T.C.

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

RADYO TELEVİZYON SİNEMA ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

DİJİTAL PLATFORMLARDA KÜLTÜREL ÖGELERİN KULLANIMI

Hasan Alkan

2502150216

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Onur AKYOL

İstanbul 2023

ÖZ

DİJİTAL PLATFORMLARDA KÜLTÜREL ÖGELERİN KULLANIMI

Hasan ALKAN

Kültür bir topluma ait, zaman içinde oluşan maddi ve manevi değerler bütünüdür. Kültür bir toplumun kimliğini açıklayan ve başka toplumlarla arasındaki ayrıştırıcı farkı ortaya koyan bir kavramdır. Toplumların yargılarının gelişimi farklılık göstermekle beraber değerleri de zamanla değişebilmekte ya da kaybolabilmektedir. Bununla birlikte teknolojik gelişmeler hayatımızın her alanında birçok yenilik ve değişiklik yaratmakta ve hayatımızın her alanına etki etmektedir.

Teknolojinin bilişim alanında gelişmesi nesnel olan bazı bilgi ve kültürel verileri sanal ortama aktarılmasına yardımcı olmuştur. Teknolojinin gelişiminin yanı sıra internet kullanımı artmış ve internet kullanımı bilgi akışı alışkanlıklarımız da değişikliğe yol açmıştır. Dijital veriler beraberinde birçok bilişsel kavramı da ortaya çıkarmıştır. Bilginin saklanması, korunması ve güncel tutulması için yaşanan bazı gelişmelerin başında dijitalleştirme kavramı yer almaktadır. Kültürel mirasın korunmasında ve saklanmasında dijitalleştirme kavramı oldukça önemlidir.

Hakan: Muhafız dramasında olayın merkezini oluşturan mekanlar ve ögeler kültür tanıtımında önem taşımakta ve kültürün birer yansıması konumundadır. Çalışmada, kültür kavramı ele alınmış, dijital platformların çeşitlerine değinerek, küreselleşme ve küyerelleşme kavramları incelenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın bulgular kısmında Netflix platformunda yayınlanan ‘Hakan: Muhafız’ draması, Geert

Hofstede'in Kültür Soğanı Modeli'nden faydalanılarak semboller incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda dramanın içerdiği anlatı yapısının içinde yer alan ögelerin Türk kültür ve tarihiyle bağlantılı olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Küyerelleşme, Küreselleşme, Hofstede, Kültür Soğanı Modeli, Hakan: Muhafız

ABSTRACT

THE USE OF CULTURAL ELEMENTS ON DİGİTAL PLATFORMS

Hasan ALKAN

Culture is a collection of material and moral values that belong to a society over time. Culture is a concept that explains the identity of a society and reveals the distinctive difference with other societies. Although the development of the judgments of societies differs, their values may change or disappear over time. In addition, technological developments create many innovations and changes in all areas of our lives and spread in all areas of our lives.

Technology has helped to transfer some of the objective information and cultural data to the virtual environment in the field of informatics. In addition to the development of technology, internet usage has increased and our information flow habits have also changed. Digital data has also revealed many cognitive concepts. The digitalization concept is at the forefront of some developments in order to keep, protect and keep information up to date. The concept of digitization is very important in preserving and hiding cultural heritage.

In the Hakan: The Protector drama, the places and elements that form the center of the event in drama are important in the promotion of culture and are reflections of culture. In the study, the concept of culture was discussed and the concepts of globalization and glocalization were examined by mentioning on the types of digital platforms. In this regard, in the findings section of the study, the symbols of the drama

‘Hakan: The Guard’ published on the Netflix platform were examined using Geert Hofstede's Cultural Onion Model. As a result of the study, it was concluded that the elements in the narrative structure of the drama are linked to Turkish culture and history.

Keywords: Culture, Glocalization, Globalization, Hofstede, Cultural Onion Model, Hakan: The Protector

ÖNSÖZ

Bu doktora tezinde, küreselleşmenin kültürleri benzeştirmeye başlamasıyla, kültürel ögelerin korunması gerektiği ve kültüre verilen önem artmıştır. Hofstede'in Kültürel Yaklaşımları incelenerek, Kültür Soğanı Modeli'ne göre ülkemizin kültürel göstergeleri analiz edilmiştir. Bu çalışma için küresel çapta yayın yapan Netflix dijital platformunda yer alan ilk Türk draması Hakan: Muhafız seçilmiştir. Sınırlı kaynağın bulunduğu bu çalışmanın yol gösterici olmasını temenni ederim.

Bu süreçte hem iş hem doktora hem de diğer yazın çalışmaların zaman ayırmaya çalıştığım için çoğu defa kayboldum. Bu süreçte bana yol gösteren, destekleyen tez danışmanım Doç. Dr. Onur AKYOL'a, doktoraya başladığım günden bu yana çalışmalarını keyifle takip ettiğim saygıdeğer hocam Prof. Dr. Ceyhan KANDEMİR'e, bir türlü yazıp gönderemediğim senaryomdan ve tezimden ümidi kesmeyen Doç. Dr. Mesut AYTEKİN'e, akademik hayatıma lisans döneminde danışmanım olarak dahil olan enerjisiyle beni daima motive eden Doç. Dr. Ümit SARI'ya, aynı zamanda yoğun çalışma hayatına rağmen hem tez izleme komitesi hem de savunma jürisinde bana zaman ayıran kıymetli hocam Doç. Dr. Ali Murat KIRIK'a ve samimiyetiyle ve desteğiyle, ihtiyacım olduğunda desteğini esirgemeyen kıymetli hocam Dr. Öğr. Üyesi Volkan EROL'a çok teşekkür ederim.

Bu uzun ve zorlu iş ve okul sürecinde, hep yanımda olan, beni her koşulda destekleyen, tezin bende yarattığı tüm gerginliği hoşgörüyle karşılayan, kıvrak zekası, çözümcü yaklaşımlarıyla ve en önemlisi varlığıyla tüm sıkıntılarımın anahtarı ve daima ışığım olan yol arkadaşım Sermin AYLAK ALKAN'a, bu süreçte kızımla

ilgilenerek kafamı rahatlatan anneme ve babama sonsuz teşekkürler. Ayrıca ‘baba, hep ders hep ders, kır artık şu şeytanın bacağını’ diyen, ama bu süreci de anlayışla karşılamak zorunda kalan, ihmal ettiğim, küçük kızım Lidya’ya içten teşekkürlerimi sunarım.

Hasan ALKAN

İstanbul, 2023

İÇİNDEKİLER

ÖZ……..……..…...iii

ABSTRACT…….....v

ÖNSÖZ…….vii

İÇİNDEKİLER.....ix

TABLO LİSTESİ……xiii

ŞEKİL LİSTESİ…….xiv

GİRİŞ……..……..……..….1

BİRİNCİ BÖLÜM: KÜLTÜR

1.1. Kültür Tanımı……..……...6

1.2. Kültürel Süreçler……..10

1.3. Kültürün Özellikleri ……...…....13

1.4. Kültürün Ögeleri …….……15

1.5. Kültür Çeşitleri ……20

1.5.1. Halk Kültürü ……....20

1.5.2. Kitle Kültürü ……...……..25

1.5.3. Popüler Kültür ……..30

1.6. Türk Kültürü ……37

1.7. Kültür Aktarımı ve Medya……..……..50

1.7.1. Gazete……..…….52

1.7.2. Sinema ……..…… .…..54

1.7.3. Radyo …….…...57

1.7.4. Televizyon ……....62

1.8. Küreselleşme…….……...67

1.8.1. Küreselleşme Boyutları ……...…….....74

1.8.2. Küreselleşme Üzerinde Etkili Olan Etkenler ……...81

1.8.3. Küreselleşme ve Teknoloji İlişkisi ……...84

1.9. Küyerelleşme ……...….…...94

İKİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL YAYINCILIK

2.1. Teknoloji ve Televizyon Yayıncılığı …….103

2.1.1. Dijital Yayın Teknolojileri ……...……...105

2.1.2. Dijital Yayıncılığın Avantajları ve Dezavantajları ……..117

2.1.3. Dijital Platformlar……...…….....121

2.1.3.1. Dijital Platformların Özellikleri……122

2.1.4. İş Modeline Göre Dijital Platformlar ……..128

2.1.5. Türkiye'deki Dijital Yayıncılık Platformları ……..129

2.1.5.1. Yerel Dijital Platformlar ……..….....130

2.1.5.2. Küresel Dijital Platformlar …….....133

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: NETFLIX'İN İLK TÜRK DRAMASI HAKAN: MUHAFIZ'IN HOFSTEDE KÜLTÜR SOĞANI MODELİNE GÖRE İNCELENMESİ

3.1. Göstergebilim ve Christian Metz…….……...143

3.2. Hofstede'in Kültür Yaklaşımı……..…147

3.3. Hofstede Kültür Soğanı Modeli…….....157

3.3.1. Semboller……....161

3.3.2. Kahramanlar……162

3.3.3. Ritüeller……...……....163

3.3.4. Değerler……...164

3.4. Hakan: Muhafız Örneği ……167

3.4.1. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Özeti ve Künyesi…….....171

3.4.2. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Semboller…….....……174

3.4.3. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Kahramanlar……..197

3.4.4. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Ritüeller…….....201

3.4.5. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Değerler…….208

3.4.6. Hakan: Muhafız İkinci Sezon Özeti ve Künyesi…….…….214

3.4.7. Hakan: Muhafız İkinci Sezon Semboller…….……217

3.4.8 Hakan: Muhafız Birinci Sezon Kahramanlar……..……..229

3.4.9. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Ritüelleri…….230

BULGULAR……235

SONUÇ…….242

KAYNAKÇA…….....250

ÖZGEÇMİŞ…….305

TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1. Düşük ve Yüksek Güç Mesafesi Karşılaştırması……..…….149
Tablo 3.2 Güçlü ve Düşük Belirsizlikten Kaçınma Karşılaştırması…….150
Tablo 3.3. Bireycilik ve Kolektivizm Karşılaştırması……..152
Tablo 3.4. Erillik ve Dişillik Karşılaştırması……153
Tablo 3.5. Uzun Döneme Yönelim ve Kısa Döneme Yönelim Karşılaştırması…...154
Tablo 3.6. Müsamaha ve Kısıtlama Karşılaştırması……155
Tablo 3.7. Semboller Tablosu……..169
Tablo 3.8. Ritüeller, Kahramanlar, Değerler Tablosu……..170
Tablo 3.9. Hakan: Muhafız 1. Sezon Tarihi – Milli Sembolleri Gösterir Tablo…..174
Tablo 3.10: Hakan: Muhafız 1. Sezon Yeme-İçme Kültürü Sembollerini Gösterir Tablo ……183
Tablo 3.11: Hakan: Muhafız 1. Sezon Diğer Sembolleri Gösterir Tablo.……190
Tablo 3.12: Hakan: Muhafız 1. Sezon Kahramanlarını Gösterir Tablo…….197
Tablo 3.13: Hakan: Muhafız 1. Sezon Ritüellerini Gösterir Tablo……..201
Tablo 3.14: Hakan: Muhafız 1. Sezon Değerleri Sembolleri Gösterir Tablo……...208
Tablo 3.15: Hakan: Muhafız 2. Sezon Tarihi – Milli Sembolleri Gösterir Tablo…….217
Tablo 3.16: Hakan: Muhafız 2. Sezon Yeme-İçme Kültürü Sembollerini Gösterir Tablo ……...…….222
Tablo 3.17: Hakan: Muhafız 2. Sezon Diğer Sembolleri Gösterir Tablo.……224
Tablo 3.18: Hakan: Muhafız 2. Sezon Kahramanlarını Gösterir Tablo…….…...229
Tablo 3.19: Hakan: Muhafız 2. Sezon Ritüellerini Gösterir Tablo…….....230

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Karasal Yayıncılık Dağıtım Şeması……..106

Şekil 2 : Uydu Yayıncılığı Dağıtım Şeması……...107

Şekil 3: Kablolu Televizyon Yayıncılığı Dağıtım Şeması……108

Şekil 4: IPTV Çalışma Prensibi…….110

Şekil 5: Web TV Çalışma Prensibi……111

Şekil 6: OTT TV Sistem İşleyişi……113

Şekil 7: OTT TV Kullanıcı Araçları……..113

Şekil 8: Hibrit TV Çalışma Şeması……115

Şekil 9: Hibrit TV Ekran Örneği……116

Şekil 10: Hofstede Kültür Soğanı Modeli…….160

GİRİŞ

Yakın dönemde kültür alanında yapılan araştırma ve çalışmalarda araştırmacı Geert Hofstede'in kültür alanında yapılan çalışmalarla ön plana çıktığı, birçok uluslararası araştırmaya ilham ve temel oluşturduğu tespit edilmiştir. İnternet tabanlı dijital medya ürünleri bağlamında Netflix Türkiye platformunda yayınlanan ilk Türk draması olma özelliğiyle dikkat çeken Hakan: Muhafız'da kullanılan kültürel ögeler hakkında literatürde çok fazla bilimsel çalışmanın yer almadığı görülmüştür. Konuyla ilgili olarak literatür taraması yapıldığında, "Netflix'in Kültürel Yeniden Üretimin Bir Aracı Olarak Kullanılması, 'Hakan: Muhafız' Dizisi Üzerinden Göstergebilimsel Bir İnceleme" adlı bir doktora tezi, 5 adet de yüksek lisans tezi ile karşılaşılmıştır. Yapılan çalışmalar dramada; "görsel efekt kullanımı, fantastik ögelerin çözümlenmesi, toplumsal cinsiyet rolleri, küyerelleşme ve dilin kullanımı konularını temel almıştır. Hofstede'in kültürel ögelerin kullanımı ve aktarımı konusunda geliştirdiği Kültür Soğanı Modeli bağlamında ayrıntılı şekilde incelenen ilk literatür çalışmalarından biri olma özelliğini taşımaktadır. Çalışma yerel kültürel unsurların tanıtımına imkan veren bu uluslararası platformlardaki Türk içeriklerle ilgili yapılan çalışmaların eksikliğini giderdiği için önem arz etmektedir. Bu yüzden bu araştırmanın temel sorusu ve hipotezleri Hofstede'in yapmış olduğu çalışmalar üzerinden yürütülmüştür.

Araştırmanın amacı; kültürel tanıtıma katkı sağlayan, Netflix'te yer alan Türk draması Hakan: Muhafız dramasının küyerelleşme bağlamında kültürel göstergeler aracılığıyla Geert Hofstede Kültür Soğanı Modeli'ne göre incelenmesidir. Bu bağlamda çalışma esnasında aşağıdaki sorular araştırılmıştır:

- Dijital platformlarda yer alan Türk dramalarında kültürel ögeler gösterilmiş midir?

- Hakan: Muhafız dramasında hangi değerler, ögeler ve sembollere, hangi görseller kullanılarak yer verilmiştir?

Netflix, içeriğinde bulunan Türk dramaları aracılığıyla ulusal kültürel değerleri küresel bir alana taşımıştır. Araştırmanın temel hipotezine göre kültürel kodların yoğun olarak kullanıldığı drama örneği olarak Hakan: Muhafız, uluslararası seyirciye İstanbul'un kültürel sembollerini sunmaktadır.

Çalışmanın yöntemi Hofstede'nin kültürel göstergeler yaklaşımına göre göstergebilimsel ve betimsel analizdir. Bu yaklaşımda özellikle kültürel göstergeler üzerinde yoğunlaşılmaktadır. Hofstede'nin Kültür Soğanı Modeli'ne göre, kültür dört ana gösterge üzerinden tanımlanmaktadır. Bu göstergeler, semboller, ritüeller, kahraman(lar) ve değerler olarak adlandırılmaktadır. Çalışmada Hakan: Muhafız draması, amaçlı örneklem tekniğiyle incelenmiştir. Araştırmaya dramanın ilk iki sezonu, toplamda on sekiz bölüm dahil edilmiştir.

Tez, üç ana bölümden meydana gelmektedir. İlk bölüm araştırmanın kavramsal çerçevesinden oluşmaktadır. Bu bölümde, kültür kavramı, özellikleri ve çeşitleri, Türk kültürü, kültür aktarımı, küreselleşme ve küyerelleşme sürecine yer verilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde, dijital yayın teknolojileri, özellikleri, dijital platform türleri anlatılmış, bu platformlardan çalışmayla bağlantısı olduğundan Netflix daha detaylı incelenmiştir. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümünde ise, Hofstede'in kültür yaklaşımı ele alınmış, Hakan: Muhafız draması Kültür Soğanı Modeli bağlamında incelenmiş, dramanın içeriğinde değerler, kahramanlar, ritüeller ve sembollere odaklanılarak kültürel ögeler göstergesel kodlar bağlamında değerlendirilmiştir.

Kültür, insanlık tarihinin başlangıcı kadar eski ve insanın varolduğu her alana kapsayacak kadar geniş bir kavramdır. Bireylerin doğumdan itibaren aile içinde başlayan sosyalleşme süreciyle nesiller boyunca aktardığı bir dizi düşünce ve davranış biçimidir. Bireyler, mensup oldukları toplumun kültüründen değerleri, tutum ve davranışları edinirler. Hofstede'e göre; kültür, zihinsel anlamda geçmişte yaşanan birtakım olay ve olguların geleceğe aktarılarak kolektif bir bilinç oluşturulmasıdır. Bu nedenle kültür, içinde pek çok unsuru barındıran zengin ve karmaşık yapısıyla, her toplumun kendine has özellikleriyle şekillenen, ancak o toplumun fertleri tarafından çözümlenebilen ortak bir mirastır.

Artan küresel rekabet, iletişim ve bilişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ve 'insan' faktörünün öneminin artmasıyla birlikte toplumların yapılarındaki farklılıklar araştırılmaya başlanmıştır. Bu noktadan hareketle yapılan çalışmalarda; o toplumda üretilen içeriklerin mevcut kültürden soyutlanarak düşünmenin mümkün olamayacağı sonucuna varılmıştır. İnsanlar içinde yetiştikleri kültürlerin birer yansımasıdırlar ve sahip oldukları kültürleri geleceğe taşırlar.

İletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte toplumların arasındaki ekonomik, politik ve kültürel sınırların kalkmış ve toplumlar iç içe geçmiş kısaca ülkeler ekonomik, siyasi ve kültürel olarak birbiriyle bağlanmıştır. Toplumlar gittikçe benzer yapıya bürünmekte ve meydana gelen herhangi bir olaya hemen hemen aynı tepkiyi vermektedirler. Küreselleşme aracılığıyla dünya değişik bir hal almış, tekdüze bir yapı oluşmaya başlamış, ekonomik, siyasi ve teknolojik bir dönüşüme uğramıştır. Simge, imge, moda hepsi iç içe geçmiş ve benzer küresel pazarlar meydana gelmiştir.

Kitle iletişim araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte sunulan kitle kültürü kavramı, yani dünyadaki kapitalist

sistemin ürettiği kültür endüstrisi egemenliği altındaki standartlaşmış ve metalaşmış bir kültürden bahsedilebilir. Küreselleşmenin toplumları bu denli baskılamaya ve şekillendirmeye başlamasıyla birlikte yerel değerler daha fazla konuşulmaya başlanmış ve yerelleştirme kavramı ortaya atılmıştır. Bu stratejiler arasında önemli bir yeri olan 'küyerelleşme', faaliyet gösterilen ülkenin kültürel değerlerini kullanarak ürünlerin zenginleştirilmesi ve hem 'küresel' hem de 'yerel' unsurların bir arada sunulmasıdır. Küyerelleşme, küresel markaların yer aldıkları ülkelerin kültürleri, inançları, değerleri, geleneksel tatları, dilleri, ekonomisi, günlük yaşam alışkanlıkları göz önünde bulundurarak ve pazarlama stratejilerinde küresel standartlarının dışına çıkarak, küresel değerlerine yerel semboller kazandırmalarıdır.

Teknoloji ve bilişim sistemlerindeki gelişmeler dijitalleşme kavramını beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme ile bilginin aktarılması, üretilmesi hızlanmış, kolaylaşmış; çok daha geniş kitlelere yayılmasını sağlamıştır. Dijital dönüşümle birlikte medya araçları, dijitalleşerek gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medyadan, yeni medya olarak sınıflandırılan dijital mecralara ve uygulamalara geçiş yapmaktadır. Bununla birlikte dijital yayıncılığın başlaması ve internet ile desteklenmesiyle internet üzerinden televizyon yayıncılığı yapılmaya başlanmış ve bu yayınlar çeşitli sistemlerle televizyon yayıncılığına alternatifler oluşturulmuştur. Televizyonda gösterilmek için üretilen içeriklerin, yeni ortamlara taşınmasının yanında bu platformlara özel içeriklerin de üretildiği bir döneme girilmiştir. İnternetin yapısı gereği güçlü etkileşim imkanı sunan bu dijital platformlar izleme deneyimini köklü bir şekilde değiştirmiştir.

Bu platformların önde gelenlerinden biri olan Netflix, yeni pazarlara açılırken yararlandığı en önemli strateji yerel ögeleri kullanmasıdır. Orijinal içerikleriyle yerel

unsurlardan beslenirken küresel pazarda, yürüttüğü bu küyerelleşme stratejisi sayesinde oldukça tutulmuştur. 2018 yılında Netflix, ilk Türk draması Hakan: Muhafız'ı çekerek Türkiye pazarına giriş yapmıştır. İstanbul'un tarihi ve turistik yerlerini zengin görsellerle sunan Hakan: Muhafız'ın ardından birçok Türk yapımı orijinal içerikler platformda yer almıştır.

Tezde, dünyada birçok dile çevrilerek kabul gören Geert Hofstede'in kültürel yaklaşımları, bir çevrede doğup büyüyen ve orada şekillenen kişilerin sosyal, ekonomik ve toplumsal yansımalarını kültürel kodlamalar çerçevesinde Kültür Soğanı Modeli bağlamında incelenerek, dijital platformlarda kültürel ögelerin kullanımı çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR

1.1. Kültür Tanımı

Kültür, bir toplumun veya grubun hayat tarzını, dini inancını, gelenek ve göreneklerini, sanat anlayışını ve daha fazlasını içeren çok yönlü bir kavramdır. Kültür kavramı, düşünürlerin üzerinde net bir tanımlama yapamadığı, nerede hangi amaçla kullanıldığına bağlı olarak farklılıklar gösterdiği bir kavram olmuştur. Amerikalı antropologlar Clyde Kluckhohn ve Alfred Louis Kroeber'in "Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions" adlı eserlerinde kültürün yüzden fazla farklı anlamına değinmiş ve kültürü, psikolojik, tarihsel, yapısal gibi farklı kategoride incelemişlerdir (Tylor, 1871: 8).

Antropologlar ve toplumbilimciler kültüre toplumsal bir bakış açısıyla yaklaşmış, kültürü, toplum tarafından oluşturulmuş ve aktarılmış, davranış ve düşünce yapısı olarak değerlendirmişlerdir (Turner, 1991: 17-19). İngiliz Antropolog Taylor tarafından ise şu şekilde ifade edilmiştir; "Kültür toplumda ortak olan davranış kalıplarını ya da alışkanlıkları içerir" (1981), yani kültür veya medeniyet, insanın toplumun bir üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür (Tylor, 1871: 1).

Fonetik olarak bugünkü kültür kelimesine yakın olarak türetilen ilk kelime olan, *cultura* terimini Romalılar, doğada kendiliğinden yetişen bitkilerden, insan emeği ve eliyle tarlada ekilerek yetiştirilen bitkileri ayırmak üzere kullanmışlardır (Özlem, 2000: 142)

Dilbilim uzmanları ‘kültür’ sözcüğünün köklerinin toprak kültürü anlamına gelen Latince, *edere-cultura* sözcüğünden türetildiğini iddia etmektedirler (Mejuyev, 1987: 22:). Başka bir kaynakta ise kültür kelimesinin kökeninin yine Latince bulunmak, yetiştirmek, korumak gibi anlamları olan *colere* kök sözcüğünden gelen *cultura* olduğu belirtilmektedir (Williams, 1974: 106-107). *Colere*; işlemek, onarmak, üretmek, meydana getirmek, bakım yapmak, iyileştirmek, eğitmek gibi anlamları taşıyan zengin bir kavramdır. İlk kullanımı emek, tarım ve hayvanlara bakma iken, sonraları düşünceyi besleme anlamında kullanılmaya başlanmış, oradan da kültür, uygarlığa bağlanmıştır (Alemdar ve Erdoğan, 2005: 139).

> “Kültür, ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak, İnsanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür (Güvenç, 2002a: 101).”

Kültür, insanın hayatı boyunca yaptığı ifadeler, dışavurumlar, olaylar karşısında aldığı aksiyonlar olarak tanımlanabilmektedir. Genel anlamıyla kültür, insanoğlunun yarattığı, kendinden ve toplumdan anlamlar yüklediği, maddi ve manevi kurallar bütünüdür (Uygur, 2006: 17). Özet olarak kültür, insanoğlunun zaman içerisinde edindiği bilgi birikimidir. Her tanım, kültürün belli unsurlarını ve özelliklerini öne çıkarmakta, diğer özellikleri o kullanımında göz ardı etmektedir. Kültür kavramının açık ve net bir tanımının yapılamaması sosyoloji alanının bir sorunu olarak görülmektedir, çünkü somutlaştıran bir ifade gibi algılansa da soyutlaştıran bir kavramdır (Oskay, 1971: 282). Bu haliyle, kültür insan zihninde görüş, bakış, tahayyül, anlayış ve değerlendirme süreçleri olmakla birlikte, kültürün ögeleri,

gözlenebilir olgular, insan davranışları ve davranışın ürünleri olarak görülmektedir (Özakpınar,1997a: 55).

Karl Marx kültürü "Doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı her şeydir" olarak tanımlamıştır (akt. Güvenç, 2002: 96). Bu tanımdan yola çıkarak kültür; ilk çağlardan bugüne kadar, bireyin sahip olduğu bilgi ve birikimi ile ürettiği maddi ve manevi eserler olarak nitelendirilebilir. Bireyin ve toplumun bilinçli ve ya bilinçsiz, diğer kültürlerle benzerlik veya zıtlık göstererek oluşturduğu bütün birikim; dil, mimari, müzik, dans, giyim tarzı, yemek çeşitleri, ideoloji, hayata bakış açısı gibi kültür ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

> "Kültür çok basit veya insan yaşayışını kolaylaştıran alışkanlıklar olabilir. Bunlar ne din gibi akıl üstü, ne de akli saha olmayıp, alışkanlıklar ve müktesepler sahasıdır, yiyip içme seklinden yürümeye, eğlence usullerinden yemek pişirme tarzına kadar insan hayatını kaplar."(Balcıoğlu, 2001:142)

Bütün bu tanımlama ve açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, kültür aynı toplumda yaşayan insanların hayatlarını düzenleyen kodlar, günlük hayata dair anlam arayışı olmasıdır. Bazen bir selamlaşma şekli, bir şarkı, bir dize, bir kelime bir nesne olarak karşımıza çıkar.

Bireyin kendi toplumuna kattığı maddi ve manevi değerler bütünü olarak el alabileceğimiz kültürün; sosyal olarak kuşaktan kuşağa aktarıldığı, bu aktarım sırasında gelişen ve şekil değiştiren yapıda olduğu bilinmektedir, dolayısıyla kültür tarihsel bir süreçtir.

Kültürün en önemli özelliklerinden biri içinde bulunduğu topluma ve insana özgü olmasıdır. Kültürün öğrenilebilir ve transfer edilebilir yapısından dolayı, toplum için bir nevi iletişim şeklidir. Yani kültür hem öğrenilir, hem öğretilir. Giddens da kültürün yetiştirme anlamını vurgulamış, ve yetiştirmek fiilinin mikroskobik organizmaların veya bitki türlerinin yapay ortamda büyütülüp geliştirilmesi anlamı ile kültür kavramı arasında bir bağ kurmuştur (Giddens, 2010: 12).

Toplumların kendine has olmasından dolayı ise kültürel normlar, evrensel değildir, görelidir. Kültür her zaman değişime açık olduğundan, değişkenliği zamana, mekana ve toplum tipolojisine[1] bağlı olarak ifadesinde farklılıklara yol açmaktadır.

Kültür, sanat ve teknolojinin kesişmesiyle bize sunulan küreselleşme olgusunda, toplum kendisine ulaştırılan teknolojiden yararlandığı müddetçe kültürel bir döngünün içinde bilgi transferine tabi olur. Özellikle medya unsurlarından yazılı ve görsel-işitsel metinleri de kapsayan bu transfer sürecinde ileti zevkleri ve ilgileri birbirinden farklı olan kitlelere ve insanlara ulaşıyor. Gazete, televizyon, radyo gibi kitle iletişiminin iskeletini oluşturan araçlar bilgi vermenin ötesinde toplumun yapısında değişiklik yapabilecek güçtedirler. Bu araçların hedef kitlesi, fark etmeden kendilerine sunulan bilgiler yoluyla, farklı toplumların yaşam biçimlerine dair oldukça fazla bilgi alırlar. Bireye, kitle iletişim araçlarının araladığı bu perdeden sınırsız sayıda seçenekler barındıran bir bilgi ve kültür tayfı sunulmaktadır. Bu nedenle kültürü ve iletişimi aynı potada eritebiliriz. Ancak iletişim kanalları ve araçları kullanarak kültür transferini gerçekleştirebiliriz. Tüm bu etkileşim iletişim süreci dediğimiz şema

[1] Toplum yapısında benzer farklılıklara göre meydana gelen sosyal grupların oluşturduğu hiyerarşik sınıflama.

içerisinde yaşanır. Kültürün devamını sağlayan gücün iletişim olduğunu söyleyerek bu ifadeyi yalınlaştırabiliriz.

1.2. Kültürel Süreçler

Tarihte yaşamış tüm toplumlar bir diğerinden çeşitli yönlerden etkilenir. Bu etkileşim, sözlü veya yazılı iletişim araçlarının işlevleri aracılığıyla gerçekleşen dil, ideoloji, örf ve adetlerin aktarılması şeklini alır. İletişimin kültür üzerindeki etkisi kültürel değişim olarak bilinir.

> "Kültür değişmesi, bir cemiyetin mevcut nizamını yani içtimai, maddi ve manevi medeniyetini bir tipten başka bir tipe dönüştüren bir süreçtir. Böylece kültür değişmesi, bir cemiyetin siyasi yapısında, idari müesseselerinde ve toprağa yerleşme ve iskan tarzında, iman ve kanaatlerinde, bilgi sisteminde, terbiye cihazında, kanunlarında, maddi alet ve vasıtalarında, bunların kullanılmasında, içtimai iktisadının dayandığı istihlak (üretim) maddelerinin sarfında az çok husule gelen tahavvülleri (değişimleri) ihtiva eder. Terimin en geniş manasıyla kültür değişimi, insan medeniyetinin daimi bir faktörüdür, her yerde ve her zaman meydana gelir (Turhan, 1969: 49)."

Kültür değişmesi; kültürleme, kültürlenme ve kültürleşme şeklinde olur. Kültürleme; insanoğlunun gelişim esnasında kendi kültüründe etkin olması ve eğitim süreci esnasında edindiği kontrollü ya da kontrol dışı şartlanmalardır (Sarı, 2018: 7). Doğumla başlar, ölümle sona erer. Kültürlenme, belli bir toplumun alt kültür ya da farklı toplumlardan gelen birey veya grupların etkileşimiyle, her iki tarafın kendi kültüründe yer almayan bir bilgiyi kazanmalarıdır (Üstündağ, 2013: 35). Akran grupları arasında gerçekleşir. Kültürleşme sosyal yaşamdaki en az iki toplumun

etkileşim sonucu karşılıklı olarak değişim yaşamalarıdır (Şeker, 2016: 11). Küreselleşme ile yaşanan iletişim teknolojilerindeki gelişme ve sayıca fazlalaşma süreciyle doğan teknoloji devrimi tam bir kültürleşme devrimidir (Güvenç, 2002b: 87).

Kültürleşmede dikkat edilmesi gereken nokta etkileşimde bulunan her iki grubun kültüründe değişimler gözlemlenir. Hangi grubun baskın olduğu önemli değildir. Gruplar, doğrudan etkileşim içinde olmasalar bile, farklı kültürler aracılığıyla birbirlerini etkileme potansiyeline sahiptir. Kitle iletişim araçları olan yazılı basın, radyo, televizyon yayınları ve sinema gibi araçlar da uzun vadede değişime neden olabilirler. George Gerbner'in öne sürdüğü Ekim Modeli[2] bu süreci açıklar. Gerbner'e göre televizyon yayınlarını çok ve tekrarlı olarak izleyen kitlenin gündelik yaşamdaki tutumlarının, karşılaştıkları zorluklara karşı aldıkları aksiyonlarının kaynağında televizyondan edinilmiş bilgiler yatar.

Kültürleme, kitle iletişim araçlarının iletişim esnasında uyguladığı yöntemlerdendir. Kültürleme, üç biçimde düşünülmektedir. Bunlar; zoraki, gelişigüzel ve kasıtlı kültürlemedir (Demirel, 2004: 6). Zoraki Kültürleme, bireylere ya da toplumlara diğer grup tarafından kendi kültürel değerlerinin zorla kabul ettirilmesidir. Birincil grubun sahip olduğu gelenek-görenek, dil ve din gibi kültürel ögelerinin zorla değiştirilmeye çalışılmasıdır. Gelişigüzel Kültürleme, kültürel değerlerin ve bireylere ya da toplumlara rastgele ve sıradan bir şekilde aktarılması durumdur. Bireylerin tercihlerine göre başka bir dini kendi isteğiyle seçmesi, beslenme biçimlerini değiştirmesi buna örnektir. Serbest kültür değişimi olarak da adlandırılan bu değişim sürecinde herhangi bir iç ya da dış baskı söz konusu değildir. Mevcut kültür, yabancı

[2] Gerbner'e göre kitle iletişim araçları, özellikle de televizyon baskın inançları, egemen düşünceleri uzun dönemde bireylere aşılar.

kültürlerden hangi unsuru alıp almayacağına ya da ne oranda alacağına dair bir seçim yapabilir. Kasıtlı Kültürleme ise kültürel değerlerin bireylere, sistemli ve programlı bir şekilde aktarılmasıdır. Örneğin okuldaki dil eğitimi neticesinde çocuğun ana dilini plan ve program dahilinde öğrenmesi bu tür kültürlemeye örnek gösterilebilir (Özmen, 2019: 3).

Bir toplumun değişmeden aynı kalması mümkün değildir. Fakat değişimlerin kolay olmadığı, gerekli önlemler alınırsa ve hazırlıklar yapılırsa, değişimlerin daha kolay, zorlamadan uzak ve kendiliğinden olacağı görülebilir. Küreselleşme döngüsü içerisinde baskın toplumların pasif toplumları kültürel değişim çatısı altında asimile olmaması için yerel kültürün korunması ve yaşatılması gerekir. Böylelikle insanlar dışarıdan gelen kültürel aşılamalara karşı geleceklerdir. Alternatif olarak pasif kalan toplum kendi geleneksel kültürünü geliştirerek daha iyi tanıtması gerekmektedir. İletişim teknolojileri ve araçlarındaki gelişmeler birçok açıdan küreselleşmeye fayda sağlar. Fakat bu araçların uygun şekilde kullanılmasıyla mevcut değerlerin ve geleneksel kültürün, yani ulusal kültürün korunması sağlanabilir. Empoze ve yozlaşma gibi korkulardan uzak kalınabilir.

Bölgelere göre yaşayış, ifade vb. farklılıklar görülebileceği gibi toplumun genelini kapsayan kurallara da ortak kültür denir. Siyah rengin matem havasını yansıtması gibi yalın bir ifade tüm toplum tarafından benimsenmişse bu ortak kültür olarak adlandırılır.

> "Yerelden evrensele geçmek salt yerel kültürün gücüyle olmaz. Yukarıda tarih boyunca kültürlerin birbirlerini beslediklerinden, birbirlerini zenginleştirdiklerinden söz ettik. Şimdi söyleyeceğim bu değil. Ana kültür, yerel

kültür öz olmakla birlikte, bir sanatçı, bir bilim adamı için yeterli değil. İlk olarak insanlığın bin yıllardan bu yana ortak kültürü var." (Kemal, 1992: 3).

