPANET, bilgisayar ağı ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesinde çok önemli bir rol oynamakla birlikte, aynı zamanda geliştiriciler arasında yazılım kodu ve bilgi alışverişini kolaylaştırarak, bilginin hızlı ve uygun maliyetli bir şekilde paylaşılmasını da sağlamıştır (Nouri 2023). Böylece bugün kullandığımız internetin başlangıcı, temeli atılmıştır. Bütün bunların yanında, dikkat edilecek önemli bir noktada Amerikan merkezli teknolojiler ilk başlarda devlet ve askeri odaklı kullanılmış daha sonra halkın kullanması için yaygınlaştırıcı adımlar atılmıştır. Böylece bilgi ABD merkezli hale getirilerek, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ücret karşılığında ulaşabileceği bir ortam oluşmuştur. ABD merkezli oluşturulan bu yeni yapılanma geçmişteki eşitsizlik, sömürü mekanizmalarından bir farkı yoktur, hatta daha sistemli ve daha etkilidir. Uzun çalışmaların sonrası bilgisayarların her eve girmesi ile başlayan ve internetin gelişmesiyle iyice yerleşen bu süreç "masaüstü sömürgeçiliği" getirmiştir. Masaüstü sömürgeçilik, "merkez ülkelerin çevre ülkelerde yeni birikim düzeninin yeni ürünleri yanında her türlü bilgi ve iletişim teknolojisi ürünlerini (donanım, yazılım, içerik, hizmetler, uygulamalar) sayısal ağ yardımıyla gelir düzeyi yüksek kesimlerden başlayarak pazarlayabilmek için gerçekleştirdikleri eylemler ve politikalar bütünüdür" (Geray 2016, 199) şeklinde tanımlanmaktadır. İletişim teknolojileri vasıtasıyla dijital sömürgeçilik bu şekilde işlemektedir.

Günümüzde ücretsiz kullandığımız sosyal medya hesaplarımız, e-posta adreslerimiz, Google gibi arama motorlarına ücretsiz erişmemiz masaüstü sömürgeçiliğe örnek uygulamalardır. Para verilmeden erişilen şeylerde ürün ve meta tüketicinin kendisi olmakta; pazar araştırmaları ve reklam şirketleri için birer veri haline gelmektedir. Sanal depolama sistemlerinin belli bir kullanım ve kapasiteye kadar ücretsiz olarak sunulması da aynı şekilde ele alınabilir.

Arama motorlarında yaptığımız aramalarda içeriklerimiz ve anahtar kelimelerimize göre karşımıza çıkan reklam bannerları; sosyal medya video portalı YouTube üzerinden izlediğimiz içeriğe ve aramalarımıza göre karşımıza çıkan kısa reklamlar gibi oldukça fazla dijital örnekler bulunmaktadır. Online olarak kullanılarak erişilen her içerik, hatta yapılan alışverişler izlenmekte ve Google arama botları tarafından kayıt altına alınmaktadır. 1990'lar da şimdiki gibi yaygın ve etkili olmayan ABD merkezli arama motoru Google'ın giderek etkinliğinin artması ve artık günümüzde alternatifsiz konuma gelmesi ABD dışındaki ülkelerin masaüstü sömürgeçiliğe maruz kalması sonucunu da doğurmaktadır.

Masaüstü sömürgeçiliğe maruz kalmamak için Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin kamu kurumlarından başlayarak, özel sektördeki önemli şirketleri de dahil kendi yazılımlarını geliştirip kullanması bir nebze olsa buna engel olabilir. Masaüstü sömürgeçiliğin etkilerinden biri, ülkeler ve bölgeler arasındaki eşitsiz güç dinamiklerinin sürdürülmesidir. Bu durum, bazı ülkelerin ve toplulukların teknolojiye erişiminin sınırlı olduğu ve bu nedenle küresel iletişim ortamında marjinalleştirildiği dijital uçurumda açıkça görülmektedir (Nkiru vd. 2020). Bir başka etki de, genellikle küresel şirketlerin ve varlıklı ulusların çıkarlarına öncelik ve ayrıcalık tanıyan batılı teknoloji ve platformların hakimiyetidir. Bu durum, dijital platformlarda batılı olmayan bakış açılarının, kültürlerin ve dillerin marjinalleşmesine ve silinmesine yol açmaktadır. Genel olarak, yeni iletişim teknolojileri hem insanları birbirine bağlama hem de kültürel alışverişi kolaylaştırma potansiyeline sahiptir, ancak aynı zamanda kültürel emperyalizm ve masaüstü sömürgeçilik açısından zorluklar da ortaya koymaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için, Batılı olmayan kültürlerin eylemliliğine ve direnişine öncelik veren, yerel katılımı ve dijital platformların sahiplenilmesini teşvik eden ve daha adil bir küresel iletişim düzeni için çaba gösteren sömürgeçilik karşıtı yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir (Nkiru vd. 2020, Bon vd. 2022).

Masaüstü sömürgeçiliğin etkileri, iletişimin sosyal ve kültürel yönlerini de kapsayacak şekilde ekonomik ve teknolojik boyutların ötesine uzanmaktadır. Bu etkiler arasında kültürel hegemonyanın pekiştirilmesi ve Batılı olmayan kültürlerin marjinalleştirilmesinin yanı sıra yerel dillerin ve geleneklerin erozyona uğraması da yer almaktadır (García ve Birkinbine 2018). Ek olarak, masaüstü sömürgeçilik, kontrolü ve karar alma mekanizmasını küresel şirketlerin ve batılı teknoloji şirketlerinin elinde merkezileştirerek hegemonyanın sürekli devam ettiği eşitsiz güç

dinamiklerini de sürdürmektedir. Hakimiyetin bir neticesi olan bu güç dinamikleri genellikle kültürel ifadelerin metalaştırılmasıyla sonuçlanarak yerli toplulukların ve onların bilgi sistemlerinin sömürülmesine ve marjinalleştirilmesine de yol açmaktadır. Böylece masaüstü sömürgeciliğin işlediği baskın batı merkezli anlatılar, değerler, eğlence unsurları, alışkanlıklar ve normlar marjinalleştirilmiş bu yerli unsurların seslerini gölgeleme eğiliminde olduğundan, çevrimiçi olarak mevcut olan içerik ve perspektif çeşitliliğini de sınırlayarak belirli bir ideolojinin içinde işleyen tüketim toplumunu da yeniden üretmektedir.