Kültürel ürünler toplum içindeki yerleri göz önüne alınarak ele alınmalıdır, bu da onların içerisinde bulundukları, ürünü oldukları tarihi ve toplumsal ilişkileri içine oturtularak araştırmalarını gerektirmektedir. Ürünün, üreticiden tüketiciye ulaşma aşamasında geçmişe ait deneyimler ve o ana ait kültürel davranışların birleşimi etkilidir (Gültekin, 2006: 6).

1.3. Kültürün Özellikleri

Kültür kavramının açık ve anlaşılır şekilde tanımlanmasındaki zorluk, tamamlayıcı nitelikte bazı özelliklerle anlamlandırma gerekliliğini getirmiştir. Her kültürün farklılığına rağmen, temelinde ortak özelliklere sahiptir.

Gönenç, kültürün özelliklerini şöyle sıralar: "Kültür; öğrenilir, tarihi ve süreklidir, toplumsaldır, ideal ya da idealleştirilmiş kuralar sistemidir, ihtiyaçları karşılayıcı ve doyum sağlayıcıdır, bütünleştiricidir, değişir" (Gönenç, 1994: 101).

Kültür, öğrenilir. Kültür, biyolojik aktarımla ya da içgüdüsel olarak kazanılmaz, bireyin zamanla içerisinde bulunduğu toplumda ailesinden ve çevresinden doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenmesi sonucu edindiği bilgilerdir. Amerikalı antropolog Ward Goodenough, insanın kültüre sahip olarak doğmadığını, kültürü toplumun genel kurallarına uyacak davranışları geliştirme sürecinde yine toplumun kendisinden beslendiğini öner sürer (Goodenough, 1964: 36-39).

Kültür, aktarılabilir. İnsan edindiği bilgileri kuşaktan kuşağa aktarır. Aile, okul ve çevre gibi toplumunu oluşturan ögeler tarafından, kültürün yeni kuşaklara nasıl

aktarılacağı belirlenir. Bu aktarım sürecinde en önemli araç ortak dildir ve ortak dil sayesinde bireyler arası etkileşim ve iletişim gerçekleşir.

> "Aynı dilde iletişim kuran kişiler arasında her zaman aynı şekilde paylaşılan değerler, inançlar ve bilgiyi bütün olarak algılamak yerine, belirli bir dil topluluğu içindeki sosyal uygulamalarla şekillenen dinamik bir bütün olarak görmeliyiz." (Cunico, 2005: 21)

Yazı dili sayesinde de kayıt altına alınan kültür, yazılı eserler aracılığıyla sonraki nesillere kaynak olarak kalır. Aktarılan bilgiler, insanların belirli bir sosyal yaşama uyum sağlamasına yardımcı olarak toplumun kültürünü oluşturur. Bu da kültürü sürdürülebilir olduğuna işaret eder.

Kültür, simgeseldir. Her kültür, semboller, dil, sanat, müzik gibi araçlarla ifade edilir. Bu unsurların toplum içinde anlamlı bir hale gelmeleri için de ortak anlamlar taşımaları gerekir. İçinde bulundukları kültüre ait bu simgelere bayrak ve marş örnek gösterilebilir.

Kültür, toplumun değerlerini yansıtır. Bir grubun toplum sayılabilmesi için ortak değerler çerçevesinde ortak bir yaşam alanı oluşturmaları gerekir. Kültür, toplumun hangi davranışları onayladığını ve hangilerini reddettiğini değerler aracılığıyla belirler, yani kültür, insanların doğru davranış biçimleri geliştirmelerini sağlayan bir rehberdir.

Kültür kapsayıcıdır. Bireyin ürettiği basit icatlardan, havasız insan araçlarına kadar karmaşıklığı ve teknolojisi ne olursa olsun birer kültür ürünüdür. Basit

masallardan, matematik sistemine, kısa tekerlemelerden detaylı mitolojik hikayelere, dinler ve dillere kadar maddi ve manevi tüm konular kültürün kapsamındadır.

Kültür, dinamiktir. Kültür kuşaklar arası aktarım süreci içerisinde süreklilik kazanırken, teknolojik gelişmeler, göç, ticaret gibi pek çok toplumsal etkileşimin etkisi altında değişikliklere uğrayabilir, bu değişiklikler toplum tarafından uyarlanarak yeniden bir dengeye kavuşturulur. Değişen koşullara uyum sağlayabilen kültürler varlıklarını devam ettirebilir.

Bu özellikler, çeşitli toplumların kendilerine özgü kimliklerini ve yaşam tarzlarını oluşturabilmelerine fırsat sağlar, ayrıca kültürler arası anlayışı ve iletişimi destekler.

1.4. Kültürün Ögeleri

Kültür, bir toplumdaki bireyler arasında paylaşılan ve aktarılan öğrenilmiş davranışlar ile bu davranışların sonuçlarının bütünüdür. Bireyin düşünce yapısı, davranışları, amaçları, özünü ve değerlerini nasıl yorumladığı, kültürün ögelerini oluşturur. Kültür, bir toplumu hayata taşıyan maddi ve manevi değerler bütünüdür (Linton, 1945: 45).

Maddi kültür, bir toplumun fiziksel ve maddi ögelerini kapsar. Bu ögelere örnek olarak, mimari yapılar, teknolojik icatlar, sanat eserleri, o topluma özgü yemekleri ve kıyafetleri gösterebiliriz. Maddi kültür, o toplumun bireylerinin fiziksel olarak üretip kullanabildiği nesneleri ve materyalleri ifade eder.

Mimari: Mimari, insanların yaşam alanlarını oluşturdukları bir sanat dalıdır. Farklı mimari tarzlar, mimaride kullanılan malzemeler, tasarım tipleri ve yapısal özellikler, bir toplumun maddi kültürünün önemli bir parçasını oluşturur. Örneğin, geleneksel taş

evler, modern apartmanlar veya endüstriyel binalar gibi farklı mimari örnekler, bir toplumun mimarisini ve geçmişini yansıtabilir (Sarıtaş, 2019: 5).

Arkeolojik Kalıntılar: Arkeologlar, geçmiş toplumların maddi kültürünü inceleyerek, tarih öncesi veya antik dönemlerdeki yaşamı anlamaya çalışır. Örneğin, Orhun Kitabeleri o dönemin yaşam tarzı hakkında bilgiler verir (Mustafaoğlu, 2018: 61-75).

Eski Eserler: Tarih boyunca üretilen sanat eserleri, toplumların sanatsal ifadelerini ve estetik değerlerini yansıtır. Örneğin, Ayasofya Camii, Şehzade Mehmet Medresesi o dönemdeki toplumun kültürel ve dini yönelimlerini ifade eder.

Teknoloji: Teknoloji, insanların günlük yaşamlarını kolaylaştırmak, üretim süreçlerini iyileştirmek ve iletişim kurmak için kullandıkları araçlar, makineler ve cihazları kapsar. Bilgisayarlar, cep telefonları, elektronik cihazlar, tarım makineleri, endüstriyel ekipmanlar gibi teknolojik ürünler, bir toplumun teknolojik gelişimini ve ilerlemesini yansıtan maddi kültürel unsurlardır. Ayrıca teknolojik gelişmeler o toplumun ihtiyaçlarını ve yönelimlerini de gösterirler (Mustafaoğlu, 2018: 61-75).

Sanat: Sanat, bir toplumun estetik ifadesini ve yaratıcılığını yansıtan bir maddi kültür unsuru olarak önemlidir (Polat, 2020: 3). Resimler, heykeller, müzik enstrümanları, dans kıyafetleri, tiyatro sahneleri gibi sanat eserleri, bir toplumun sanatsal mirasını ve değerlerini yansıtabilir. Sanatın farklı formları, estetik zevkleri ve kültürel sembolleri ifade etme biçimlerini yansıtır (Sarıtaş, 2008: 91).

Giyim: Giyim, bir toplumun moda trendlerini, kıyafet tercihlerini ve giyim endüstrisini yansıtan maddi bir kültürel unsurdur. Giyim tarzları, kıyafetlerin yapıldığı malzemeler, desenler, renkler ve süslemeler, bir toplumun kültürel kimliğini ve

bireysel ifadesini yansıtabilir. Giyim, aynı zamanda sosyal statü, cinsiyet rolleri, dini veya etnik kimlik gibi kültürel faktörlerle de ilişkilendirilebilir (Bulu, Teke, 2016: 9).

Beslenme şekilleri: Bir toplumun beslenme alışkanlıkları, tarım uygulamaları, mutfak kültürü ve gastronomik ürünleri o kültürün mirasını yansıtan maddi kültür unsurlarıdır. Yiyeceklerin ve içeceklerin türleri, hazırlama yöntemleri, geleneksel yemekler ve içeceklerin sembolik anlamları, bir toplumun kültürel değerlerini ve toplumsal ilişkilerini yansıtabilir (Sarıtaş, 2023: 55).

Ulaşım: Ulaşım araçları, bir toplumun hareketlilik ihtiyaçlarını karşılamak için kullandığı maddi kültür unsurlarını ifade eder. Bu araçlar, toplumun ulaşım altyapısını ve taşımacılık sistemlerini yansıtır.

Yazılı Kültür: Yazılı kültür, bir kültüre ait, bilgi paylaşımını, dil kullanımını, edebiyatını ve bilgi birikimini yansıtır (Bulu ve Teke, 2016: 5).

Maddi kültürlerden her biri, bir toplumun tarihini, değerlerini, yaşam tarzını ve kültürel kimliğini şekillendiren benzersiz özelliklere sahiptir.

Manevi kültür ise, bir toplumdaki mevcut değerleri, inanış biçimlerini, kuralları, ritüelleri, simgeleri ve dil gibi soyut unsurları kapsayan kültürdür (Güngör, 1993: 76). Manevi kültür, o toplumda bireylerin değer verdikleri ve anlamlar yükledikleri düşüncelerin toplamıdır. Din, ahlak, sanat, edebiyat, felsefe gibi kavramlar manevi kültürü oluşturur (Özkalp, 2008: 79)

Din ve İnanç Sistemleri: Bir toplumun dinleri, inançları ve dini uygulamaları manevi kültürün önemli bir parçasını oluşturur. Farklı dinlerin ritüelleri, ibadet şekilleri, kutsal metinleri ve inanç sistemleri, toplumun manevi kültürünü şekillendirir (Oğuz, 2011: 10).

Mitoloji ve Efsaneler: Bir gruba ya da topluma ait mitolojik hikayeleri, efsaneleri ve destanları, o kültürün manevi tarafını yansıtır. Bu hikayeler, toplumun geçmişini, kahramanlarını, tanrılarını ve kozmolojik inançlarını anlatır.

Etik ve Ahlak Değerleri: Etik ve ahlaki değerler, manevi kültürün bir parçasıdır (Özkalp, 2008: 79). Bu değerler, iyi ve kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları yönlendirir ve toplumun davranış normlarını belirler.

Felsefi Düşünceler ve İdeolojiler: Felsefi düşünceler, ideolojiler ve dünya görüşleri, bir toplumun manevi kültürünü etkiler (Özlem, 2000: 143). Örneğin; Mevlana'nın tasavvuf, akıl ve insan, aşk ve sevgi felsefesi sadece Türk toplumu sınırları içinde kalmamış, farklı dil, din, ırk, kültür ve coğrafyadan olan insanların da ilgi odağı olmaya devam etmiştir.

Müzik: Bir toplum müzik kültürü, geleneksel şarkılar, ezgiler, danslar ve diğer müzikal uygulamaları, enstrümanlarıyla birlikte manevi kültürün bir parçasıdır.

Ritüeller ve Törenler: Bir toplumun manevi kültürü, dini uygulamalarıyla ifade edilir. Bu uygulamalar, toplumun inanç sistemlerini ve değerlerini ifade eder. Bununla birlikte evlilik törenleri, cenaze merasimleri, doğum kutlamaları ve diğer ritüeller, bir toplumun manevi kültürünü yansıtır. Bu ritüeller, toplumun sosyal organizasyonunu, bağlarını ve geçiş törenlerini sembolize eder.

Dini inançlar, ritüeller, etkinlikler ve dinsel olaylar turistlerin davranışlarını etkileyen ve insanların inanç temelli turizm deneyimlerini gerçekleştirmelerini sağlayan temel faktörlerdendir. İnanç turizminin yaygın olması, inançlı kişilerin dini hedefler doğrultusunda bir araya gelmeleri ve ortak mekanları paylaşmalarıyla birlikte kültürel bir etkileşimi de beraberinde getirir (Kayalı, 2020: 4).

Dil: Bir toplumun dili, atasözleri, özlü sözler, masallar, tekerlemeler ve diğer sözlü gelenekler, manevi kültürün bir parçasıdır. Dil, toplumun düşünce yapısını, değerlerini ve kültürel ifadelerini yansıtır. Dil, kültürün taşıyıcısı ve aktarıcısıdır ve bir toplumun kimliğini ve bağlamını yaratır. Yunus Emre, 'Dil hikmetin yoludur' der (Göçer, 2012: 51). Toplumun hiçbir alanı dilden ayrı düşünülemez. Toplumların varlığı sadece dil ile mümkün olmaktadır. Dil, içerisinde yetiştiği toplumun kültürel kimliğidir (Ünalan, 2005: 14).

Bir dilde ifade edilen kelimeler, o toplumun değerlerini ve sosyal normlarını yansıtarak kültürün bir parçası haline gelir. Aynı şekilde, kültür de dilin şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Bir toplumun kültürel değerleri ve inançları, dilin yapılanmasını etkileyebilir. Kültür, dilin kelime dağarcığını, dilbilgisini, hitap şekillerini ve iletişim tarzlarını şekillendirir.

> "Konuşmalarınıza dikkat edin davranışınıza dönüşebilir. Davranışınıza dikkat edin karakterinize dönüşebilir. Karakterinize dikkat edin yaşamınıza dönüşebilir…" (Anonim)

Toplumu oluşturan bireylerin, duygu ve düşünceleri, dilin barındırdıklarını kullanılabilmesiyle birlikte diğer bireylerle paylaşılır, aktarılmak istenen duygu ve düşünceler zihinde anlam ve çağrışımlar oluşturabilir.

> "Bireyler dil aracı ile kültür tarlasını işlemekte ve kültür harmanından bakış açısını değiştirecek ve yaşam standardını yükseltecek ürünleri hasat etmektedir."(Göçer, 2012: 51).

Bir milletin geçmişinden bugüne kadar süregelen yaşamının özeti olan kültür, sözlü ve yazılı dil ile günümüze ulaşmış; yine dil ile geleceğe aktarılacaktır. Kültürü devamlı kılmanın en iyi yolu, dil köprüsünü sağlam tutmak, dili korumak ve işler kılmaktır.

Dil ve kültür bir bütünün iki parçası olarak ifade edebiliriz. Dilin barındırdığı zengin sözcük dağarcığı, mensubu olduğu kültürün zenginliğini sembolize eder. Kültürün zenginliği de dili etkili kullanmada söyleyenin/yazanın işini kolaylaştırır. Kültür, dil için inanılmaz bir kaynak; dil de kültür için vazgeçilmez bir araçtır (Göçer, 2012: 57).

Maddi kültürle birlikte, manevi kültür de bir toplumun tarihini, kimliğini ve yaşam tarzını anlamak için önemli bir kaynak sağlar. Maddi kültür somut ve gözle görülürken, manevi kültür soyut ve içsel bir yolculuktur. İkisi birlikte bir toplumun düşünce tarzını, davranışlarını, değerlerini ve yaşam tarzını şekillendirir.

1.5. Kültür Çeşitleri

Dönemler boyunca kuşaklar arası aktarılan kültür, toplumda farklı çeşitlere ayrılarak karşımıza çıkar. Çeşitlere ayrılmasının nedeni ise kültürün zaman içinde değişikliğe uğramasıdır.

1.5.1. Halk Kültürü

Bir toplumu oluşturan bireylerin bütününe halk denir (TDK, 2018) Toplum içinde üreten, kültürü ve tarihi oluşturan halktır.

> "Halk terimi en azından ortak bir faktörü paylaşan herhangi bir insan grubunu ifade eder. Bu grubu birbirine bağlayan faktörün ortak bir meslek, dil veya din olabilir ne olduğu önemli değildir. Bundan daha önemli olan ise herhangi bir sebebe bağlı oluşan grubun kendine ait olduğunu kabul ettiği bazı geleneklere sahip olmasıdır" (Dundes, 1998: 143).

Bu tanımdan yola çıkarak ortak yönü olan insanlar halkı oluşturmaktadır. Kültür ise "Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü" demektir (TDK). Bu iki kelimenin yan yana getirilmesiyle oluşan kavram 'halk kültürü' ise toplumun temel yapı taşlarından biridir.

Halkın oluşturduğu kültüre halk kültürü denir. Bu kültürün oluşturduğu her türlü ürün ise o kültürün bir parçasıdır bu yüzden, halk üretime devam etmezse kültür yaşayamaz (Artun, 2005: 51). Halk kültürü aynı coğrafyada yaşayan ve aynı topluma ait insanların oluşturduğu ortak görüş ve değerler sistemidir. Bir toplumu diğerlerinden ayıran özellikler de o toplumu oluşturan halkın kültürel birikimiyle meydana gelir.

Herder, halk kültürünün kan bağıyla oluşmadığını toprak bilinci, vatan sevgisi, milli duygular, dil, din, ortak geçmiş gibi ortak değerlerden meydana geldiğini ifade eder (Akt. Vatandaş, 2004: 23-24). Bu değerler, atalardan görülerek öğrenilen ve aktarılandır ve bu aktarım esnasında benimsenerek uygun yaşam şartları oluşturulmaktadır. Yani üreten de yaşatan da halkın kendisidir.

Mutlu'ya göre, halk kültürü, halk tarafından kendi yaşantısına, ihtiyaçlarına cevap verecek tarzda oluşturulan davranışlar bütünüdür (Mutlu, 2004: 11). Halk

kültürü, bir pazar için üretilmediğinden, alınıp satılan bir meta değildir, ticari değeri yoktur. Sanat eserleri sadece eser sahibinin imzasını taşır, halk kültürü, kültürün doğası gereği katılımcı bir kültürdür (Galeano, 2006: 115). Bu nedenle anonimdir, tek bir kişiye ait değil, yöreye ve topluluğa aittir.

Halk kültürü, kitle kültürü ve popüler kültürle karşılaştırıldığında yaşayan bir kültürdür, geçmişten şimdiye ve geleceğe geleneklerle taşınan dinamik bir yapısı vardır ve değişim halk kültürünün çekirdeğini oluşturur. Öte yandan halk kültürü sinema, tiyatro, müzik gibi alanlar ile moda, gıda gibi sektörleri de besler. Örneğin halk kültürünün temel kaynaklarından halk ozanlığı geleneği, kullandıkları müzik aletleri Klasik Batı müziğine ve tiyatrosuna aktarılmasını sağlayarak köklü bir geleneği ortaya koyar. Halk kültürünün değişme ve dönüşme özelliği, onu geçmişten bugüne, bugünden de geleceğe taşıyacak niteliğidir (Veblen, 2005: 85).

Halk kültürünün nesilden nesile aktarımında yazılı ve sözlü eserler aktif rol oynamıştır. Şiirler, hikayeler, destanlar, mitler, maniler, atasözleri, türküler, ağıtlar, fıkralar, şakalar gibi ögeler örf adetlerden tutun da ahlak, din manevi değerlerin aktarımında önemli rol oynarlar. Halk kültürünün, toplumdaki bireylerin kültürel kimlik ve kişilik geliştirmelerinde, onlara toplum ile uyum sağlamaları konusunda yardımcı olduğu ifade edilmektedir. Birey halk kültürü ile toplumun bir parçası haline gelmektedir (Günay, 1999: 24).

Kültür ürünlerini incelediğimizde belli kuramlardan beslenerek anlatıldığını, aktarıldığını ya da yaratıldığını görürüz. Ancak halk kültürü, halkın nesillerdir koruyup günümüze kadar aktardığı imgelerden oluşmaktadır, işte bu yüzden yaratıcı ve dinamiktir. Kültürel kodlar taşıyan bu imgeler tıpkı bir kilim deseni gibi işlenmektedir

(Galeano, 2006: 43). İki ayrı gösterge sistemi olarak kabul edilen dil ve kültür işaretlerinde bir toplumun milli (maddi ve manevi) kültürü ve dil aracılığıyla kültür kodlarının açımlanmasında ve aktarılmasında önemli yer tutmaktadır. Bu kodlar kültürel düşünce sisteminin bir ürünü olup ait oldukları ulusun insanları arasında görünmez bir bağ gibidir. Dini merasimler, evlilik törenleri, uğurlama…gibi ortak kültürel unsurlar ve davranış normları bu konuya örnek verilebilir. Bu kültürel kodları üreten gruplar ya da topluluklar arasında sınıfsal bir fark söz konusu değildir, üreten de tüketen de aynı sınıftadır ve işçi sınıfı, soylu sınıfı gibi bir ayrım bu kültürün içinde yer almamaktadır (Çolak, 2019: 10).

Fiske, halkın sınıfsızlığını şu şekilde vurgulamıştır:

> "Halk sabit bir sosyolojik bir kavram ya da sınıf değildir, öngörülebilir bir belirtisi yoktur bu sebeple görgül araştırmaya tabi tutulmamalıdır…, …demek ki halk terimiyle, inançsal fark, yaş, sınıf, etnik köken ya da benzeri harici sosyolojik etmenlerden çok hissedilen kolektiflik bilincinde daha iyi betimlenen, durmadan değişen toplumsal dayanışmalar dizisini kastediyorum" (Fiske, 2012: 36).

Halkın tamamına ait olanın sınıfından söz edilemeyeceği gibi, kültür potasında tüm gruplar birleşmektedir. Toplumda hakim olan sağduyu ve kolektif bilinçtir. Bu dayanışma ve halk kültürü sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan kapitalizm ve pazar piyasasının etkisi altında kalmıştır. 20.yüzyılın başlarında Avrupa'daki kapitalist toplumlarda kitle kültürü kavramı ortaya atılmış ve bu da kültür endüstrisinin kavramını beraberinde getirmiştir. Kitle kültürü ve kültür endüstrisi halkın kendine ait

kültürün içinden planlı bir şekilde popüler değerler yaratmıştır. Halk da bu planlı olguya göre şekillenmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 27).

Popüler kültürün baskısı altında kültür ürünleri değişime uğramış, halk kültürünün değerleri de bu değişimden etkilenmiştir. Halkın kültürel değerleri, piyasada popülerleşip var olamazsa, yok olma tehdidiyle karşılaşmaktadır. Halk kültürü ürünleri kendi özgün, yaratıcı yapısından uzaklaşarak tektipleşerek düzene hizmet eder hale gelmiştir.

> "Halk kültürü sermaye için kar sağlayamadığı durumlarda ya ortadan kaldırılır, unutulur (cirit, çelik çomak, direniş destanları gibi), rafa kaldırılır ya da "nostaljik geçmişe" dönüşte ölü hatıralar olarak medyada, tekrar öldürmek için canlandırılmış, egemenlik perçinlemede araç gösterilerde ve medyada canlı tutulur." (Erdoğan, 1998: 42).

Popüler kültür, ilk başlarda halka ait ve halkın olan bir kültür olarak gösterilirken, toplum böyle ikna edilirken, giderek bu perspektifinden uzaklaşmış, ticari bir ürün haline gelmiştir. Halk kültürünün değişim sürecinde, kültür, kitle kültürüyle ve popüler kültür ile olan ilişkisinde anlamını yitirmiş, halk kültürünün içerdiği yerel ve bölgesel değerler popüler kültür tarafından işlevsel şekilde endüstriyel araçlara dönüştürülmüştür.

1.5.2. Kitle Kültürü

Kitle kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında ; "Belirli bir işleviyle özellik gösteren büyük insan kalabalığı" (TDK, 2018) olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda 'kalabalık, yığın' anlamında kullanılan kitle kelimesi, basit anlamıyla, geniş halk topluluklarıdır (Le Bon, 2005: 15).

Toplumbiliminde ise kitle kavramı şöyle aktarılmaktadır:

> "…birbiriyle bağlantısız, fakat genellikle benzer ilgi odaklarına yönelmiş olan çok sayıda insanın bir araya gelerek kişisel ilişkilerde bulunduğu topluluktur. Kitle, toplumun yapısal formlarına aykırı olarak kendi içinde etkili bir organizasyon gerçekleştiremez" (Brockhaus, 1971: 228).

Sanayi devriminden sonra, sanayileşmenin büyük boyutlara ulaşmasıyla, endüstriyel üretim teknikleri ortaya çıkmıştır, elde yapılan üretimin yerini makine üretimleri almıştır. Makine ağırlıklı bu üretim tekniği, insanların makinelere ayak uydurmak zorunda kaldıkları bir seri üretim ortamı oluşturmuştur. Büyük üretim tesislerinde iş bölümü sistemi geliştirilmiş, daha hızlı uzmanlaşma ve daha hızlı üretim için bu gerekli görülmüştür Bu gelişmelerin devamında da 'kitle' ya da 'yığın üretimi' denilen, standartlaşmış üretim hız kazanmıştır. Öyle ki bu yığın ve kitlesel üretim anlayışı toplumun başka alanlarında da kitle kavramının kullanılmasına olanak sağlamıştır (Şenyapılı, 1980: 4).

Sanayileşme, köyden kente göçü tetiklemiş, insanları toplumda tarımsal üretim yapan çiftçi konumundan, şehirde fabrikada çalışan işçi sınıfına doğru evirmiştir. Dağınık yaşayan insanlar, şehirlerde, özellikle de sanayinin kurulduğu yerlerde, nüfus artışına neden olmuştur. Şehirleşme ve şehir hayatı modern yaşamın bir göstergesi olarak kabul görmeye başlamıştır. Bunun sonucunda toplumların yaşantısı hızla değişmiş; önce sayısal açıdan yaşanan bu artış, daha sonraları toplumun yapısında da değişime zemin hazırlamıştır. 'Kitle Toplumu' kavramı burada önem kazanmıştır. Bu kavramdan önce insanlar köylerinde yaşarken, birlik ve beraberlik duygusu hakimken, şehirlerde önce bu birliktelik yitirilmiş, sonra bireyler yalnızlaşmış ve en sonunda da kendi kültürel kimliklerini kaybetmişlerdir. Toplumda köklü değişiklikler yaşanmış, kitle kültürü kavramının temelleri atılmıştır, Bir nevi, şehir hayatında asimile olan bireyler, hakim güçler tarafından kendilerine sunulan hazları kolayca özümsemişleridir. Öyle ki zevkler standartlaşmış, bireyler benzemiş ve kitle toplumu yaratılmıştır.

Kitle kültürüne sahip insanlar, kendi gelenekleri, kültürü ile dahil oldukları yeni yapıda, kitle iletişim araçlarıyla sunulan(dayatılan) yeni kültürün değerleri arasında kalmışlardır. Tüketim toplumu, bireyin özgürlüğü, kültürel varoluşunu yok eder, yerine yapay bir dünya sunar.

Fromm (1992: 214) bu konuda şöyle der:

> "...kararlarımızın birçoğunu aslında biz vermiyoruz, bunlar bize dışarıdan telkin ediliyor; kararı bizim verdiğimize kendi kendimizi ikna etmeyi başarıyoruz, oysa gerçekte yalnızlık korkusu ve doğrudan doğruya hayatımızı, hürriyetimizi ve

rahatımızı ilgilendiren tehlikeler yüzünden, başkalarının bizden beklemiş oldukları şeylere göre hareket ediyoruz."

20. yüzyılda, teknoloji, sanayi, ekonomi ve sosyal alanlardaki kütlesel ve yığınsal değişimlerle birlikte daha modern ulaşım ve haberleşme teknolojileri kullanılmış, bu sayede uzaklar yakınlaşmış ve iletişim kurmak oldukça kolaylaşmıştır. Medya sayesinde modernleşme, kısa süre içerisinde üst tabakadan alt tabakaya kadar hızla ilerlemiştir.

Modern toplumda teknolojik gelişmelerin ışığında kitle iletişimine geçişle birlikte, 'kitle kültürü' kavramı doğmuştur. Kitle kültürü kavramı, Ertuğrul Özkök tarafından, "...sınai tekniklerle üretilen ve karşı koyma olanağı bulunmayan (edilgen) çok geniş kitlelere yayılan davranış, mitos ya da temsili olguların tümü ..." şeklinde tanımlanmıştır.

Kitle kültürü ürünlerinin tasarlanma ve üretim süreçlerinde, kitleler edilgen konumdadır. Onların neleri beğenip beğenmedikleri, kimleri örnek alacakları, hangi toplumsal figürlere hayranlık ya da nefret duyacağı, nitel veya nicel araştırmalarla belirlenmeye çalışılır (Oskay, 1992: 152).

Bireyler kendi deneyimleri sonucu edindiği kültürden ziyade, medya araçları aracılığıyla sadece şahit olduğu kültür tarafından enforme edilmektedir. Gazete, radyo ve televizyonlarda sunulan olgular, hakim ideolojinin yani baskın gücün topluma benimsetmek istediği şeylerden oluşmaktadır. Bu da kapitalizm ile bağlantılı olan ticari kültürün yayılması ve pazar gücünün artması gibi durumları doğurur.

İletişim sektörü içindeki radyo ve televizyonlara veya sinemaya üretim yapmak büyük yatırımlar gerektirmektedir. Böylece kitle iletişim araçları büyük sermaye sahiplerinin tekelinde olmakta ve onların kontrolünde üretilen içerikler halka sunulmaktadır. Kapitalist sistemin doğal sonucu olan tüketim arzusu topluma empoze edilmektedir. Tüketim güdüsü ise yaygın olarak beğenilen, tüketilen anlamına gelen popüler kültür aracılığıyla topluma sunulmaktadır (Güneş, 2001: 157). Kitle kültürünün asıl amacı, adından anlaşılacağı üzere, geniş kitlelere ulaşmak, tanıtmak ve hizmet satmaktır. Haber, müzik, film, eğlence etkinliklerinin tamamı dolaylı yoldan sahip olma hazzını aşılamakta, kitlesel beğenilere davet etmektedir. Oskay bu egemen kültüre 'başat kültür' demekte ve başat kültürün bireyleri homojenleştirdiğini, güvenli yol olan sürüye dahil olma isteğini kamçıladığını ileri sürmektedir (Oskay,1992: 13). İnsanlar kültürü satın alarak, kendilerini, sahip oldukları arabada, dinledikleri müzikte, giydiklerinde, yediklerinde, içtiklerinde var etmeye çalışmaktadır. Bu kültürel yapılanmaya baktığımızda kitlesellik, popülerlik ve tüketim gibi kavramların bir araya getirildiğini görürüz.

Kitle kültürü beraberinde popüler kültür kavramını getirmiştir, bu iki kavram her ne kadar birbirinin aynı gibi algılansa da aralarında önemli farklar vardır. Kitle kültürü tamamen yayılmış ve toplumu etkisi almış kültür anlamına gelirken popüler kültür bu yayılan kültürün içinden seçilen ve popülerleşen, en çok tercih edilen anlamında kullanılmaktadır.

Kitle kültürünün popüler kültürden ayrıldığı bir diğer nokta sanayileşmedir. Kitle kültürü sanayileşmeyle birlikte bütün sanat alanlarına yayılmış kültürel ürünleri kitlesel amaçla üretip yaymıştır. Verilmek istenen mesaj çeşitlilik gösterdiğinden

kültür üreticileri her sanat dalını kendi araçları haline dönüştürürler. Popüler kültür, endüstriyel üretim şeklinde ortaya çıkan halkın tercihlerinden oluşturmuş bir kültür profiline atıfta bulunur (Türkoğlu, 2003: 25).

Kitle kültürü, kaynağını gündelik yaşamdan alır. Kaynağı, bir takım kurallar çerçevesinde yeniden işlemden geçirir. Sonuçta kitle kültürü, kitlesel tarzda yayın yapan iletişim araçlarına o kadar bağımlı hale gelir ki, Adorno ve Horkheimer'in ifade ettiği gibi bir kültür endüstrisine dönüşür (Özbek, 1991: 85) .

Kitle kültürünün, toplum üzerinde yarattığı etkiyi Frankfurt okulu üyeleri özellikle de Horkheimer ve Adorno, popülerliğin ticarileşmesi ve kültürün endüstrileşmesi kapsamında eleştirel bakış açısıyla incelemişlerdir. Geleneksel açıdan önemli olan kültür, endüstrinin aksine insanı değerleri ve yaratıcılığı barındırırken, kültür endüstrisinde sunulan kültür ise tam tersi şekilde ideolojik olarak kontrol altında tutulan bir görevdedir (Mutlu, 2005: 235).

Frankfurt okulunun çalışmalarının odağında, kitle sanatının siyasi bir işlev üstlenmesi, içeriklerin mekanikleşmesi ve bireylerin pasifleşmesi vardır. Kültür endüstrisi kavramı ise kapitalizmin devamını sağlamak amacıyla, kitlelere üretilen yapay, standart ve fabrikasyon popüler kültür ürünlerinin üretilmeye başlanması olarak tanımlanmaktadır (Arık, 2004: 329). Ortaya koyulan kültür endüstrisi kavramı ise Marx'ın ideolojisinden yola çıkmaktadır.

Marx, insanların bilincini, düzene hakim olan fikirleri üreten, dağıtan, ve kontrol eden kapitalist sistemin belirlediğini öne sürmektedir.

> "...egemen sınıfın düşünceleri, bütün çağlarda, egemen düşüncelerdir, başka bir deyişle, toplumun egemen maddi gücü olan sınıf, aynı zamanda zihinsel üretimin araçlarını da emrinde bulundurur, bunlar o kadar birbirinin içine girmiş durumdadırlar ki, kendilerine zihinsel üretim araçları verilmeyenlerin düşünceleri de aynı zamanda egemen sınıfa bağımlıdır …"(Engels ve Marx, 1992: 70)

Bu kontrolün neticesinde, egemen sınıf, bağımlı sınıf üzerinde baskı kurar, yani egemen sınıfın çıkarlarını ifade eden bu ideolojik kontrol sınıfsal eşitsizliğin sürdürülmesinde önemli bir kriterdir.

Popüler kültür, Marksist gelenekte yaratılan sahte bilinç olarak isimlendirilen, yanlış ihtiyaç listeleri sayesinde varlığını devam ettirmektedir ve gerçek ihtiyaçlara değil, bu yaratılan sahte ihtiyaçlara hizmet etmektedir. Yayılan ideoloji, alt tabakadaki sınıfın, sömürüldüğünü fark etmesini zorlaştırmaktadır. Farkında olmadan kendi rızalarıyla bu sisteme hizmet ederler. Kültür standartlaşarak bir meta haline dönüştürülmektedir. Bireysel duygu ve düşüncelerin yerini kitlesel yönelimler alır. Sahte ihtiyaç algısı, kurulan sistemin en önemli çarkıdır, müşteri olarak görülen izleyicide gereksinimmiş gibi algısı yaratarak manipüle etmektedirler. Kitle iletişim araçları, bu amaç doğrultusunda bilgi ve eğlence üreticilerini ve tüketicilerini bir araya getirir. Daha iyi bir hayat hayal ettirirken aslında amaç tüketim için alt yapıyı oluşturmaktır.

1.5.3. Popüler Kültür

Popüler kültür olgusu incelendiğinde, konuya ilişkin birçok farklı yaklaşım ve çalışma olduğu görülmektedir ve kavram üzerine değerlendirmeler iki farklı

perspektiften yapılmaktadır. Bunlardan ilki, çoğunluğun da desteklediği gibi popüler kültürü egemen güçlerin yarattığı 'ideolojik' olan inanıştır. Bir diğeri ise; popüler kültürü halkın tercihi olarak görmekte ve halkın içinde yaşadığı toplumun kültürüne uyumlayarak, kendi popüler kültürünü var ettiği düşüncesi olan 'özgürleştici' anlayıştır (Arık, 2004: 328). Popüler kültür kavramını anlayabilmek için öncelikle kelime olarak işaret ettiği anlamlara bakmak gerekmektedir.

'Popüler' kelimesinin sözlük anlamı, tanınan bilinen anlamına gelmektedir (TDK). Bu anlamda popüler, yaygın olan, ana akım olarak da bilinir. Bir başka tanımına göre popüler kültür; halkın çoğunluğu tarafından benimsenen demektir ve halkın zevkine uygun, yaygın kültürel unsurları tanımlamak için kullanılır (Kösoğlu, 1992: 150).