2.2. Tüketim Toplumu ve Hegemonya

Modern kapitalist toplumlar içinde iletişim teknolojileri uzantısı olarak gün yüzüne çıkan her yeni yazılımlar, donanımlar ve uygulamalar bireyin daha fazla çalışarak satın alma olanağı elde etmesini teşvik edici bir şekilde cazibeli hale getirilmekte ve kapitalist ekonomik sistemi ayakta tutacak bir şekilde insanları sürekli tüketmeye yönlendirmektedir. Her yeni ürün ile tatminsizlik oluşturan tüketim kültürünün yaygınlaşması kapitalizm kendini yeniden üretmesini de sağlamaktadır. Böylece:

Herkes, kendini yeni fedakarlıklara zorlayan, yeni bağımlılıklara yönelten, yeni zevklere sahip olmak için ayartan ve bu yolda da kendini bir ekonomik yıkıntı haline getiren yeni türetilmiş gereksinimler düşünebilir. Herkes, kendi bencil gereksinimlerini tatmin için bir diğeri üzerinde yabancılaştırıcı bir güç de kurabilmektedir (Fromm 1962, 50).

Şeklindeki toplum modeli ortaya çıkmaktadır. Toplumsal duygular ve alışkanlıklar arka planda kalırken bireysel zevklerin amaç haline geldiği haz odaklı bir toplum oluşmaktadır. Ayrıca toplum üzerinde birbirine temas eden duyguların kaybolmasıyla oluşan yabancılaşma ile küresel ölçekli şirketler reklam sektörünü kendi masaüstü sömürgecilik ürünlerini pazarlamak için kullanarak daha çok kitleye ulaşmak ve bunu yaparken de toplumsal sorunlar ve güncel konuları arka plana iterek odak noktasının bireysel zevk, haz ve eğlenceden oluştuğu bir kitle ile gerçekleştirmektedir. Bu tüketim toplumu devamlılığı sağlayabilmek için Microsoft firması her ay yeni oyunların eklenerek sürekli güncellendiği Xbox Game Pass uygulaması ile birlikte oluşturduğu abonelik sistemi sayesinde her video oyununu ayrı satın almak yerine, makul bir aylık ödeme ile sürekli değişen geniş bir oyun kütüphanesine erişimin sağlandığı ve böylece tüketimin sürekli devam ettiği sistemi ile zevk ve hazzın ön planda olduğu ve toplumun kendine yabancılaşmasının

giderek arttığı masaüstü sömürgecilik uygulamaları olarak devam ettirmektedir. Bu durumlar toplumsal ilişkilerle beraber, aynı zamanda boş zamanlarında denetim altında tutulmasını sağlayarak kitlelerin daha da içine kapandığı kitlelerin tutum, kanaat ve davranışlarının değişmesinin de sağlandığı Hollywood film sektörü ve reklam sektörüne benzer bir şekilde işlemektedir. Marshall McLuhan "Mekanik Gelin" adlı çalışmasında bu duruma şu şekilde ifade etmektedir:

Bu bakış açısıyla Hollywood büyük ülkenin bilinçsiz zihinlerine girmeye ve onları denetim altına almaya çalışan bir aracı ajans gibidir. Bunu yaparken de bazı edebiyatçıların yaptığı gibi o zihinleri anlamaya çalışmak ve temsil etmek gibi bir niyeti yoktur. Tek amacı bunları kar sağlamak için sömürmektir... Bu aracı ajanslar ve Hollywood, kendilerine özgü farklı yollarla kendi ortak düşlerini insanın içsel süreçlerine kazımak için çabalar (McLuhan 1967, 97).

Bütün bunların neticesinde kültür emperyalizmi ile denetim altına alınarak dokunulmazlık kılıfı ile sunulan özgür düşünce ve tercihlere sahip olunduğu algısına kendini inandıran birey tercih ve düşüncelerinin yine sisteminin devamlılığını sağlamaya yönelik olduğunu unutarak sürekli tüketime yöneltilen toplumsal kabul ile bir yanılsamalı tercihin oluştuğu Hans Magnus Enzerberger'in zihnin endüstrileşmesi olarak tanımladığı durumu da oluşturmaktadır. Bilinç Endüstrisi diğeri bir ifade ile zihin endüstrisi şu şekilde işlemektedir:

Zihin endüstrisinin ana görevi satışı hedeflenen ürünü satmak değildir: görev, var olan düzenin satışını sağlamak, insanın insan tarafından egemenliği altına alınması mücadelesindeki galibiyetin kalıcılığını sağlamaktır. Toplumu kimin, ne yaparak yönlendirdiği önemsizdir. Temel görev bilincin, sömürülebilecek kıvama getirilmesi için, harcanması ve eğitilmesidir (Enzerberger 1974, 10).

Modern kapitalist sistem içindeki tüketim toplumunda yeni olan fikirlerin ve onların uzantısı teknolojik ürünlerin pragmatik yaklaşımla kullanıcılara hizmet eden bir hikaye ile sunularak devamlılığın sağlanıldığı ve zihinlerin de endüstrileştiği görülmektedir. Hakimiyet (Hegemonya) Marksist çözümleme de kullanılan diğeri bir kavramdır. Hâkim sınıfın gizlenmiş olan fikir ve zihniyetinin yansıması olan ideoloji ile toplumsal yaşamı şekillendiren değer, inanç, tutum ve kanaatini içeren kültürün birleşimi hakimiyeti (Hegemonya) oluşturmaktadır (Williams 1977, 108). Kültür Emperyalizminin işlediği sistem içerisinde kitle iletişim araçları ile üretilen her ürün devamlılığı sağlamak adına gizlenmiş bir ideoloji, üretim biçimi ve ilişkilerini

içeren kültürü de barındırmaktadır. Bu yüzden, GeForce NOW ve Game Pass uygulamaları oyun oynama alışkanlıklarına alternatif bir yaklaşımla farklı bir yön gibi sunulmaktadır devrimsel bir buluş izlenimiyle 'fikir aşılama' biçimlerini işleterek kapitalist sistemin kendini yeniden ürettiği tüketim kültürünün devamlılığını sağlayan gizli bir ideolojiyi barındırarak Hakimiyet (hegemonya) sürdürmektedir. Çünkü hegemonya kültür ve ideolojiyi sürdürmenin yanında bir denetleme mekanizması olarak da görülmektedir.

Hakimiyet sadece ideolojinin en üst düzeyi değil, aynı zamanda 'sindirme' veya 'fikir aşılama' gibi alışlagelmiş denetleme biçimlerindedir. Tüm yaşam üzerindeki deneyim ve beklentilerimiz, duyularımız, algılarımızın biçimlenmesi ve kendi dünyamız, yaşanmış anlam ve değerler dizgesini oluşturur. Hakimiyet, bu yaşanmış değerlerin ters sonuçlara ulaşan denemeleri gibidir (Williams 1977, 109-110).