Kelimenin yapısı incelendiğinde popüler kavramı, "popülasyon, *public, people*" gibi kelimlere benzemekte ve Latince, Eski Yunanca, İngilizce'de kullanılan tanımların farklı telaffuzlarına rağmen hemen hepsi kamu, yaygın, demokrasi olarak Türkçeleştirilmektedir (Batmaz, 2006: 19).

Marx'tan günümüze bir çok düşünür ve sosyal bilimci konu üzerine çalışmıştır ve bu konuda Marx; popüler kültürü, ideoloji ve hakim güçler arasındaki bağ olarak görür. Bu ideolojik sistem içerisinde, yönetilen işçi sınıfı gerçekliği olduğu gibi algılayamamakta ve sistem içinde üst yapıyı elinde bulunduran hakim güç, alt sınıfa kendi ideolojisini aşılamaktadır (Oskay, 1992: 199).

Toplum içindeki güç sahipleri, maddi gücü de kullanarak medya aracılığıyla kendi ideolojilerini de halka benimsetmek bir nevi 'sosyal kontrol' ü sağlamaktadır. Marx'a göre, her şeyin maddi bir karşılığı, bedeli vardır ve sistemin devam edebilmesi için tüketim kültürüne ihtiyaç duyulmaktadır. Tüketim algısı ise yapay bilinç denilen,

en basit haliyle gerçekliğin çarpıtılmasıyla topluma dayatılan sahte ihtiyaç listesidir. İnsanlar, ihtiyaçları olamayan şeylere bile özendirilerek, onlara bu yanlış bilinç edinim empoze edilmektedir. Bu kendilerine ait olmayan ihtiyaç listesini karşılamak için daha çok çalışmak zorunda kalacakları bir çarkın içine hapsolmaktadırlar. Marx'a göre insanlık tarihi, yüzyıllardır bir sınıf mücadelesi içerisindedir. Toplum içerisindeki yönetici sınıf hem gücü elinde bulundurmakta hem de toplumun üzerinde etkili olan ideolojiyi yönetmektedir. Bu tarihler boyunca böyle olmuştur, hakim güç hakim ideoloji demektir. Marx'ın bakış açısından popüler kültür ve kitle iletişim araçları incelendiğinde kitle kültürü ve kültür endüstrisi kavramları da doğal olarak karşımıza çıkmaktadır.

'İdeoloji' ve 'hegomanya' kavramları açısından değerlendirildiğinde, Frankfurt okulu temsilcileri, Marx'tan yola çıkarak popüler kültüre olumsuz bir bakış açısıyla bakmakta ve kitlelerin güdüm yöntemiyle yanlış bilinçlendirildiğini savunmaktadır. Adorno ve Horkheimer, "Kültür endüstrisi" kavramını öne sürmüşler ve popüler kültürü, iktidarlar tarafından üretilen, kapitalizmin devamını sağlayan kitle kültürü olarak ifade etmişlerdir (Arık, 2004: 334). Ancak kitle kültürü kavramı yerine kültür endüstrisi kavramını tercih etmelerinin nedeni ise, kültür ürünlerinin ticarileştirilmesiyle alakalıdır. Filmler, radyolar, dergiler, kısaca kitle iletişim araçlarının tamamı, kapitalist sistemin bir parçası haline gelmiştir ve metalaştırılmış bu kültürel ürünler, herhangi bir nesneden farksız olarak tüketilmektedir (Mutlu, 2005: 227).

Adorno'ya göre, kültür endüstrisinin topluma sunduğu ürünler, toplumsal bir varlık olarak insanın gerçek ihtiyaçları değil, satılması için pazara çıkarılmış bir metadır. Kültür daha evvelden halkın değerleri, inançları, ortak duygu ve düşünceleri

iken, bu yeni düzende gücü elinde tutanların ideolojisidir. Yani kültür artık toplumun tabanından yani halktan gelmemekte, üst yapılar tarafından üretilmektedir (Öğüt, 2008: 14).

> "Adorno'ya göre mekanik bir dünyadan (iş alanı) kaçmak isteyen insan, yine mekanik bir dünyaya dalıyor (eğlence endüstrisi); böylece insanın bireyselliği ve kişiliği çağımızda tehdit altına girmiş oluyor; sözde bir bireysellik ve kişilik gündeme geliyor. Çünkü bireyin özgürlüğü, artık toplumsal ve ekonomik aracın bir ürününden başka bir şey değildir." (Bozkurt, 1995: 176).

Kültür endüstrisi, aynı şeyleri tüketen, aynı şeyleri düşünen, benzer tepkiler veren insanlar yaratmıştır. Popüler kültür ürünü olan dergiler, dizi filmler, kitaplar, oyuncaklar, çizgi filmler… bunların hepsi ticari kültürün çıkarına ve kapitalist toplum ideolojisine hizmet etmektedirler (Sarı, 2019: 39).

Para 'çalışır' , sermaye 'üretir' , televizyon 'etkiler.' Bireyler artık sanat seven ve eleştiren birer değerli özne değil, üretim-tüketim dengesinde doyumsuz birer müşteri haline gelmişlerdir. Reklam endüstrisi ve kitle medyasının manipülatif kullanımı, toplumun dönüşümünde kendi üstüne düşen görevi yerine getirmiştir. Buna göre, medya, kültür endüstrisi olarak standartlaşmış ürünler sunmuş, sadece kültürü aktaran araç değil, aynı zamanda paraya giden yol olmuştur (Alemdar ve Erdoğan, 2010: 219).

İngiliz Kültürel Çalışmaları, 1960'lı yıllarda Birmingham'da kurulan Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi'nde, Mattelart'ın söylemiyle "kültürel biçimler, görenekler ve kurumlar ve onların toplumla ve toplumsal değişmeyle olan ilişkileri"

konusunda doktora çalışmalarıdır. Frankfurt Okulu'na benzer bir bakış açısıyla Kültürel Çalışmalar Okulu, kültürü 'iktidarın ve direnişin' işlediği bir alan olarak ele almakta, fakat genel yaklaşımı kültür endüstrisinin bireyi pasif görüşüne aykırı olarak, bireyi bilgiyi işleyen, kendi deneyimi ve yaşadığı toplumun kültürü sayesinde yine o kültüre uygun anlamlar üreten, özgür tercihler yapan olarak değerlendirmektedir (Akt. Arık, 1998: 84).

Williams ve Hall ideoloji üzerine çalışmalarıyla, popüler kültüre 'özgürlükçü ve olumlu' yaklaşımlarıyla en çok dikkat çeken iletişim bilimcilerdir. Williams popüler kültürü yüksek kültür ile alt kültür arasında oluşan ortak kültürel üretim olarak görmektedir. Popüler kültürü halk tarafından üretilen "biçimverici toplumsal güçler" olarak tanımlamıştır. Ona göre kültür, topluma ait bütün değerlerin toplamıdır, her milletin kendine has, halkın kendi anlamlandırdığı üründür, işte bu yüzden de gerçektir. Bu araştırmacılar çalışmalarında izleyiciyi, yani bireyi odak noktasına alırlar, çünkü 'bilinç endüstrileri'nin anlam ve ürünlerine de yaratıcı olarak rol oynadıklarını düşünmektedirler (Akt. Özbek, 1999: 77).

Williams, kitle kelimesinin küçük düşürücü ve basitleştiren bir ifade olduğunu düşünmekte, halkın zevklerinin, tercihlerinin, beğenilerinin, deneyimlerinin kitle sıfatıyla anılmasının, daha başka deyişle, halkı oluşturan işçi sınıfını küçümsediğini ileri sürmektedir. Bu düşünceyi benimseyen kültür bilimciler, demokrasi ve kültür kavramlarının önüne 'kitle' kelimesini ekleyerek, içini boşaltmakta ve olguları değersizleştirmektedirler. Ayrıca kültürün sadece sanatsal veya entelektüel deneyimler olarak değerlendirilemeyeceğini, eğer böyle yapılırsa yine halkın beğenisini göz ardı edilmiş olacağını savunmaktadır (Williams, 1983a: 289).

Hall Kültürel Çalışmalarını şu şekilde açıklar:

> "Kültürel Çalışmalar, çeşitli söylemlerden oluşur; o (kültürel çalışmalar) farklı tarihlerin bir toplamıdır. O oluşumların; geçmişteki farklı bağlamlar ve anlardan oluşan tümüdür. Kültürel Çalışmalar farklı tipteki işleri içine alır. Kültürel Çalışmalar sabit olmayan oluşumları ortaya koyar, farklı kuramsal konumları bünyesinde barındırır" (Akt. Storey, 1998, int.15)

Hall popüler kültür kavramını, bu kültürü paylaşan insanların dahil olduğu, yaşamın her alanında birleştirici unsur olarak hem 'halka ait' hem de 'yaygın' anlamlarıyla kullanmaktadır, öz bir deyişle, popüler kültür halkın yaptığı her şeydir. Bu yüzden de dinamiktir, hem geçmişten günümüze varolanı sürdürür hem de kendi içinde değişikliğe uğrar (Özbek, 1999: 89). Popüler kültürün kaynağı medya olarak görülse de medya oluşan bu davranışları yoktan var etmemiştir, oluşan davranışlar yine toplumun içinden çıkmıştır (Güneş, 2006: 194).

Sanayileşmeyle, teknolojik gelişmeler hız kazanmış kitle iletişim araçları daha ulaşılır hale gelmiştir. Gelişen iletişim teknolojileri, sınırları ortadan kaldırmış bu da beraberinde kültür etkileşimini artırmıştır.

İletişim tarihi boyunca birçok kitle iletişim aracı gelişim gösterse de televizyonun yeri toplumda daima ayrı olmuştur. Çeşitli içerikler ve programlarla, her yaştan her kesimden bireyi karşısına toplamayı başarmıştır. Özellikle ekonomik yönden zayıf olan toplumlarda hem eğlence ve dinlenme etkinliği olarak, hem de gündelik yaşamın sıkıntısından, stresinden uzaklaşmak için televizyon aracı olmuştur (Kırık, 2017: 452)

Bu bağlamda değerlendirildiğinde televizyon artık Türk toplumunun da günlük yaşamının bir parçası haline gelmiş, günlük ortalama 5-6 saat izlenir olmuştur (Cüceloğlu, 1991: 549). Kitle iletişimiyle var olan "popüler kültür" televizyon aracılığıyla izleyicilerine ulaştırılmış, onlara adeta büyülü bir dünya sunmuştur ve bireyleri bu büyülü dünyanın bir parçası haline getirmiştir.

Bir üretim ve tüketim kültürü olan popüler kültür, hayatın her alanında yaygın bir şekilde kabul görmüştür. İnsanlar yeme içmeden, müziğe spora sanata, eğlenceye tatile, giyim kuşama kadar, hemen her alanda popüler kültürden etkilenmiştir. Bu etkileme sürecinde ise yine halkın içinde popüler olan ve halk tarafından sevilen figürler tercih edilmiştir, yani popüler kültür oluşturulurken yine halkın kendi kültürüne ait unsurlara yer verilmiştir. Onlar gibi yiyip, içip, gezip, eğlenmeye ve giyinmeye başlamışlar böylece de meta bilincin popülerleşmesi sağlanıp bir pazar haline getirilmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 35). Zamanla bu pazar algısı toplumun değeri haline gelmekte, bireyler zenginlik, moda, star olma gibi hayallerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu nedenle, iletişim araçlarının kontrolünü elinde bulunduran egemen güçler, kültürü de etkilemeye başlamışlardır.

Günümüzde kültürün bu kontrollü değişimine bakıldığında, günlük hayatlarının önemli bir kısmını medya ile geçiren genç nesillerin kendilerine sunulan popüler değerleri eskileriyle değiştirmektedir. Popüler kültürün yansıttığı yaşam biçimleri hızlıca kabul edilmektedir. Ve bu süreç dinamik bir şekilde devam ettirilmektedir (Kırık, 2017: 453).

Tam bu noktada küreselleşme ve kimlik arasındaki bir ilişki ortaya çıkmış kitle iletişim araçlarının etkisi ile birlikte çok kültürlü bir dünya düzeni toplumların sosyolojik yapısında değişikliğe sebep olmuştur (Tok, 2003: 22).

Denilebilir ki, popüler kültürü kitle iletişim araçlarının dışında bir yerde aramak değerlendirmek anlamsız bir çabadır (Çağan, 2003: 75).

1.6. Türk Kültürü

Türk milleti yaklaşık dört bin yıllık bir geçmişe sahip Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarına yayılmış, büyük bir millettir. Binlerce yıllık köklü tarihleri süresince küçük büyük bir sürü devletler kurmuştur. İslamiyet'ten önce kurmuş oldukları Büyük Hun İmparatorluğu ile İslamiyet'in kabulünden sonraki dönemde kurulan Büyük Selçuklu Devleti ve Osmanlı İmparatorluğu, insanlık tarihi boyunca sadece geniş bir coğrafyaya yayılmakla kalmamış, kendi kültürlerini de tüm dünyaya yaymışlardır (Öztürk, 2004: 3). Türk kültürünün temelleri, Türklerin Orta Asya'da 'atlı-göçebe' yaşam tarzından, İslam dini ve medeniyeti dönemine, oradan da Batı medeniyeti denilen bir alanda atılmıştır.

Türk milleti dili, dini, örf ve adetleri, gelenek görenekleri, sanat eserleri, sanatçıları, bilim adamları, tutumu… ile yüzyıllardır yaşayan bir tarih ve kültür birikimine sahiptir. Her topluluğun, her milletin kendine has değerleri vardır. Genel olarak, kuruldukları ve yaşadıkları coğrafi konum, siyasi, ekonomik ve beşeri unsurlar ve bunların birbiriyle olan iletişimi kültürü oluşturmaktadır (Tutar, 2016: 339). Her kültürü kendi koşullarında değerlendirmek ve anlamak gerekir. İşte Türk kültürünü de bu bağlamda değerlendirebilmek için önce Türk adının nereden geldiğini ve neyi anlattığına bakmak gerekir. Ardından da Türk kültürüne dair en büyük yatırımlar ve katkılar ise Osmanlı'nın klasik dönemine dek geldiğinden o dönemi incelemek gerekmektedir.

Türk adının M.S. 500'lü yıllarda kurulan Göktürkler tarafından kullanıldığı kabul edilmektedir. Türk adına ilk defa Göktürk dönemine ait arkeolojik kalıntılarda, taşlar üzerine yapılmış kabartmalarda rastlanılmaktadır. Milli kaynaklarda Türk adı Göktürk dönemi ile başlamakta ve ondan sonraki süreçte de varlığını devam ettirmektedir. Bu açıdan bakıldığında aslında Türk adının etnik bir gruba ait değil siyasi bir devlete ait olduğu görülmektedir, ancak Göktürklerin diğer Türkçe konuşan devletlerin başına geçmesiyle millet için kullanılmaya başlanmıştır (Durmuş, 2017: 3). Göktürklerin Türk dünyası üzerindeki etkileri sayesinde gittikçe yaygınlık kazanarak, Türk soyundan olan, Türkçe konuşan ve Türk kültürünü temsil eden toplulukların genel adı olarak kullanılmaya ve yerleşmeye başlamıştır (Koca, 1996: 3).

Türk kelimesinin ilmi açıklamasını ilk defa Macar bilim adamı H. Vambery yapmıştır. Ona göre, 'Türk' adının anlamı, Türkçe "törü-mek" fiilinden gelmektedir. Törü-mek, türemek olan kelime zamanla 'türük' şeklini almıştır. Aslı Türük olan kelime Türk şeklinde söylenegelmiş ve 'türemiş, yaratılmış, doğmuş' gibi anlamlara gelmektedir. Bu anlamını da Göktürklerin Türeyiş Destanının desteklediğini savunmuştur. Kaşgarlı Mahmut'un öne sürdüğü gibi Türk adı daha sonraları ise olgunlaşmış, gelişmiş manalarında kullanılmıştır. Batı kaynaklarında ise 'güç, kuvvet, erk, kuvvetli yiğit' anlamlarını ifade etmektedir (Koca, 1996: 5).

Türkler göçebe hayat tarzı benimsemişler ve bulundukları coğrafyanın iklimi (Sibirya, Himalaya, Hazar denizi sınırlar) karakterlerini şekillendirmiştir. Bağımsızlık, özgürlük, dayanıklılık onların ileri gelen özellikleri haline gelmiş, toplum içi dayanışma, vefa, mertlik dürüstlük, yardımlaşma onların kendi kültürlerini koruma ve hızlıca yaymada etkili olan unsurlardır. Yayıldıkları bölgelerde teşkilatçı bir anlayış geliştirmişler ve yerli halk üzerinde hakimiyet kurmuşlardır. Orta Asya'nın büyük

bölümünde işte bu yüzden Türk kültürü izlerine rastlamak mümkündür (Koca, 1996: 9-10).

Eski Türklerde, İslamiyet öncesi Gök Tanrı inancı vardır, özellikle Göktürkler, Tanrı'yı gökte kabul etmişlerdir. Yer, gök, su ve ateş onlar için kutsaldır, ancak onlara tapmamışlardır. Tek Tanrı'ya inanmış onu da Türkler'in Tanrısı olarak görmüşlerdir ve Tanrı'nın Türk hakanına 'Kut' adı verilen devleti yönetme yetkisini verdiğine inanmışlardır (Altın, 2015: 124; Güngör, 1992: 61-62). Tanrının Türkleri koruduğu ve üstün kıldığı anlayışı ile Türklerde 'Türk Milleti' kavramı meydana çıkmıştır (Ayhan, 2018: 318).

Türklerde devlet halk için vardı, kendisinden önce kendisine tabi olan milletin refahını ve huzurunu düşünüp bunun için çok çabalardı. Bilge Kağan devrinden kalan Orhun Yazıtlarında, Bilge Kağan şöyle ifade etmiştir:

> "Türk Milleti için gece uyumadım,
>
> gündüz oturmadım;
>
> ölesiye bitesiye çalıştım.
>
> Aç milleti tok, az milleti çok,
>
> yoksul milleti bay kıldım...."

Türk'ün devlet anlayışı, İslamiyet'in kabulüyle de değişmemiştir. Bu köklü değişikliklerin içinde dahi Türk milleti, milli kültürünü yaratmıştır; Türk kimliğini günümüze kadar korumuştur. Başka bir ifade ile Türk milletine ait değerlerin özü

korunmuştur (Kafesoğlu, 1969: 1). Kültür varlıklarının adları değişmiş, o günün şartların uyum sağlamıştır, ancak bu dinamizm onu köklerinden koparmamıştır. Örnek vermek gerekirse, İslamiyet öncesi kam adıyla anılan, toplumda sayılan, sevilen ve fikrine başvurulan hatta ruhlarla temas kurma iç görüsüne sahip bir çeşit din adamı olduğu ve görünmezden, bilinmezden haber getirdiği aktarılırken, İslami dönemde kamların yerini evliyalar, aşıklar, şeyhler aldığı söylenmektedir (Güngör, 2002: 265).

Gök Tanrı inancını benimseyen Türk devletlerinde, gök, tanrının yüceliğini ve ululuğunu ifade ederken, İslamiyet'e geçişle birlikte gök artık sema ve Tengri ise Allah anlamında kullanılmıştır. Aynı zamanda gök rengi (bir çeşit mavi) tanrının sembolü olarak algılanmıştır. İslamiyet'ten önce de sonra da gökyüzü tanrının sonsuzluğuyla bütünleşmiştir, insanların yardım isterlerken başlarını göğe doğru kaldırıp dua etmişlerdir (İnan, 1986: 28).

Türklerin İslamiyet'i kolay benimsemelerinde; dini, sosyal ve kültürel etkiler önemli yer tutmaktadır. Türklerin askeri yapısı ve savaşçı ruhları, İslam devletlerinin cihat anlayışına, Eski Türklerdeki yardımlaşma, İslamiyet'teki sadaka anlayışına benzemektedir, yani, İslam öğretilerinin Türk töresine uygun olması gibi sebepler verilebilir. Hem Türklerde hem İslam devletlerinde de aile ilişkileri ve onlara bağlılık söz konusudur, yardımlaşma ve hoşgörü her iki toplumu da birlik beraberlik ve dayanışma kültürü içerisinde yaşamaya davet eder. Kaşgarlı Mahmut'un Divan-ı Lügat-it Türk'te de Türkler için büyüklerini saydıkları, sözünde durdukları, mütevazı ve misafirperver oldukları kaydedilmiştir (Mert, 2021: 17).

Türkler, İslamiyet'in ilk yıllarından itibaren Müslüman olmaya başlamış, savaşçı kimlikleriyle bir nevi İslamiyet'i yaymışlardır. Türklük ve Müslümanlığı aynı

kimlikte birleştirip, kendi milli kültürlerine katmışlardır. Orta Asya'dan Anadolu'ya gelerek Anadolu'nun Müslümanlaşmasında medreseler aracılığı ile etkili olmuşlardır. İstahri'den aktarılan bilgiye göre Türkler yaşadıkları bölgelerde iyiliği çoğaltmak için çabalamışlar, zenginler elindeki mal, mülk paralarını halka harcamışlardır (Akt. Mert, 2021: 18-19).

Tarih boyunca farklı coğrafyalarda farklı kültürler içerisinde yaşamış olsalar da kendi milli kültürlerini tamamen bırakmadan, özünü kaybetmeden, Araplaşmadan, kendi kimliklerine uygun evrensel semavi bir dini kabul etmişlerdir, Hakan'ın otoritesi mutlak kabul edilmiş, törelere göre yasalar belirlenmiş fakat şeriat benimsenmemiştir. Türk tarihi İslam tarihinin bir parçası haline gelmiştir.

İslamiyet'le birlikte bilime verilen önem artmış, Farabi, Biruni, İbn-i Sina gibi dünya tarihine geçecek bilim adamları ve Mevlana, Yunus Emre, Hacı Bektaş Veli gibi çağları aşan öğretileriyle büyük düşünürler yetişmiştir (Kolaç, 2010: 206).

Türk asıllı Farabi özellikle felsefe, mantık, psikoloji, ve matematik alanında çalışmalar yapmış, Türk -İslam kültürüne eserler bırakmıştır. İbn-i Sina da yine aynı bölgede Türk İslam kültürüyle yetişmiş, tıp alanında derin çalışmalar yapmış, modern tıbbın alt yapısını oluşturmuş bilime ve felsefeye önemli eserler bırakmıştır. Biruni, şüphesiz başta matematik, astronomi ve coğrafya alanında en büyük bilim adamlarından biridir (Çubukçu, 1983: 50).

Mevlana, Anadolu Selçuklu döneminde yetişmiş, büyük mutasavvıflardandır. Özellikle Mesnevi adlı eserinde, Allah sevgisini ve insanlara bu sevgiye ulaşmanın yollarını anlatmış, sezgi ve öngörü ile bu yola ulaşılacağını vurgular, nefsi kötü arzulardan arındırmak gerektiğini tembihler. Birçok dile çevrilen Mesnevi, çağlar

boyunca değeri unutulmayacak bir eserdir. Mevlana'nın ölümünün üzerinden yedi yüz yıl geçmesine rağmen, fikirleri hala yaşamaktadır (Çubukçu, 1983: 102).

Yunus Emre Anadolu Selçuklu Devleti'nin son dönemlerinde yaşamış, insan nefsinin terbiyesi ve ahlakı üzerine eserler veren tasavvufi Türk edebiyatının önemli isimlerindendir. Kendisini hem İslami ilimle hem de bilimle geliştirmiş, Allah'a layık kul olmaya gayret etmiş ve insanlığa öğütler bırakmıştır:

"1 - Kimseyi yermemek.

2- Nefsi semirtmemek.

3- Heva ve hevesten uzak durmak.

4- Dünyaya aldanmamak.

5- Alçak gönüllü olmak.

6- Tanrı'yı sevmek.

7- Marifetin değerini bilmek.

8- Hakikat için çalışmak.

9- Gönül kırmamak.

10- Ölmeden önce ölmek." (Çubukçu, 1983: 112)

Yunus da Mevlana gibi yüzlerce yıl öncesinden gelen derin felsefi düşünceleriyle tüm insanlığa hitap eden evrensel değerleri anlatır, kimseyi ayırmadan insanlığa bir gözle bakar. Sevgi ve hoşgörü yolunu benimseyen Hacı Bektaş Veli,

komşuya yardım etmeyi, iyiliği, kimseyi dili, dini, ırkı yüzünden ayırmamayı, düşüncesinden ötürü hor görmemeyi öğütlemiştir (Kayadibi, 2002: 58).

Türkler, İslam'dan önce de kendilerine has felsefeleri vardır, tabiatı seven, kadına saygı duyan, kahraman ve büyük bir ulustur. İslamiyet'le birlikte kültürel bağlar kurmuşlar, özgün düşünceleriyle İslamiyet'i Araplardan farklı yorumlamışlar ve yaşamışlardır. Evrensel insani ve ahlaki değerlere vurgu yaparak yumuşak bir İslam anlayışı oluşturmuşlardır (Mert, 2021: 655). Tüm bu bilim adamları ve düşünürler farklı milletleri etkilemişler ve İslamiyet'e yakınlaşmalarına imkan tanımışlardır. Osmanlı Devleti de bu bilimsel ve kültürel birikimin sürmesine, yeni bilginler yetiştirilmesine ve Anadolu'nun bir ilim ve kültür yuvası olmasına katkı sağlamıştır.

Osmanlı'da, Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethi ile beraber imparatorluk dönemi başlamış, Yavuz Sultan Selim'in halifeliği Osmanlı'ya almasıyla birlikte de Osmanlı Müslüman devletler içerisinde güçlü konuma sahip olmuştur. İstanbul'un İslami bir merkez olmasında ise peygamber soyundan geldiği aktarılan Eyüp El Ensari'nin mezarının yanına bugünkü Eyüp Sultan Camisinin yapılmasıyla Osmanlının peygamber soyuna bağlanması etkili olmuştur.

Osmanlı 16. yüzyılda en geniş sınırlarına ulaşmış, bunun doğal sonucu olarak da çok dilli, çok etnik yapılı ve çok kültürlü bir toplum yapısı meydana gelmiştir. Altı asır devam eden bu hakimiyet süresince, bu çok kültürlülük maddi ve manevi kültür ögelerinde gözlemlenebilmektedir. Osmanlı Devleti, sosyal devlet anlayışıyla, farklı din, dil ve soydan gelen toplumlara özgürlük tanıyarak büyük bir hoşgörü örneği sergilemiştir (Yenişehirlioğlu, 2019: 125).

Osmanlının ilk zamanları göçebe yaşam tarzından yerleşik hayat kültürü oluşturulmaya çalışılmış ve şehirleşme sosyal, kültürel ve ekonomik bir sistem olan külliyeler sayesinde şekillenmiştir. Kendinden önceki Türk devletlerinden miras olarak aldığı sosyal devlet anlayışı çerçevesinde külliyelerin içinde misafirhaneler, kervansaraylar, medreseler, hastaneler, hanlar hamamlar vardır. Bir ticaret merkezi haline gelen külliyeler, oldukça renkli ve hareketli yerlerdi, bu da sosyal hayatı etkilemekte ve halk kültünü şekillendirmekteydi. İnsanlar oralarda toplanır, efsaneler, hikayeler, Dede Korkut Destanı, Nasreddin Hoca anekdotları anlatırlardı. Eğitimli kişilerin taşıdığı yüksek kültür ise daha çok Doğu'dan gelmekte, Mısır, Horasan, Bağdat'tan Anadolu'ya aktarılmaktadır (Yenişehiroğlu, 2019:134).

Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u almasıyla, Doğu Roma'nın başkenti Konstantinopolis, içinde barındırdığı tüm anlam ve kültürel simgeleriyle Osmanlı topraklarına katılmıştır. Fatih'in bilgeliği, bilime ve kültüre verdiği önem bu kenti olduğundan daha da ileriye götürmüş, diğer dönemlere kıyasla farkını ortaya koymuştur. İlk önce Topkapı Sarayı devletin eğitim ve yönetim merkezi olması amacıyla inşa edilmiş, surlar, kaleler bu inşa sürecine dahil edilmiştir. Fatih Sultan Mehmet, hem Batı'nın kültürünü ve düşünce sistemini hem de İran merkezli Fars kültürünün eserlerini ve kültürünü yakinen incelemiş, bu alanlarda eserleri Topkapı Sarayı'na toplamış, koleksiyon oluşturmuştur. Doğu'nun bilim adamlarını ve sanatçılarını İstanbul'a çekmeye çalışmıştır, çünkü İstanbul Bizans'ın son dönemlerinde oldukça silik bir siluete sahiptir, burayı tekrardan canlandırmak için hem mimari hem ticari hem de kültürel eserler bakımından kapsamlı ve planlı çalışmalar yapılmıştır.

Daha sonra Ayasofya saraya yakın olduğundan cuma namazları için camiye çevrilmiştir. Ayasofya, mimarisiyle ihtişamıyla, hizmet ettiği değerlerle Doğu Roma İmparatorluğu'nun İstanbul'da inşa ettiği en büyük kilise olma özelliği taşımaktadır (Eser, 2020: 1083-1099). Ayasofya'ya kütüphaneler, medreseler eklenerek külliye haline getirilmiştir. Dünyada iki büyük devlete ve dine ev sahipliği yapmış olan Ayasofya çok kültürlü bir simge halini almıştır.

Osmanlı'nın klasik dönemi olan, saray sanatında bu dönemde hat[3], minyatür[4], nakkaşlık[5], çini ve ebru süslemeleri oldukça ön plana çıkmakta bir nevi Osmanlı ile özdeşleştirilmektedir. Akdeniz'den, Avrupa'dan gelen sanatçılar, ressamlar Osmanlı dönemi eserlerini süslemekte, sanatsal üretim, saray aracılığıyla devam ettirilmektedir. Altın yaldızlı süslemeler, görkemli mimariler aracılığı ile imparatorluğun gücü sembolize edilmektedir (Demirel, 2002: 7). Mücevherler, kıymetli madenlerle süslenmiş gündelik nesneler askeri kıyafetler, silahlar, çadırlar, kumaşlar, işlemelere zenginlik ve güç yansımıştır.

El ile yazılan tek örnek kitaplarda ve nakkaşhanede işlenen minyatürlerde, saraylar, portreler, kuşatmalar konu edilmiş olup bu eserler hem maddi hem de manevi değerler açısından oldukça büyük önem taşımaktadır (Alp, 2009: 20). Fatih, adeta bir Rönesans bilgini gibi hareket edip İstanbul'u çok kültürlülüğün ve ilmin başkenti haline getirmiştir.

[3] Hat sanatı ("hat" sözcüğü Arapçada çizgi anlamına gelir), güzel yazı yazma sanatıdır.
[4] Minyatürler ise bir el yazmasında anlatılan bilgileri veya hikayeleri betimleyen küçük boyutta resimlerdir.
[5] Osmanlı döneminde nakış işleyen, desen hazırlayan, minyatür çizen, sanatçılara verilen ad.

Fatih'in ardından Türk kültürüne en çok katkı Kanuni Döneminde, Mimar Sinan tarafından yapılmıştır. Başkent İstanbul'da, Fatih'ten devralınan çok kültürlü toplum yapısını ve imparatorluğun kapsayıcı tarzını yansıtan bir kent üslubu geliştirmiştir. Kozmopolit bir kent olan İstanbul'da inşa ettiği Süleymaniye Camii'ne bakılarak Ayasofya'nın izlerini taşıdığı iddia edilmektedir. Ancak Mimar Sinan, yüksek ve büyük kubbeleriyle birbirine bağlı kemerleriyle kendine has tarzıyla Süleymaniye'nin Ayasofya'dan daha büyük ve kapsamlı bir cami olduğu söylemektedir (Kuban, 1988: 581).

On yedinci yüzyıl sonlarına doğru Osmanlı gücünü kaybetmeye başlamış ve yüzünü Avrupa'ya dönmüş, başkentlere elçiler göndermiş, bununla birlikte minyatür, çini önemini kaybetmiş, resim sanatı önem kazanmıştır. Sosyal reformlar ve ıslahatlar yapılmış, eğlence kültürü ve anlayışı değişmiş, kapalı bir hayat tarzı süren Osmanlı vatandaşları dışa dönük yaşam tarzını benimsemeye başlamışlardır. Sivil mimaride meydan çeşmeleri, su sebilleri bu dışa dönük yaşam tarzının göstergeleri kabul edilmiştir (Yenişehirlioğlu, 2019: 151).

Kültürel simgeler, motifler içinde bulunduğu coğrafyadan ve orada yaşayan insan topluluğunun inanışları doğrultusunda şekillenmektedir. İslamiyet öncesine baktığımızda ağaç, çiçek, geyik ve keçi simgeleri taşınabilir eşyalara, taşlara, madenlere, davullara kilimlere resmedilirken, İslamiyet'in kabulüyle birlikte motiflerinin anlamları da değişerek hayvan figürleri çıkartılmış, cami ve medreselerde ağaç ve çiçek süslemeleri kullanılmıştır (Aslanapa, 1984: 5-6). Özellikle 'Lale' İslamiyet'le birlikte Allah'ın tek oluşunu ifade etmek için cami süslemelerinde, çinilerde, kilimlerde… kullanılmıştır.

Türk kültürü kapsamında sosyal hayata bakıldığında on altıncı yüzyılda kahvehane kültürünün geldiği görülmektedir, tütünle birlikte Türk kahvesi satmaya başlayan kahvehaneler, aydınların, şairlerin buluştuğu toplumsal, kültürel yerler olarak tarihe geçmiştir. Türk kahvesi, kültürümüze Yemen'den gelen kahvenin diğer kahvelerden farklı olarak köpüğüyle, telvesiyle servis edilmesiyle yerleşmiştir. Toplumda çok çabuk benimsenmesinde ise ikram, misafirperverlik ve arkadaşlık bağı anlamı taşıması etki etmekte, hatta bu sav 'bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır' sözüyle desteklenmektedir. Beş yüz yılı aşkın süredir Türk kahvesi geleneği sürdürülmüş, Türk toplumun bir sembolü, bir ritüeli haline gelmiştir ve bütün dünyada böyle kabul edilmiştir (Sarı, 2018: 218).

Osmanlı Dönemi Türk kültürü açısından önemli isimlerinden biri de Evliya Çelebi'dir. Evliya Çelebi'nin, Osmanlı topraklarını elli yıl gibi bir sürede gezerek, o bölgenin tarihinden coğrafyasına, o bölgelerde yetişen ağaç ve bitki türlerine, mimarisine, edebiyatına, yeme içme kültürüne, kıyafetlerine, örf adet ve geleneklerine kadar kaleme aldığı on ciltlik 'Seyahatname' adlı eseri, Türk kültürünün ilmek ilmek kayıt altına alındığı küçük çaplı bir kütüphanedir (Duman, 1995: 21).

On sekizinci yüzyıl ise sanayileşmenin başladığı, makinelerin kullanıldığı, otomobilin, telgrafın icat edildiği bir dönemdir. Ticaretin canlanması ile burjuva sınıfı ortaya çıkmış, elit bir kültür anlayışı benimsenmiştir. Gazeteler yaygınlaşmış, toplu iletişim kolaylaşmıştır. Düşünce dünyasında toplumsal aydınlanmalar gerçekleşmiş, aydınlanma fikirleri gazete ve dergiler aracılığıyla basının insan hayatına dahil olmasıyla oluşturulmuştur. Farklı yaşam tarzları gelişim göstermiş, bu da Avrupa'da

kraliyet himayesinde bulunan sanat dallarının özerkleşmesine katkı sağlamıştır (Gülmez, 2019: 150).

On dokuzuncu yüzyılda ise modernizmde, geleneksele ve eski kültürlere karşı bir tavır geliştirilmiş, akılcılığa, bilgiye önem verilmiştir. Osmanlı Devletinde ise askeri, yönetimsel, ekonomik ve hukuk alanlarında reform niteliğinde yenilikler yapılmıştır.

1789 Fransız Devrimi sadece ülke sınırları içerisinde kalmamış küresel çapta etki yaratmıştır. Yerel kültür ve devrimin küresel ideolojilerinin iç içe geçmesinin ardından aydın sınıfın düşünceleri ve Batılı fikirler, Osmanlı kültürüne nüfuz etmiş, bunun sonucunda yeni edebi türler ortaya çıkmış, Batılı tarzda eserler üretilmiştir (Akt. Saral, 2012: 167). Bu Avrupai etki mimaride barok tarzın kullanılmasıyla kendini göstermiştir. Osmanlı'nın son dönemlerinde toprak bütünlüğünü korumaya çalışması ve savaşlar mimarinin ve sosyal yaşamın oldukça durağan geçmesine neden olmuştur.