Özetle, GeForce NOW ve Game Pass uygulamaları yeni oyun oynama deneyimi ve dijital oyunculukta yeni devrimsel dönem şeklindeki 'fikir aşılama' biçimlerini işleterek tüketim toplumu ile gelen yeni zevk ve hazların cezbedilebildiği ve bu sayede hegemonyanın da sürdürüldüğü birer araç olarak kültür emperyalizmini devam ettirerek dijital sömürgeçilik işlevleri görmektedir.

3. BULGULAR

3.1. Yeni Dijital Sömürgeçilik Uygulamaları

Masaüstü sömürge uygulamaları arasında baskın dilleri önceleyen dil çeviri uygulamaları, WhatsApp gibi küresel yazışma araçları ve yapay zekâ araçları, baskın kültürlerle ait içerikleri öne çıkaran sosyal medya algoritmaları ve baskın kültürlerle ait ürün ve hizmetleri tercih eden e-ticaret platformları yer almaktadır. Ayrıca, GeForce NOW, steam, epic games, Xbox Game Pass gibi egemen kültürün hakim olduğu dijital oyun kültürünün yerel kültür üzerinde faaliyet göstermesini sağlayarak da kendini göstermektedir (Oji ve Nzeaka 2020). Bu platformlar genellikle egemen kültürlerin içeriğine öncelik vermekte ve bu içeriği teşvik etmektedir. Bu durum yerel kültürel pratiklerin erozyona uğramasına ve egemen kültürlerin ürün ve hizmetlerine olan bağımlılığa yol açabilmektedir. Ek olarak, yeni iletişim teknolojileri baskın kültürel anlatıların ve ideolojilerin yayılmasını kolaylaştırarak baskın ve marjinal kültürler arasındaki güç dengesizliklerini daha da pekiştirebilmektedir. Örneğin, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformları genellikle batılı beğeni

standartlarına veya popüler trendlere uygun içeriklere öncelik vermekte, bu da farklı kültürel perspektiflerin temsilini marjinalleştirip bastırabilmekte ve stereotipleri (kalıp yargıları) güçlendirebilmektedir. Bir başka örnekte ise, ana akım batı müziğine öncelik verme ve teşvik etme eğiliminde olan ve marjinal kültürlerden gelen müziğin görünürlüğünü ve erişilebilirliğini sınırlayan müzik yayın platformlarının yaygınlaşmasıdır. Bunların yanında, içerik tavsiye sistemlerinde yapay zeka algoritmalarının kullanılması, önyargılı ve ayrımcı bilgilerin sürdürülmesine yol açarak egemen kültürel anlatıları daha da etkileyebilmektedir (Peng 2023, Opoku vd. 2018, Weckert ve Adeney 1997).

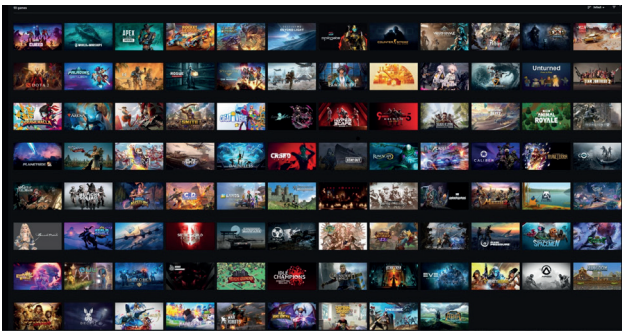
Masaüstü sömürgeçiliğinin iletişim teknolojileri üzerindeki etkileri çeşitli şekillerde görülmektedir. İlk olarak, dil ve dilsel çeşitlilik üzerindeki etkisi söz konusudur. Batı dillerinin iletişim teknolojilerindeki hakimiyeti, Batı dışı dillerin temsilini marjinalleştirip azaltarak dilsel çeşitliliğin ve kültürel ifadenin erozyona uğramasına yol açabilir. İkinci olarak, masaüstü sömürgeçiliği kültürel pratiklerin ve değerlerin homojenleşmesine yol açmaktadır. İletişim teknolojileri baskın kültürleri destekleyip ön plana çıkardıkça, kültürel asimilasyon ve özgün kültürel gelenek ve uygulamaların kaybolması riski de ortaya çıkmaktadır. Yeni masaüstü sömürgeçilik uygulamalarına diğer bir örnek ise, Google firmasının üye olunan e-posta servisi ile birlikte ücretsiz olarak 15 GB sınırlaması ile çevrimiçi veri depolama erişimi sağladığı Drive sanal disk hizmeti de örnek olarak gösterilebilmektedir. Çünkü, burada ücretsiz ya da oldukça makul fiyatlandırma ile hizmet alan kullanıcıların bilgileri Google tarafından *izleyici emtiası* olarak kendilerine destek ve reklam veren sermayedarlara ürün olarak pazarlanmaktadır (Smythe 1977). Microsoft firmasının mevcut kullanıcılarından işletim sistemleri güncellemeleri için ücret talep etmemesi, Google Play Store üzerinden ücretsiz erişilebilen kullanışlı uygulamaların arka planın da verilen izinlerle gelen onaylamalarda aynı şekilde *izleyici emtiasına* hizmet etmektedir. Günümüzde ücretsiz ya da uygun fiyatlandırma ile pazarlanan her uygulama ve araç gelişmiş çevre ülkeler açısından masaüstü sömürgeçiliği sürdürmektedir.

Son olarak, masaüstü sömürgeçilik bu sıralanan nedenlerle ekonomik eşitsizlikleri de sürdürmektedir. Çünkü iletişim teknolojileri, baskın kültürlerin ürün ve hizmetlerini destekleyip ön plana çıkararak, daha zengin gelişmiş devletler ile daha yoksul az gelişmiş devletler arasındaki mevcut ekonomik eşitsizlikleri pekiştirebilir ve bu da zenginlik

ve gücün baskın kültürlerin elinde daha da yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Kültürel emperyalizm ve masaüstü sömürgecilik sorununu ele almak için potansiyel bir çözüm, iletişim teknolojilerinde daha kapsayıcı ve çeşitli bir temsili teşvik etmektir. Bu marjinalleştirilmiş toplulukların seslerine ve bakış açılarına öncelik veren ve iletişim teknolojilerinin tasarımına ve geliştirilmesine bu toplulukların katkılarına da dahil edebilen girişimler yoluyla başarılabilir.