Osmanlı Kültür mirasından Cumhuriyet dönemine kültürel geçiş sürecinde Atatürk güzel sanatlara yönelerek, Cumhuriyetin genç yapısından dolayı, milli birlik ve beraberlik bilincini ön planda tutmuş milliyetçi bir yaklaşımı benimsemiştir.

> "Bizim milletimiz derin bir maziye maliktir. Bu düşünce bizi elbette altı, yedi asırlık Osmanlı Türklüğünden Selçuklu Türklerine ve ondan evvel bu devirlerin her birine eşit olan Büyük Türk Devleti'ne kavuşturur." Mustafa Kemal ATATÜRK

Atatürk, bu sözleriyle milli kültürel mirasa değer verdiğini, toplumsallaşma sürecinde bir milletin ancak kendi kültürel değerleri çevresinde ve tarihine sahip

çıkarak toplum hafızasını yaşatabileceğine olan inancını aktarmıştır. Milli birlik ve beraberlik duygusu ulusal kültürün temelidir. Atatürk, tarih ve kültür arasında sağlam bir bağ kurulamadığı takdirde sanatta, edebiyatta kalıcı eserler vermenin olanaksızlığına dikkat çekmiştir.

> "Halkın konuştuğu dil; Türkçe ve lehçeleridir. Halkın arasında doğan müzik: Halk müziği veya Türk adından türetilen türküdür. Halkın tecrübelerinden oluşmuş atasözleri, bilmeceler, masallar da bunların tamamlayıcısıdır." (Gökalp, 2005: 35).

Atatürk, kültürün en önemli ögesinin dil olduğunu ve Cumhuriyetin kültür temellerinin dil üzerine kurulu olduğunu vurgulamıştır. Dilin işlevi insanlar arasında anlaşmayı ve iletişimi sağlamak olduğundan, aynı dili konuşmayan insanların anlaşmaları, ortak değerlerde buluşmaları ve ulus bilincine sahip olmaları oldukça zordur. Kendisi de bizzat dil ve kültür üzerine çalışmalar yapmıştır. Yazı devrimini gerçekleştirmiş, Türk Dil Kurumu ve Türk Tarih Kurumu'nu kurmuştur (Akalın, 2007: 50).

Türkiye Cumhuriyeti, coğrafi konumuyla, yerel ve otantik zenginlikleriyle, farklı dil, din, ırktan toplumların bir arada yaşadığı çok kültürlü bir yapıya sahiptir. Bu kültürel birikimin üzerine Batılı ülkelerin modern sanat anlayışının ülkemize uygulanması alanında çalışmalar yapılmış, müzik, bale, tiyatro alanında Avrupa'dan eğitimler alınmış, günümüz Türk sinemasının temelleri atılmıştır. Örneğin, Muhsin

Ertuğrul, 1931'de Türk Sinemasının ilk sesli filmi "İstanbul Sokaklarında" (ilk ortak yapım) ve milliyetçi yapısıyla "Bir Millet Uyanıyor" filmlerini çekmiştir.

Müzik alanında, hem halk müziği, hem sanat müziği, hem de Anadolu Rock Müziği toplumda ilgi görmüştür. Türk Halk Müziğinde Nezahat Bayram, Muzaffer Akgün; Türk Sanat Müziğinde Zeki Müren, Müzeyyen Senar; Anadolu Rock Müziğinde de Cem Karaca ve Barış Manço öncü isimlerdendir. Toplum tarafından sevilip sayılan bu sanatçıların eserleri kültürün tanıtımında etkili olmuşlardır. Bu sanatçılardan Cem Karaca, ozanlık geleneğinden etkilenmiş çağdaş bestelerinde, Karacaoğlan, Dadaloğlu, Aşık Veysel, Pir Sultan Abdal gibi Türk halk ozanların şiirlerini kullanmıştır (Doğan ve Dönmez, 2016: 45).

Türk tarihini başlangıcından bu yana çok geniş bir coğrafyadan, çok uluslu milletlerin arasından geçerek, yarattıkları ve taşıdıkları kültürün değerleri hala gözlenmektedir. Genel çerçeve içerisinde semboller ve ritüeller değişiklik gösterse de özündeki değerler, günümüz Türkiye'sine kadar ulaşmıştır. Türk kültüründe, Orta Asya etkisi, İslamiyet'in etkisi, Anadolu kültürü ve Avrupa kültürünün sentezinden bahsetmek mümkündür.

1.7. Kültür Aktarımı ve Medya

Geertz Hofstede, insanoğlunun, sosyal bir varlık olduğunu bu yüzden de insan ve kültür arasındaki bağın önemini vurgulamaktadır. Kültürün dinamik bir yapısı olduğu düşünüldüğünde, kültürün etkileşimler sonucu değişime ve dönüşüme uğraması kaçınılmazdır. Böylece kaynak kültürde hayat tarzı, sosyal ve kültürel

kimlik, tarihi miras gibi anlamlar kültür aktarımın sürecini etkilemekte ve dengelemektedir (Hofstede, 2011: 16).

Lüsebrink, kültürel ögelerin, kaynak kültürün ihtiyaçlarına göre, yaşadığı coğrafya ve zaman dilimine göre, yani kendi şartlarına göre yeniden üretilmekte olduğunu ifade etmektedir (Akt. Şimşek, 2016: 28). Kültürel ögeler o kültürün göstergebilimsel yapısı altında var olan semboller, değerlerdir. Bunlar, herhangi bir kişi, mekan, obje, içerik, kavram olabilirken, olgulara karşı geliştiren düşünce ve tutumlarda kültürün unsurları sayılabilmektedir.

Lüsebrink kültür aktarımı konusunda insan faktörünün, kültüre kim ve ne aracılığı ile hangi koşullarda maruz kaldığının cevaplarına odaklanmaktadır. Örnek olarak Türkiye'den Almanya'ya işçi olmak için giden Türklerin çalıştıkları şehirlerdeki mevcut kültür üzerine etkileri verilebilir.

> "...bulundukları kültürün kendi bireysel dinamiğini yansıtan bağlamlar, o kültür içerisindeki mevcut ekonomik, ideolojik, entelektüel, bilimsel ve sanatsal olgularla biçimlenmektedirler." (Angerer, 1999: 14).

Ancak, aktarıldığı kültürde aynı anlamda kullanılmayabilirler. (Celestini, :47)

Teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemesi, bireylerin kültür endüstrisi formları yani kitle iletişim araçları ile olan iletişimi de değiştirmiştir. Bu gelişmelerin ışığında, kültür ekonomisi, endüstrileri ve yaratıcı sektörler gibi alanların özerkleşerek etkinleşmesiyle kültürün yönetilebilir bir ekonomik alan olduğu tartışılmıştır (Özdemir, 2009: 77). Gelişen kitle teknolojisi kültürel iletişimi de güçlendirmiş,

toplumların birbirlerinden daha kolay haberdar olmasını ve kültürün yayılmasına ve yeniden üretilmesine olanak sağlamıştır (Sarı, 2019: 91). Bu anlamda kültür bir yandan toplumsal tarih ve toplumsal süreçleri kaydeden, diğer yandan da onları yansıtan ve aktaran araç olarak bu dengeli iletişimin niteliğini açıklamaktadır.

1.7.1. Gazete

Geleneksel kitle iletişim araçları içerisinde yer alan gazete günümüze kadar farklı şekillerde tanımlanmıştır. Kökleri on dördüncü yüzyıla dayanan gazete kavramı, o dönemlerde 'haber kağıtları' olarak değerlendirilmektedir, temelinde ise savaş haberlerini yazılı halde bir yerden başka bir yere göndermek vardır (Tokgöz, 1994: 27). Toplum içinde önemli bir yeri olan gazetenin bazı tanımları şu şekildedir:

> "Türk Dil Kurumuna göre gazete; ekonomi, kültür, politika ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu veya yorumsuz, her gün veya belirli zaman aralıklarıyla çıkan yayın olarak tanımlanmaktadır." (TDK, 2022).

Atatürk ise gazete için "Başlı başına bir kuvvet, bir mektep ve bir rehber olan gazete; milletin umumi sesi olan bir vasıtadır" demiştir. Atatürk'ün de ifade ettiği gibi bugüne değin eğitim başta olmak üzere sanayi, ziraat, sağlık, ulaşım, edebiyat, dil, kültür, batılılaşma açısından gazetelerin çeşitli görevleri vardır. Adeta halk, yayınevleri ve okullarla birlikte gazeteler aracılığıyla da eğitilmiştir.

Rıdvan Bülbül'e göre gazete tanımı şöyledir:

> "Gazete her çeşit haber ve yazınsal türü, ilan ve reklamı topluma ulaştıran, genelde günlük olarak yayınlanan bir kitle iletişim aracıdır. Böylece gazete halkı doğrudan etkilemekte, kamuoyunu oluşturduğu gibi aynı zamanda yönlendirmektedir." (Bülbül, 2000: 36).

Yukarıdaki tanımlara bakıldığında gazetenin, sadece bir haber verme aracı olmadığı, aynı zamanda toplumda değişen, gelişen yönlerin sürekli olarak sunulduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda ele alındığında da bir kültür yayma aracı olduğu, ulusal kültürün hem anlatıldığı hem de aktarıldığı söylenebilir. Bu sayede kültürün gelecek nesillere aktarımında son derece etkin bir konumdadır.

Radyo ve televizyon yaygınlaşana kadar gazeteler toplumun temel haber kaynağı olduğundan, halkı doğrudan etkileyerek hem siyasi görüş olarak hem de içerikleriyle toplumun dikkatini çekerler. Bu yönüyle değerlendirildiğinde toplum içinde güçlü ve önemli bir yeri olan gazeteler, yalnızca bilgi aktarmayan aynı zamanda toplumu da şekillendiren birer araçtır.

Gazeteler, toplumu ortak hedefler ve düşünceler etrafında toplarken, kültürün en önemli ögelerinden birisi olan dilin doğru kullanımını da topluma öğretmektedir. Gazete haberlerinin yazım dili, diğer kitle iletişim araçlarının dilinden farklıdır. Genellikle daha kesin ifadeler içeren geçmiş zaman anlatımı kullanılır (Aksakal, 2016: 39). Gellner, Milletler ve Milliyetçilik adlı eserinde bir toplumda kullanılan dili, toplumun kültürünü oluşturmada önemli bir ölçüt olarak görmektedir. Bu ortak dille yazılan kitaplar, dergiler ve gazeteler, okuryazarlığın artmasında birer anahtar görevi görmüştür (Akt. Özkırımlı, 1999: 153). Türk basınındaki dil sadeleştirmesi, Türk

basınının ilerlemesine katkı sağlamış Türk ulusal bilincinin gelişmesine kısmen katkıda bulunmuştur.

Gazeteler 17. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar bugün bildiğimiz haliyle devam etmiştir, ancak 20. yüzyılda hız kazanan teknoloji kitle iletişiminde büyük değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Radyo ve televizyonun icadı ile birlikte insanlar haberleri gazeteden okumak yerine, radyodan dinlemeyi ya da ekranlardan izlemeyi daha zahmetsiz bulmuştur.

Özellikle 21.yy'a gelindiğinde, internetin de keşfiyle dijitalleşme kavramı ve olgusu, güç kazanmaya başlamış, dijital materyaller basılı gazetelerin yerini almış, kültür olgusunu yaratan kitap ve yazılı kaynaklardan bireyleri uzaklaştırmış, onların çağın gerisinde kalmasına neden olmuştur.

1.7.2. Sinema

Sanat eserleri, sözlü, yazılı ve görsel olarak aktarılan toplumun kültürel simgeleridir. Sanat eserleri, bireyler arası ve kültürlerarası iletişimin kurulmasında, ortak bir dil, ortak bir algı ya da bakış açısı oluşturmada etkilidir. Sinemanın, yaygın kitle iletişim araçları olarak bilinen gazete, radyo ve televizyona göre daha üstün bir güce sahip olmasının nedeni ise onun bir sanat dalı olmasıdır. Sinemada sunulan konu ne olursa olsun amaç, diğer araçlar gibi olayın kitlelere ulaştırılması, toplumda o olay üzerinde yeni fikirlerin yaratılmasıdır. İçinde beslendiği toplumu ilgilendiren ve dönemin başlıca siyasal, ekonomik, ideolojik vb. durumlarını konu alır ve bu konuları işlerken aynı zamanda toplumda kolektif bilinç oluşturur (Hofstede, 2010: 337).

Gerbner'in, Ekme/Yetiştirme kuramını sinemaya uyarladığımızda, sinemayı kültürün izleyicilerin bilincine aktaran bir araç olarak görebiliriz. Toplumsal değerler,

mesajlar sinema teknikleri kullanılarak sembollerle bilinçaltına yerleştirilir ve ortak bir kültür yetiştirilir. İnsanın hikaye anlatma isteği üzerine şekillenen sinema, kültürü ekme ve yetiştirme alanlarından biri olarak, anlatısını kültür üzerine kurabilir, kültürel göstergelerden beslenebilir (Erinç, 2004: 12).

Filmler, kültürel mirasları saklamak için bir arşiv konumundadır. Türkiye'de sinemanın geçmişi bu bakış açısıyla incelendiğinde, her dönemde kültürel unsurlardan yararlanmıştır. Lumière kardeşlerin Haliç ve Boğaziçi'nde yaptığı çekimler, sinema tarihi açısından oldukça önemlidir (Tunca, 2010: 14). Bu çekimlerden sonra Türkiye'yi tanıtan belgesel ve filmler çoğalmaya başlamıştır. Bunlardan bazıları şunlardır: Costantinople / İstanbul (1909), İstanbul'da Büyük Bir Yangın, Sirkeci, Sultan Reşat'ın Manastıra Gelişi (1911) ve Türk Hükümdarı İstanbul Sokaklarından Geçiyor (1914) (Özön, 1985: 336-337). Bu filmler, genel olarak değerlendirildiğinde Osmanlı'nın son dönemlerindeki gerek kültürel, gerekse tarihsel temsilleri olarak nitelendirilebilir. Bu yönleriyle de yurtiçinde ve yurtdışında kültür aktarımında önemli rol oynarlar.

Sinema, hatırlamak ve anlatmak üzerine, geçmiş ile günümüz arasında bağ kurar nitelikte, çok boyutlu bir sanat dalıdır. Ortaya çıktığı dönemlerden itibaren toplum gerçeklerini tema olarak almış, içinde bulunduğu toplumun tarihsel geçmişini beyazperdeye taşırken gerçekliği ve kültürü yeniden yapılandırmıştır. Bu yönüyle kültürü yeniden yaratan ticari nitelikli bir kültür üretim aracı olmasının yanında kaybolmuş kültürel değerlerin de hatırlatılmasını sağlayan pozitif bir yöne de sahiptir. Bu değerler filmin dilinden tutun da, hikayenin geçtiği mekana, karakterlerin beslendiği geleneklere ve olay örgüsü boyunca sinemada yansıtılmaktadır.

Cumhuriyet dönemine baktığımızda, Kurtuluş Savaşını anlatan Halide Edip Adıvar'ın kaleme aldığı, aynı zamanda ilk Kurtuluş Savaşı romanı da olan aynı isimli eserden uyarlanan ilk Türk filmi Ateşten Gömlek (1923) dönemin en önemli gelişmesidir (Özön, 1985: 347; Onaran, 1999: 22; Scognamillo, 1987: 45). Film, işgal altındaki ülke topraklarında direnen Türk insanının acılı günlerini anlatarak, dönemin gerçekliklerinden faydalanmıştır.

> "Cumhuriyetin ilan edildiği, ulusal duyguların doruk noktasına ulaştığı o günlerde, halk, kazandığı bağımsızlık savaşının perdedeki yansımasını gördükçe daha da coşar (Güçhan, 1993: 74; Makal, 1991: 6)."

Vatan ve millet duygularına ortak bir dille anlatan film, halkın milli duygularını harekete geçirmiş ve toplumda duygu, düşünce birliğinin oluşmasına katkı sağlamıştır.

Dil, kültürün aktarılmasında en önemli araçtır. İnsanlar kolayca anlayabildiği, tanıdığı sembollerle iletişim kurmayı tercih etmişler. Bunun en güzel örneklerinden biri de Türk sinemasında oldukça sevilen Mısır filmleridir. Bu kadar sevilmesinin nedeni, halkın bu filmlerde kendine, kültürüne benzeyen profillerde ve ortak dini inançlara sahip karakterleri görmesidir. Filmler önce Türkçeleştirilmiş başlanmıştır, daha sonraları, yabancı filmlerin oyuncularına "Türk isimleri" verilmiş, konuşmalara yerel motifler, atasözleri, deyimler eklenmiş, filmlerde Türk kültürüne uygun mizah unsurları kullanılmıştır (Maraşlı, 2010: 107).

Daha sonra Mısır filmlerinin ithal edilmesi yasaklandığında filmlerin Türkçe seslendirilmesine başlanmıştır. Filmler, bu yöntemle yerelleştirilmiş, şarkılara Türkçe

sözler yazılmış, halk yabancı filmleri adeta yerli film gibi izlemiştir (Maraşlı, 2010: 108).

1.7.3 Radyo

İnsanoğlu, geçmişten günümüze, kendisiyle, yaşadığı çevresiyle hep bir iletişim ihtiyacı içinde bulunmuştur. Bu ihtiyacının karşılanması için sürekli çaba göstermiştir. Buna bağlı olarak da iletişim süreci, şekillerle başlayıp sözcüklerle anlam üretmeye devam eden, buradan da kitaba, gazeteye, dergiye, radyoya, televizyona uzanan sürekli bir gelişim ve dönüşüm içerisindedir. Toplumda ortak bir düşünce ve yaşam tarzı, olayların ve gelişmelerin doğru bir şekilde kamuoyuna sunularak, doğru bilgilendirmenin yapılması ile sağlanabilir. Kültür ve toplum iç içe geçmiş iki olgu olduğundan, toplumu oluşturan bireyler günlük davranışlarını kültürel ögelere dayanarak gerçekleştirirler. Bu nedenle Avrupa ya da Balkanlar'da basın, sinema, radyo veya kitap gibi mevcut kitle iletişim araçları ulus-devlete geçiş sürecinde önemli roller oynamışlardır (Nassehi, 2011: 24).