3.2. GeForce NOW ve Game Pass

GeForce NOW, Apple ve Microsoft'tan sonra 2,13 trilyon dolarlık sermaye büyüklüğü ile dünyanın en büyük üçüncü şirketi olan NVIDIA'nın bulut tabanlı çevrimiçi oyun akışı hizmetidir (Yüce 2024). GeForce NOW, 2013 yılında Nvidia Grid adı altında piyasaya sürüldüğü için her zaman bu şekilde adlandırılmıyordu. İlk çıktığı zamanlar sadece bir fikirdi ve daha sonra bugünkü haline evrildi. Bulut oyunlarını çalıştırmaya çalışırken ortaya çıkabilecek birçok komplikasyon vardı ve internet altyapısı yeterli değildi, ancak Nvidia tüm bu engelleri aşarak sistemi bugünkü kullanılabilir haline getirdi. GeForce NOW'un büyümesi ile istikrarlı bir şekilde şu an aktif 25 milyondan fazla kullanıcısının olduğu bilinmekle birlikte, her geçen gün daha fazlası oyuncunun katıldığı bir aşamaya geldiği görülmektedir (Andric 2023). GeForce NOW doğrudan internet bağlantısı ile istenilen her yerden erişilebilen, sanal bilgisayar üzerinden dizüstü, masaüstü, Mac, Chromebook, SHIELD TV, belirli Samsung ve Lg TV'ler, iPhone, iPad ve Android cihazlarına gerçek zamanlı oyun akışı sağlamaktadır.

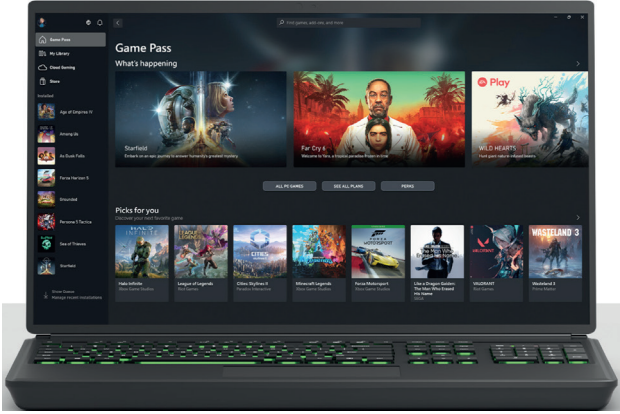


Şekil 1. Geforce NOW Ücretsiz Oyunlar Listesini Gösterir Arayüz

Game Pas uygulaması, ise yine aynı şekilde dünyanın en büyük 3 şirketinden biri olan Microsoft firmasının Xbox One, Xbox Series X, Xbox Series S oyun konsolları ile PC oyuncularının erişebildiği aynı zamanda satın da alınabilecek oyun kütüphanesinin olduğu bir abonelik hizmetidir. Microsoft 2024 yılı itibariyle 34 milyondan fazla aboneli olan sistemini 2030

yılına kadar 100 milyon kullanıcı seviyesine ulaşabilen bir Xbox Game Pass abone sayısı elde etme gibi bir hedefini gerçekleştirmeye çalışarak sürekli karlılığını arttırmaya yönelik olarak küresel ölçekli tekelleşen bir şirket olma yolunda ilerlemektedir (Warren 2024). Her iki dijital oyun oynama sisteminde yapılması gereken aylık abonelik ücreti ödeyerek neredeyse tüm dijital oyun arşivine erişmekle birlikte, aynı zamanda çok güçlü bir oyuncu sistemine de cüzi bir rakam ödeyerek elde etme imkânı oluşturmaktadır. Bütün bunlarla birlikte kapitalist sistemin kültür endüstrisi ürününü olan bu dijital oyunlar ile sağlayıcısı olan sistemler, maddi ve manevi zaman ile paranın harcadığı karşılıklı etkileşimin olduğu içerisinde multimedya özelliklerini de barındıran yeni medya araçları olarak değerlendirilmektedir (Binark ve Bayraktutan-Sütcü 2008, 45). Bu yüzden, Game Pass ve GeForce NOW uygulamaları dijital oyun oynama ortamı sağlayıcıları olarak birer medya aracı işlevi görmektedir. Sermaye kapasitesi, abonelik oranları gibi rakamsal oranların gösterdiği üzere Dünya'nın en büyük şirketlerinden olan Microsoft ve Nvidia firmasının küresel ölçekli yeni iletişim ortamlarından olan bu yeni medya aracı çevrimiçi oyun uygulamaları aslında, McDonalds'ın bütün dünyaya yayılarak küresel bir marka oluşturup Amerikan fastfood kültürünün yerel kültürler üzerindeki etkisinin ekonomi-politik yaklaşımla araştırılarak "McDonaldslaştırma" kavramı temeliyle ele alınan duruma benzer bir şekilde, yine Amerikan merkezli olarak Nvidia ve Microsoft firmalarının GeForce NOW ve Game Pass gibi dijital oyun uygulamaları küresel bir marka olarak bütün dünyaya yayılmakta, uzam ve zaman sınırlaması olmadan propagandasını işletmektedir (Ritzer 2021). Çünkü bu uygulamalar az gelişmiş yada gelişmekte olan ülkelerdeki teknolojik imkanı kısıtlı olan ya da dijital oyunlara yüksek ücretler ödemek istemeyen kullanıcıların, yaşadıkları ülke açısından daha makul bir aylık abonelik ücretlendirmesi ile oldukça fazla denebilecek seviyede yüzlerce oyun arşivinin olduğu kütüphaneye erişerek oyun oynama imkanı sunan sistemler olarak görülmesi her ne kadar herkese özgürce eğlenebilme ve demokratik bir yaklaşım ile erişebilme gibi söylemler oluştursa da, aslında GeForce NOW ve Game Pass uygulamaları modern kapitalist sistemin kendini yeniden üretmesine hizmet eden araçlar olmaktadır. Aynı zamanda internet tabanlı işleyen ve iletişim ortamlarından olan bu yeni medya araçlarının her geçen gün farklı varyasyonlarının ortaya çıkarak gelişmesi ve yayılması; bunun gerçekleştiği süreç boyunca da dünya üzerindeki hâkim ideoloji ve kültürlerin pazar ortamları

olarak şekillenerek küresel düzeyde tekelleşen dev markalar oluşturulmasına da hizmet eden bir süreci beraberinde getirmektedir (Erdoğan 2002, 299). Böylece bilişim merkezli olarak iletişim teknolojileri ile yeni bir toplumsallaşma biçiminin oluştuğu, dijital unsurların ekonomik yapıda etkilediği, iletişim alışkanlıklarındaki köklü dönüşümün olduğu sanayi sonrası yeni bir toplumsal biçimi ifade eden ağ toplumu (network Society) gün yüzüne çıkmıştır (Castells 2004).



Şekil 2. Game Pass Pc Uygulamasını Gösterir Arayüz

Dijitalleşmenin hakim olduğu bu ağ toplumunda kapitalizmde dönüşerek "Dijital Kapitalizm" olarak kendini göstermiş ve yeni dijital sömürgecilik uygulamaları da ortaya çıkmıştır. Dijital Kapitalizm, Herbert Schiller'in kullandığı bir kavramdır. Kültür emperyalizmi ve elektronik sömürgecilik kavramlarına benzer bir şekilde kapitalist ekonominin yeni bir formu olarak dijital araçlar vasıtasıyla gerçekleştirdiği kültürel ve sosyal büyümeyi içermektedir. İnternet ve onu temel olan uygulamaların görünürde sağladığı imkanlar ve kolaylıklar ile her ne kadar özgürlükler ve demokrasinin bir işlevi gibi görünse de, aslında arka planında Erdoğan (2002, 438-447) ifade ettiği gibi 'sahte demokrasinin yeni şövalyesi' olarak işlev görmektedir. Bu şövalye işlevi arka planında kültür emperyalizmine uygun bir şekilde Dünya'nın en büyük şirketlerinin karlılığını çoğaltmaya, eriştiği insan kapasitesini artırma görevi görünürken, aynı zamanda; duygular, algılar, yaşamdan beklenti ve fikirlerin nasıl olması gerektiğini ideoloji ile dayatıp kabul ettiren hegemonya ve ardından neyin arzulanacağı, neyin satın alınacağı ve nelerin elde edilmesi gereken bir cazibe olduğunu içselleştiren tüketimi beraberinde getirmektedir. Ulusötesi şirket holdinglerinin Amerika Birleşik Devletleri'ndeki kültür organizasyonunu şekillendirmek ve daha geniş anlamda sömürgeleştirmek için artan gücüne odaklanılmaktadır. Schiller

özellikle, güzel sanatlar ve eğitim gibi daha önce şirket mülkiyetinden ve ticarileşmeden ayrı olarak düşünülen alanların kapitalist üretimlere nasıl entegre edildiğini göstererek Frankfurt Okulu'nun "kültür endüstrisi" tezini genişleterek güncellemektedir (Schiller 1989). Kültürel emperyalizmin, sosyal kurumların dünya sisteminin hakim merkezinin ideolojilerini yansıtabilecek veya destekleyecek şekilde şekillendirilmesini içerdiğini vurgulamaktadır (Di 2022). Ayrıca, Schiller'in kültürel emperyalizm kavramı, toplumların modern dünya sistemine, egemen küresel güçlerin değerleri ve yapılarıyla uyum sağlamaları için cazibe, baskı ve zorlama gibi çeşitli yollarla dahil edildiği fikrinin altını çizmektedir (Isiani vd. 2021).

Schiller'in kültürel emperyalizmi kavramsallaştırması toplumların modern dünya sistemindeki temel güçlerin değerlerini kabul etmeye ve sosyal sistemlerini buna göre uyarlamaya zorlandığı bir olgu olarak tanımlamıştır (Flew 2016). Bu tanım, kültürel emperyalizmin baskın kültürel değerlerin toplumlara dayatılmasını içerdiği ve sosyal kurumların baskın küresel güçlerin değerlerini yansıtabilecek şekilde yeniden şekillendirilmesine yol açtığı fikriyle uyumludur (Abbiss 2022). Schiller'in görüşleri, kültürel emperyalizmin, Microsoft ve Nvidia firmalarının yaptıkları gibi üretim şartlarının ve özelliklerinin piyasanın çekirdeği tarafından belirlendiği ve dışarıya doğru yayıldığı tek bir piyasa sistemi içinde nasıl işlediğini vurgulamada da etkili olmuştur (Malan 2022). Böylece GeForce NOW ve Game Pass uygulamaları kültür emperyalizminin devamlılığını sağlayan masaüstü sömürgeçiliğin yeni dijital araçları olmaktadır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kültürel tahakküme karşı kurumsal muhalefetin güçlü bir tarihsel bağlamı vardır. 1960'ların sonu ve 1970'lerde kültürel tahakküme karşı çıkma ve direnme ihtiyacı giderek daha fazla kabul görmeye başlamıştır. Özellikle Güney yarımküredeki sömürge sonrası devletlerden gelen akademisyenler ve aktivistler, kültürel emperyalizm teorileri geliştirmiş ve kendi kültürel ifadelerini korumaya ve desteklemeye çalışmışlardır. Dijital sömürgecilik ile gelişmiş ülkeler ya da Batı merkezli medya ve kültür endüstrilerinin hakimiyetinin sadece ekonomik gücün bir sonucu olmadığı, aynı zamanda bu ülkelerin değerleri, alışkanlıkları, eğlence anlayışları ve toplumsal bakış açılarının da gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkeler olarak görülen diğer kültürlerle empoze etmeye yönelik kasıtlı bir strateji olduğu görülmektedir. Bu yaklaşıma karşılık olarak MacBride Raporu

ve UNESCO gibi kuruluşların daha adil bir küresel iletişim düzeni kurma çabaları da olduğu bilinmektedir (Chen ve Shen 2021). Ayrıca, kültürel tahakküme direnmek ve kültürel çeşitliliği teşvik etmek için çeşitli hareketler ve girişimler de ortaya çıkmıştır. Örneğin, Bağlantısızlar Hareketi ve Dünya Topluluk Radyo Yayıncıları Birliği yerel ve yerli medyanın tanınmasını ve desteklenmesini savunurken, UNESCO Kültür Politikası Sözleşmesi kültürel çeşitliliği korumayı ve teşvik etmeyi amaçlamıştır. Kültürel tahakküme direnme çabalarına rağmen yeni iletişim teknolojileri, bunların üreticisi konumundaki gelişmiş ülkelerin kültürlerinin egemenliğini pekiştirerek diğer kültürlerin seslerini ve bakış açılarını dışlayarak veya marjinalleştirerek kültürel emperyalizmi ve masaüstü sömürgeciliği sürdürmeye devam ettirmektedir (Tomlinson 1991). Bu durum, kaynakların ve teknolojiye erişimin eşitsiz dağılımının yanı sıra güç ve kontrolün birkaç baskın şirket ve ulusun elinde toplanmasında da açıkça görülmektedir. Bu teknolojiler, batılı olmayan kültürlerin görünürlüğünü ve temsilini sınırlarken, batılı medya içeriğinin ve kültürel ürünlerin küresel yayılımını da kolaylaştırmaktadır (Watanabe 2013).

Sonuç olarak, yerel kültürler gölgelenip susturulabilir, bu da kültürel çeşitliliğin erozyona uğramasına ve küresel iletişimin homojenleşmesine yol açmaktadır (Tomlinson 1991). Yeni iletişim teknolojileri insanları birbirine bağlama ve kültürel alışverişi kolaylaştırma potansiyeline sahip olmakla birlikte, aynı zamanda kültürel emperyalizmi sürdürme ve masaüstü sömürgecilik araçlarına da hizmet edebilecek imkanlar ortaya çıkarmaktadır. İletişim teknolojilerini elinde bulunduran, kontrol eden küresel şirketler kapitalist sisteme uygun bir şekilde bu sahipliklerini devam ettirmek için sosyo-kültürel, ekonomik yapıyı da inşa etmekte ve ideolojilerini de tüketicilere kabul ettirmektedir. Bu süreç Slavoj Žižek'in "The Pervert's Guide to Ideology" (Bir Sapığın İdeoloji Rehberi) adlı belgeselindeki ideoloji-eleştirisini gözlüğündeki metafora benzer bir şekilde işlev görerek GeForce NOW ve Game Pass uygulamalarının eğlence, özgürlük, demokratik erişim, tanıtım, ihtiyaç gibi propagandalarının ardındaki yatan gerçek mesajın gizlendiği post-ideolojik bir toplumda yaşayarak toplumsal otoriteler tarafından neyin kullanılacağı neyin faydalı olacağını dayatıldığı bir sosyal yapı olmaktadır. Microsoft ve Nvidia gibi dünyanın en büyük şirketleri iletişim araçları ve kitle kültürünü kontrol eden birer "zihin yöneticileri" olarak adlandırılarak bilinci manipüle etmekte ve kendi karlılıklarını arttırmaktadırlar. Bu zihin yönetiminin dinamikleri hükümet, medya, ordu,

şirketler, dijital ortamlar, kamuoyu yoklamaları, popüler kültür ve bilgi teknolojilerinden gelen güçlerin karmaşık bir etkileşimiyle şekillenmektedir (Schiller 1973). Zihin yönetimi sayesinde gelişen her teknolojiyle birlikte, bu teknoloji üretimini elinde bulunduran uluslararası şirketler zenginleşmekte ve daha da güçlenmektedir. Her yeni teknolojik ürünün, yeni iletişim mecrası ya da ortamının kitle toplumuna ulaşılması gerekli, olmazsa olmaz ve elde edemez ise toplumdaki dışlanır gibi bir izlenim ve algı oluşturularak sahip olunması hedeflenir. Tüketici yaşamsal ihtiyaç olarak gördüğü ürüne ulaşarak aslında küresel egemen sermayenin zenginliğini arttırmakta ve hiç bitmeyecek bir yeniden üretim döngüsü oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerin ve bunların arkasındaki küresel şirketlerin çıkarlarına ve ihtiyaçlarına göre oluşturulan iletişim teknolojisi ve bilgi akışı ile az gelişmiş ve gelişmemiş ülkeleri bunlara bağımlı hale getirmektedir. Çünkü teknoloji ithal edilirken aynı zamanda kültür ve ideoloji de ithal edilmektedir. Türkiye gibi sosyal dönüşümleri farklı yaşamış ülkelerin masaüstü sömürgecilik araçları ile kültür emperyalizmine maruz kalmaması için yapabileceği çözümler arasında; yerel sermayelerin ve üretim yeteneklerinin güçlendirilmesi ile global pazar içinde yer edinmesini sağlayarak, egemen ülkelerin küresel şirketleriyle rekabet edebileceği ortamların siyasi iktidar tarafından sağlanması gerekmektedir. Bunun en iyi örneği olarak, Çin işgücünün uzun yıllar Apple ve Samsung gibi uluslararası küresel şirketlere teknoloji taşeronluğu yaptığı, ancak bu bilgi birikimi, deneyim ve kendine güveni yakın zamanda kendi mobil işlemcisi Kirin'i üretmiş ve bu üretimini oluşturduğu uluslararası markaları olan Huawei ve Xiaomi gibi telefonlarında kullanarak mücadele etmeye ve hatta pazarı ele geçirmeye çalışmaktadır. Ayrıca, Çin merkezli olarak ortaya çıkan Tik Tok uygulaması da her ne kadar arka planın da işleyen algoritma farklılıkları ve kullanım amacı ile Instagram'dan ayrılrsa da video içerik konusunda bir alternatif gibi sunularak Amerikan pazarında yaygınlaşmıştır. Bu yüzden, ABD'nin siyasi otoriteleri kendi kültürel emperyalizmini tehdit eden uygulama için hemen Tik Tok'u hedef alan yasa tasarısını gündeme getirmiştir. Aynı şekilde benzer yasaklanma ve yasal yaptırımlardan üzerine düşen payı Huawei firması da almıştır. Ek olarak, Kıbrıs Barış Harekatı'ndan sonra Türkiye'nin de kültür emperyalizmi uygulayıcısı olan ABD tarafından teknolojik ambargoya maruz kalması ve bunu 1980'li yıllar itibarıyla TÜBİTAK öncülüğünde yürütülen çalışmalar ile kendi iletişim altyapısını oluşturarak üstesinden geldiği durumda kültürel emperyalizmin dijital sömürgeciliğine karşı gösterilen mücadeleye bir

örnek teşkil etmektedir (Geray 2016, 212). Bütün bunlarla birlikte hızlı bir şekilde Türkiye'nin de Tübitak bünyesinde ya da kamu için oluşturulmuş belirli ARGE yapılanmaları ve örgütlenmelerinin yanında, aynı zamanda devlet desteği alan yerli sermayeli özel teşebbüsler öncülüğünde daha fazla kendine özgü donanımlar ile yazılımlara öncelik verilmesi, desteklenilmesi ve kullanılması gerekmektedir. Böylece iletişim teknolojileri donanımı geliştirebilecek Üniversiteler ve bünyesindeki teknokentlerin imkanları ile araştırma-geliştirme yatırımlarına öncelik verilerek bilgiyi ve teknolojiyi üreten

konumda bulunduğu aşamada Türkiye, kültür emperyalizminin masaüstü sömürgeçilik araç ve uygulamalarından kendini koruyabilecektir.

Teşekkür

Yoğun çalışma temposu içerisinde kendilerini çoğu zaman ihmal ettiğim ve yeterli vakit ayıramadığım için katlandıkları fedakarlıktan dolayı değerli oğlum Ahmet Uğur Keser'e ve kıymetli eşim Kadriye Yıldız Keser'e en içten sevgilerimle...

KAYNAKLAR

- Abiss, W. S. (2022). "Enraptured by this Glorious Media Landscape: Annewith an Eand cross-platform co-production". *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 18 (2): 148-162. <https://doi.org/10.1177/17496020221122197>
- Adam, C. ve Dercon, S. (2009). "The political economy of development: an assessment". *Oxford Review of Economic Policy*, 25 (2): 173-189. <https://doi.org/10.1093/oxrep/grp020>
- Amin, S. (2018). *Emperyalizm ve Eşitsiz Gelişme*. Lim S. (çev.): Yordam Kitap. İstanbul.
- Andric, D. (2023). "How many people use GeForce Now? — 2024 statistics. Now you're playing with GeForce power". *levvvel*. Erişim adresi: <https://levvvel.com/geforce-now-statistics/>. Son Erişim Tarihi: 25.05.2024.
- Bandopadhyay, S. (2008). "Fighting Homogenization: The Global Infiltration of Technology and the Struggle to Preserve Cultural Distinctiveness". *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1260898>
- Binark, M. ve Bayraktutan-Sütcü, G. (2008). *Kültür endüstrisi ürünü olarak dijital oyun: Kalkedon Yayınları*. İstanbul.
- Bon, A., Dittoh, F., Lô, G., Pini, M., Bwana, R., WaiShiang, C., Kulathuramaiyer, N., Baart, A. (2022). "Decolonizing Technology and Society: A Perspective from the Global South". Werthner, H., Prem, E., Lee, E.A., Ghezzi, C. (Ed.) *Perspectives on Digital Humanism*: Springer. Cham, 61-68. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86144-5_9
- Bouguettaya, A., Rezgui, A., Medjahed, B., Ouzzani, M. (2004). "Internet Computing Support for Digital Government". *Practical Handbook of Internet Computing*, 1-14. <https://doi.org/10.1201/9780203507223.ch2>
- Castells, M. (2004). *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*: Edward Elgar Publishing. Southern California
- Chadha, K. ve Kavoori, A. (2000). "Media imperialism revisited: some findings from the Asian case". *Media, Culture & Society*, 22 (4): 415-432. <https://doi.org/10.1177/016344300022004003>
- Chen, X. ve Shen, S. (2021). "Review of the Impact of Cultural Imperialism in the Context of Globalization to the Film Industry". *Proceedings of the 2nd International Conference on Language, Art and Cultural Exchange (ICLACE 2021)*, 559. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210609.041>
- Demont-Heinrich, C. (2008). "The Death of Cultural Imperialism — and Power Too?". *International Communication Gazette*, 70 (5): 378-394. <https://doi.org/10.1177/1748048508094289>
- Demont-Heinrich, C. (2011). "Cultural Imperialism Versus Globalization of Culture: Riding the Structure-Agency Dialectic in Global Communication and Media Studies". *Sociology Compass*, 5(8): 666-678. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00401.x>
- Di, X. (2022). "The Rise of International and Local Media Outside the West: Really Helps Counter-hegemonic News?". *Asian Journal of Social Science Studies*, 7 (8): 1. <https://doi.org/10.20849/ajsss.v7i8.1261>
- Dorfman, A., ve Mattelart, A. (1975). *How to Read Donald Duck: International General*. New York.
- Dunch, R. (2002). "Beyond Cultural Imperialism: Cultural Theory, Christian Missions, and Global

- Modernity". *History and Theory*, 41 (3): 301–325. <https://doi.org/10.1111/1468-2303.00208>
- Enzerberger, H. M. (1974). "The Consciousness Industry: On Literature Politics and the Media". Seabury Press. New York.
- Erdoğan, İ. (1995). *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim: Kaynak Yayınları*. İstanbul.
- Erdoğan, İ. (2002). *İletişimi Anlamak: Erk Yayınevi*. Ankara.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi: Erk yayınevi*. Ankara.
- Flew, T. (2016). "Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China's international media expansion and the discourse of soft power". *Global Media and China*, 1 (4): 278–294. <https://doi.org/10.1177/2059436416662037>
- Fromm, E. (1962). *Beyond the Chains of Illusion: My Encounter with Marx and Freud*: Simon & Schuster. New York.
- Fuchs, C. (2009a). "Information and Communication Technologies: A Contribution to The Critic of Political Economy of The internet". *European Journal of Communication*, 1: 69-87.
- Fuchs, C. (2009b). "Some Theoretical Foundations of Critical Media Studies: Reflections on Karl Marx and the Media". *International Journal of Communication*, 3: 369–402.
- García, R. G., ve Birkinbine, B. (2018). "Cultural Imperialism Theories". *Oxford Bibliography*. Retrieved October, 10, 2020. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199756841-0209>
- Geray, H. (2016). "İletişim Ağları ve Masaüstü Sömürgecilik". Başaran, F., Geray H. (Ed.). *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, kitle iletişimi, yazılım ve internet: Ütopya Yayınevi*. Ankara, 189-216.
- Gittinger, J. L. (2014). "Is there such a thing as cyberimperialism?". *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 28 (4): 509–519. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.907873>
- Isiani, M. C., Okonkwo, U. U., Anthonia Obi-Ani, N., Adu-Gyamfi, S. (2021). "Socio-Economic Transformations in Nigeria: The Role of Church Missionary Society (CMS) Schools and Social Stigmatization in Onitsha Province, 1904 – 1975". *Cogent Arts & Humanities*, 8 (1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2021.1922154>
- Katamamwaringa, D. (2020). "An Assessment of Cultural Imperialism from Globalization: An Analysis of the Impact of Facebook Social Media in Kenya". *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 8 (9). <https://doi.org/10.24940/theijhss/2020/v8/i9/hs2009-056>
- Kock, N. ve Nosek, J. T. (2005). "Expanding the Boundaries of E-Collaboration". *IEEE Transactions on Professional Communication*, 48 (1): 1–9. <https://doi.org/10.1109/tpc.2004.843272>
- Kraidy, M. M. (2002). "Hybridity in Cultural Globalization". *Communication Theory*, 12 (3): 316–339. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00272.x>
- Kwet, M. (2019). "Digital colonialism: US empire and the new imperialism in the Global South". *Race & Class*, 60 (4): 3–26. <https://doi.org/10.1177/0306396818823172>
- Malan, C. W. (2022). "Development communication as part of culture". *Communicare*, 17 (1): 49–87. <https://doi.org/10.36615/jcsa.v17i1.1882>
- Mattelart, A. (1976). "Cultural imperialism in the multinationals' age". *Instant Research on Peace and Violence*, 6 (4): 160–174.
- Maxwell, R. (2003). *Herbert Schiller*: Rowman & Littlefield. USA.
- McChesney, R. (2007). *The Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media*: The New Press. New York.
- Mcluhan, M. (1967). *The Mechanical Bride*: Beacon. Boston.
- McPhail, T. L. (1988). *Electronic colonialism : the future of international broadcasting and communication*: Sage. Newbury Park
- Milanovic, B. (2011). *The haves and the have-nots : a brief and idiosyncratic history of global inequality*: Basic Books. New York.
- Ming, D. C. (2003). "Information Imperialism: The Unilateral Information Flow from Developed Countries to Developing Countries". *Media Asia*, 30 (1): 11–21. <https://doi.org/10.1080/01296612.2003.11726697>
- Mirrlees, T. (2013). *Global Entertainment Media: Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization (1st ed.)*: Routledge. New York. <https://doi.org/10.4324/9780203122747>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication (2nd ed.)*: Sage. Los Angeles.

- Naseer, M., Nawaz, Y., Azhar, Z., Andleeb, Z., Ahmed, U. ve Riaz, F. (2014). "A Sociological Analysis of Cultural Imperialism of International Media on Pakistani Youth". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (3). <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n3p523>
- Nauvaldi, M. R. (2023). "Mobile Internet Analysis in Prevention of Negative Impacts of Information and Communication Technology in Indonesia". *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 4 (2): 137-145. <https://doi.org/10.34306/itsdi.v4i2.585>
- Nkiru, N. A., Patience, E., Njideka, ve Patricia, E., Uchenna. (2020). "Is Digital Culture A Threat to Indigenous Commuincation? : A Critical Look at Emerging Trends in the Global Platforms". *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 8 (2). <https://doi.org/10.24940/theijhss/2020/v8/i2/hs2002-022>
- Nouri, S. (2023). "An Analysis of the Dynamics of the Legitimation Processes of Innovations in Open Source Software: A Qualitative Study of the Rational Deliberations in the Drupal Project". (Thesis, University of Illinois at Chicago). University of Illinois at Chicago. <https://doi.org/10.32920/ryerson.14660454>
- Oji, K. B. R. ve Nzeaka, E. E. (2020). "Digital Colonialism on Digital Natives: A WhatsApp Usage Perspective". *UJAH: Unizik Journal of Arts and Humanities*, 21 (1): 17-53. <https://doi.org/10.4314/ujah.v21i1.2>
- Okechi, O. S. (2017). "Child Exposure to Media and Cultural Imperialism: Challenges to African Socio Cultural and Political Development". *Journal of Child and Adolescent Behavior*, 05 (03). <https://doi.org/10.4172/2375-4494.1000346>
- Opoku Mensah, E., Owusu-Amoh, S. ve Nyarko, J. (2018). "The global imperialism project: lessons from television, movies and radio". *African Research Review*, 12 (4): 1. <https://doi.org/10.4314/afrr.v12i4.1>
- Palaiologou, N. (2009). "Needs for developing culturally oriented supportive learning with the aid of Information and Communication Technologies". *Pedagogy, Culture & Society*, 17 (2): 189-200. <https://doi.org/10.1080/14681360902934434>
- Peng, Y. (2023). "Are we becoming part of a global culture ?". *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 15: 195-201. <https://doi.org/10.54097/ehss.v15i.9254>
- Petras, J. (1993). "Cultural imperialism in the late 20th century". *Journal of Contemporary Asia*, 23 (2): 139-148. <https://doi.org/10.1080/00472339380000091>
- Pineda, A., ve Jimenez-Varea, J. (2013). "Popular Culture, Ideology, and the Comics Industry: Steve Ditko's Objectivist Spider-Man". *The Journal of Popular Culture*, 46 (6): 1156-1176. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12082>
- Pun, M. B. (1970). "Re-Thinking of Popular Culture Studies as Interdisciplinary Subject". *Tribhuvan University Journal*, 26 (1): 27-36. <https://doi.org/10.3126/tuj.v26i1.2612>
- Roach, C. (1997). "Cultural imperialism and resistance in media theory and literary theory". *Media, Culture & Society*, 19 (1): 47-66. <https://doi.org/10.1177/016344397019001004>
- Ritzer, G. (2020). "Globalization:A Basic Text". Melih P. (çev.) *Küresel Dünya: Ayrıntı Yayınları*. İstanbul.
- Ritzer, G. (2021). "The McDonaldisation of Society". Şen Süer K. (çev.) *Toplumun McDonaldisatırılması: Ayrıntı Yayınları*. İstanbul.
- Salwen, M. B. (1991). "Cultural imperialism: A media effects approach". *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1): 29-38. <https://doi.org/10.1080/15295039109366778>
- Schiller, H. I. (1971). *Mass Communication and American Empire*: Beacon Press. New York.
- Schiller, H. I. (1973). *The Mind Managers*: Beacon Press (MA). Boston
- Schiller, H. I. (1976). *Revival: Communication and Cultural Domination*: Routledge. New York. <https://doi.org/10.4324/9781315179162>
- Schiller, H. I. (1989). *Culture, Inc. : the corporate takeover of public expression*: Oxford University Press. New York.
- Schiller, H. I. (1992). *Mass communications and American empire*: Westview Press. Boulder, CO
- Smythe, D. W. (1977). "Communications: Blindspot of Western Marxism". *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1 (3) : 1-27.
- Solomonovich, N. (2023). "From "Atomic Spies" to Turkish-American Relations: The Cold War in Turkish Children's Magazines in the 1950s". *International Journal of Middle East Studies*, 55 (4): 693-714. <https://doi.org/10.1017/s0020743823001253>
- Straubhaar, J. D. (1991). "Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and

- Cultural Proximity". *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1): 39–59.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*: Johns Hopkins University Press eBooks. Baltimore, Maryland. <https://doi.org/10.56021/9780801842498>
- Warren, T. (2024). "Microsoft's Xbox Game Pass service grows to 34 million subscribers". *The Verge*. Erişim adresi: <https://www.theverge.com/2024/2/15/23570040/microsoft-xbox-game-pass-subscriber-numbers-34-million>. Son Erişim Tarihi: 25.05.2024.
- Watanabe, K. (2013). "The western perspective in Yahoo! News and Google News". *International Communication Gazette*, 75 (2): 141–156. <https://doi.org/10.1177/1748048512465546>
- Weckert, J., ve Adeney, D. (1997). "Cultural imperialism and the Internet". 1997 International Symposium on Technology and Society Change. *Proceedings*, 288-295. <https://doi.org/10.1109/istas.1997.658913>
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*: Oxford University Press. New York.
- Yaylagül, L. (2017). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar: Dipnot Yayınları*. Ankara
- Yüce, K. (2024). "NVIDIA, dünyanın en büyük üçüncü şirketi oldu". *incehesap.com*. Erişim adresi: <https://www.incehesap.com/blog/nvidia-dunyanin-en-buyuk-ucuncu-sirketi-oldu>. Son Erişim Tarihi: 25.05.2024.