Radyo, kitle iletişim araçlarının ilk örneklerinden biridir ve insanlık tarihindeki yeri oldukça önemlidir. Dünyada ilk kez 1920'lerde Amerika'da seçim haberlerini halka duyurmak amacıyla başlayan radyo yayıncılığı, Türkiye'de 1923 yılında Fransızların hediye ettiği telsiz ile İstanbul'da gerçekleştirilen 'telsiz telefon' denemeleri şeklindedir. 1925 yılında ise vericilerin yapımına başlanmış, 1927 de iki büyük şehirde kullanıma sunulmuş ve ilk stüdyo 1928 yılında Ankara'da açılmıştır. Matbaanın ve gazete basımında kullanımının ülkemize yaklaşık 300 yıl gibi bir sürede geldiği düşünüldüğünde radyonun 7 yıl gibi bir gecikmeyle Türk halkıyla buluşması oldukça hızlı bir teknolojik gelişmedir (Cankaya, 2003: 18-19).

Cumhuriyetin ilanının ardından, dinleyicilerle, Türk dilinin en yalın haliyle, gündem haberlerini, Türk müziğini ve bu gibi birçok kültürel, sanatsal ve sosyal gelişmeyi paylaşmıştır. Atatürk'ün 10. Yıl Nutku meydanlara konulan radyolarla tüm ülkeye duyurulmuştur. Bu dönemde radyo için planlanan rol; devlet ve millet arasında bir köprü durumunda olmasıdır. Yeni tasarlanan kültür politikalarının tanıtılması, Batılılaşma ve modernleşme alanındaki yeniliklerin aktarılması planlanmıştır.

1930'lara gelindiğinde henüz televizyon iletişim ortamlarında etkili bir rol oynamıyordu, radyo lüks sayılıyordu ve sinemaların sayısı da epey azdı ama yine de radyo ülke sınırlarını aşarak geniş kitlelerce kullanılmaya başlanmıştı. Bu da radyonun propaganda açısından etkisini kuvvetlendirmiştir.

1940'lara gelindiğinde, radyo dünya genelinde yaygınlaşmış ve radyo dalgalarının ulaştığı mesafe artmıştır. Bir radyo istasyonundan yapılan yayın aynı anda geniş kitlelere ulaşmıştır. Özellikle okuma yazma bilmeyen insanlar için en önemli haber kaynağı haline gelmiştir. Bu nedenle, gazete dergi gibi yazılı medya araçlarının önüne geçmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesiyle radyo gerek halkları ikna etmek için gerekse savaş konusunda bilgilendirmek için kullanılmıştır, hatta etkisinin ne denli güçlü olduğu fark edilerek diğer ülkelerin yayınları sansürlenmiştir (Siegel, 1939: 132). Türkiye bu dönemde barış politikaları izlemiş ve bu bakış açısı radyo yayınlarına da yansımıştır. Savaş haberleri tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de herkesi radyoların başına topluyordu. Radyoda kahramanlık öyküleri, vatan sevgisi, ülke barışı gibi pozitif temalı programlar yayınlanmıştır. Bunların yanı sıra kültür ve sanat programları içerisinde ise radyo tiyatrolarına yer verilmiştir (Çankaya, 1997: 24-32).

> "1959'da İstanbul ve Ankara dışında İzmir, Adana, Antalya, Gaziantep, Kars, Erzurum ve Van'da radyo istasyonları kurulması için çalışmalara başlanır. Bu çabalar ancak 1961 sonrasında sonuç vermeye başlar. 1961 İzmir, 1962 Adana, Gaziantep, Antalya, 1963 Kars ve 1964'de Van'da istasyonlar açılır (Oskay, 1971: 64).

1960'larda yukarıda da değinildiği gibi ülke genelinde özellikle büyük nüfuslu illerde radyoların sayısı ve radyoya olan ilgi artmış, bu dönemde radyolarda tiyatro ve konser gibi kültürel etkinliklerine yer verilmesiyle birlikte bir diğer kültürel öge olan masal anlatıları da halkın dikkatini çekmiştir. TRT radyosunda ilk olarak 'Ayşe Abla' daha sonraları ise 'masalcı teyze' takma adlarıyla masalların anlattığı 'Radyo Çocuk Saati' ve Masal Saati adlı programlar halk kültürü türüne yönelimin ilk örneklerindendir (Ed. Kılıç, 2019: 41). Aileler bu tarz radyo yayınlarını dinlemek için bir araya gelmeye başlamış, birlikte geçirilen kaliteli zaman artmış haliyle ailelerin ev içi etkileşimi güçlenmiştir. Her hafta farklı alanlardan, kimi zaman tarihten, kimi zaman gerçek hayattan, kimi zaman kurmaca bir radyo tiyatrosu temsil edilmiştir. Bu dönemde masalların kültürümüze kattıkları, içeriği, kültürel mirasımızdaki yeri ve önemi göz önüne alındığında radyo hem eğiten hem de eğlendiren bir araç haline gelmiştir.

Radyo yayıncılığındaki teknik gelişmelerle birlikte, birden fazla program çeşidi üretilmeye başlanmış bu da radyonun çok yönlü ve farklı kitlelere hitap edebilen bir iletişim aracı haline gelmesini sağlamıştır. Radyo dergisinin başyazarlarından biri olan Burhan Belge'nin ifadesine göre radyo şu şekilde tanımlanır:

> "Birçok işleri birden gören aletler vardır… Radyo, böyle bir şeydir. Mükemmel bir halk üniversitesidir. Çeşitli konserlerin verildiği bir salondur. Gazetedir. Resmi tebliğlerin ilan edildiği duvardır. Tiyatro ve opera sahnesidir. Büyük vasıflarından biri de, icabında bütün bir milleti başına toplayabilecek bir miting meydanı olmasıdır." (Radyo Dergisi, 1944: 1)

Geleneksel radyo, ulus kültürü ve toplum bilgisinin yayılmasında, kültürel yaratıcılığın desteklenmesinde önemli bir araçtır, kültürel içerikler ürettiği gibi toplulukların kültürel kimliklerinin sürdürülmesine de yardımcı olur. Basit bir düğmenin çevrilmesi ya da bir tuşun basılmasıyla dünyanın bir ucundan farklı toplumlardan haber almakla beraber onların hayatlarındaki değişimleri, çeşitli kategorilerdeki gelişmelerini takip eder, kısacası onların kültürlerinden de bilgi ediniriz. Radyonun yarattığı bu zengin erişim ağı şu ifadeyle örneklendirilebilir:

> "Hiçbir neşir vasıtası, radyo kadar geniş yığınlara hitap etmek mazhariyetine erememiştir. Bu bakımdan radyonun yaptığı ve yapabileceği birçok hizmetler vardır… Radyo, hiç farkında olmadığımız halde bu dil birliğini yavaş yavaş kuruyor. Radyonun söz neşriyatını dinleyen vatandaşlar ister Kastamonulu, ister Konyalı, ister Kayserili… olsun kültür dilimizin devamlı ve sistemli tesiri altında kalmaktadır." (Radyo Dergisi, 1941: 24).

Kitle iletişim araçlarının modernleşme ile yakından ilişkisi olduğunu savunan Oskay'a göre, yeniliklere yönelen az gelişmiş toplumlarda, okuma yazma oranı oldukça az olduğundan başlıca haberleşme araçları radyo ve televizyondur. Haberleşme olanaklarının artması toplumun kültüründe önemli değişikliklere neden

olabildiği gibi haberleşme araçlarındaki çeşitlilik insanların yaşam tarzının değişmesine yol açmaktadır. Ahıska da bu noktada radyonun ve radyo dilinin devletin halkı üzerinde otorite kurmasına yardımcı olduğunu iddia etmiştir. Ahıska'ya göre milli kültürü kurmaya çalışanlar "kendilerine batı tarafından yansıtılan eksikliği, batı araçlarını kullanarak telafi etmeye" çalışmışlardır (Ahıska, 2005: 318).

> "Ulusal kültür için pek lüzumlu olduğu gibi arsıulusal ilgiler bakımından da yüksek değeri olan radyo işine önem vermemiz çok yerindedir" Mustafa Kemal Atatürk (Radyo Dergisi, 1942: 4).

Modern Türk insanı profili oluşturulurken, toplum Batı'yla uyum sağlayacak şekilde reformlarla değiştirilirken, kullanılan iletişim araçları da Batı standartlarında seçilmiştir. Bu çerçevede radyoda yer alan müziklerin Batıya uyum sağlamada kullanıldığını görürüz. Türkiye'de yaşanan modernleşme, 'milli modernleşme' örneği sayılabilir. Bu bağlamda, kültürel ögeler halk arasında araştırılır, derlenir ve yeni koşullara uyarlanır. Kültürün devamı, kültürel süreklilik ile kültürel değişim arasında kurulan dengeyle yakından ilişkilidir. Modernleşme sürecinde ulusal müzik ile ilgili olarak Ziya Gökalp'in öne sürdüğü halk müziği odaklı yeni bir çağdaş Türk müziği yaratmak için; derlemeler yapılmış, yurtdışına öğrenci gönderilmiştir.

Radyo içerikleri; insanların ilgisini çeken hikayeler, kültürel ve sosyal olaylar dahil olmak üzere farklı etkilere dayanan eğitici ve bilgilendirici programlar, toplumların sürdürülmesine ve ortak kültürel kimliklerin yaratılmasına ve devam ettirilmesine katkıda bulunabilir.

Tek bir programında bilgi, eğlence ve müzik sağlayan geleneksel kamu veya ticari radyo istasyonları, farklı programların karışımıyla dinleyiciler ile iletişimi sürdüren ana dilin kullanılarak şakalar, yarışmalar, hiciv, müzik ile kültürel bütünleşme sağlanmaktadır.

1.7.4. Televizyon

Televizyon sözcüğü, 'uzak' anlamındaki Yunanca *tele* kelimesi ile Latince kökenli 'görme' anlamında *visio* kelimesinin birleşmesinden meydana gelmektedir. Buna göre, televizyon kelimesinin anlamı 'uzaktakini görme'dir (Britannica, 1997, s.135). Sadece tanımına baktığımızda bile televizyonun insanlık tarihindeki devrimsel teknolojik gelişmelerden biri olduğunu söylemek mümkündür. 1927 yılında John Logie Baird'in Londra'daki ilk gösterimi, televizyon tarihinin başlangıcı sayılır. Türkiye'deki televizyon yayın çalışmaları ise 1958 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından deneme amaçlı başlatılmıştır. İstanbul'a yönelik televizyon yayınları düzenli olarak haftada bir gün, belirli saatler arasında, TRT Ankara tarafından 1968'de gerçekleştirilmiştir (Sarı, 2019: 92).

Kamu hizmeti yayıncılığı amacı güderek ''Halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen'' yayıncılık prensibiyle TRT yayın hayatına başlar (Çaplı, 1995: 75). Kamu Hizmeti Yayıncılığının amacı izleyicilere bilgi vermek, onları eğitmek ve eğlendirmektir. Bu tür yayınların amacı, herkese eşit mesafede durmak, dili korumak ve kültürü aktarmaktır. Kamu kuruluşu kar amacı gütmeden özünde birleştirici bir kurum olmasından dolayı yalın, yansız, doğruluk ve gerçeklik çerçevesinde iletim sağlar (Akarcalı, 1997: 8).

Kamu hizmeti yayıncılığı yapan kurumlar belgeseller, sanat programları, eğitim programları gibi genel izleyici grubuna hitap eden program türleri üretir. Bu tarz yayınlar yapan kurumlar; kamu yararını gözetmekle yükümlüdür. Toplumu eğitmek, bilgilendirmek ve eğlendirmekle görevli, bağımsız ancak devlet tarafından denetlenebilen, görece özerk kuruluşlardır[6].

Televizyon diğer kitle iletişim araçlarından sesi ve görüntüyü aynı anda vermeyi başaran bir araç olmasıyla ayrılır (Cereci, 1992: 33). Onun bu özelliği diğer iletişim araçlarından daha geniş bir kitleye ulaşmasına ve daha etkili olmasına imkan vermiştir. Zamanla kanal sayısının ve niteliğinin artması da gündelik yaşam içerisindeki yerini güçlendirmiştir (Mutlu, 2008: 35).

Türkiye'deki televizyon yayınlarının başladığı tarihten bu yana dramaların hep ayrı bir yeri olmuştur. Yerli program yapımlarının az olduğu ilk dönemlerde, TRT'nin satın aldığı yabancı dramalar oldukça ilgi görmüştür, aileler yabancı dramalar yayınlandığı saatlerde ekran başına toplanmışlardır. Bu dramalardan bazıları öyle ilgi görmüştür ki, halk arasında o dönemlerden bahsedilirken "Aşk Gemisi" ya da "Dallas" yılları denmiştir. Bu yoğun ilgi TRT'nin yerli yapımlara önem vermesinde etkili olmuştur (Tanrıöver, 2011: 47). O yıllarda TRT ve Yeşilçam işbirliği ile ilk yerli diziler yapılmıştır. TRT'de yayınlanan ilk yerli sitcom[7] dizisi Kaynanalar (1974), ilk yerli drama dizisi ise bir edebi eser uyarlaması olan Aşk-ı Memnu olmuştur (1975).

TRT'nin amaçları şu şekilde belirtilmiştir:

[6] Resmi Gazete, S. 28003
[7] Sitcom, belirli bir grup karakterin yer aldığı bir durum komedisidir.

> "- Türkiye Cumhuriyeti Devleti ve vatandaşları ile ilgili yayılmak istenen yanlış bilgileri düzelterek, yurtiçi ve yurtdışında zengin kültürümüzü, tarihi değerlerimizi, duygu ve düşüncelerimizi, hoşgörümüzü tanıtacak, inandırıcı, bilgilendirici ve ilgi çekici içerikler üretmek,
>
> - Çeşitli yaş, meslek, eğitim ve kültür seviyesindeki seyircilerin aydınlatılmasına ve eğitilmesine yardımcı olmak, doğru, tarafsız, anlaşılır ve çabuk haber vermek, müzik ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamak, en yaygın şekliyle milli kültür bütünleşmesine katkıda bulunmak," (TRT, 1988)

1980'li yıllar siyasal, kültürel ve sosyo-ekonomik alanda yaşanan gelişmelerle, küreselleşme ve uluslararası sermayeleşme hareketlerinin etkisiyle Türkiye ekonomisinin dışarıya açıldığı, ithalat ve ihracatın arttığı bir dönemdir. Bunun sonucunda medya sektöründe değişmeler gözlemlenmiş, TRT tekeli sona erdirilmiştir. Televizyon yayıncılığı anlayışı, ticari kaygılarla kamusaldan özel yayıncılık evresine geçmiş ve 1990 yılında tek kanallı dönem kapanmıştır. 1980'lerden 1990'lara yaşanan bu değişimin ana nedeni ticarileşme çabalarıdır, halkın kazanımları göz ardı edilerek iştikakçıların çıkarları önemsenmiştir.

Televizyon yayıncılığına özel sektörün dahil olmasıyla birlikte, yeni kanalların sahipleri de çoğunlukla iş adamlarından oluşmuştur. Cem Uzan ve Ahmet Özal tarafından kurulan, yurtdışından yayın yapan Magic Box isimli şirket, daha sonra Star 1 adıyla yayına devam etmiştir (Ergin, 2006: 90). Magic Box şirketini takiben sonraki yıllarda Show TV, Teleon ve Kanal 6; 1993'te kurulan Cine 5, ATV ve Kanal D özel kanallardan bazılarıdır. O dönemde televizyon yayıncılığını denetleyecek kanun henüz olmadığından, televizyon kanalları içerik kontrolü olmadan yurtdışından aldığı

formatları yayınlamıştır. Yayın hayatına hızlı ve denetimsiz giren içerikler, toplum kültüründe değişimlere yol açmıştır. İşte bu noktada, kitle iletişim aracı olarak televizyonun etkisinden bahsedilebilir.

Kitle iletişim araçları, önce beslendiği toplum sonra da dünya hakkında gelişen ve değişen olayları aktarmaktadır. TRT bu noktada, toplum ve dış dünya arasında köprü görevi görmüştür. Misyonunda da yer verdiği üzere hem dünyada olup biten sıcak gelişmeleri aktarmış hem de Türk kültürünün ülke içinde ve dünyada doğru bilgilerle sunulmasına, tanıtılmasına aracı olmuştur.

Raymond Williams televizyonu 'hem teknolojik hem de kültürel bir biçim' olarak niteler; yani televizyon bir yönüyle teknik araç diğer yönüyle de kültür üretim, aktarım ve tüketim ortamıdır (Williams, 1974: 133). Başka bir deyişle başlı başına 'bir kültür taşıyıcısıdır. Genel anlamda televizyon tarafından oluşturulan kültür gerçek kültürü hammadde olarak kullanır ve çeşitli yönlerini yeniden yaratıp şekillendirerek dolaşıma sokmaktadır. Bu anlamda medya kültürü, gerçek kültürün hem bir yanılsaması hem de yeniden şekillendirmesi olarak görülmektedir.

Televizyonun dili, görselden beslenen bir yapıda olduğu için anlama değil, anlatım ve semboller önem kazanmıştır. Türküler, şarkılar, masallar ve mitler, hepsi, bireylerin ve toplumun kültür inşasında işlevsel araçlardır. Gerbner endüstri devrimi ile birlikte gelişen iletişim teknolojileri eskiden annelerin, babaların, din adamlarının yüz yüze anlattığı hikayeleri kitlesel bir biçimde aktarıldığını ifade etmektedir (Akt. Erdoğan, 1998: 5-6). Hikayenin anlatıcısı yine halkın içinden insanlardı, fakat değişen, gelişen teknoloji ile dijitallik hayatımıza tam anlamıyla yerleşti ve bugün kültürel aktarım bu dijital ürünler aracılığı ile yapılmaktadır.

Televizyon programları önceden tasarlanmış, planlanmış, verilmek istenilen duygu ve düşünceye göre üretilmiş yapımlardır. Bu yüzden de televizyon içeriklerinin üretim sürecinde, hedef kitlenin yönelimleri, beğenileri ve ihtiyaçları değil de içerikleri üreten yönetmen, yapımcı, senarist, kurgucu gibi yaratıcı ekibin vermek istediği mesajlar ve tercihleri, programın profilini oluşturmada etkili olmuştur (Yıldırım, 2019: 134-149). Egemen güçler tarafından belirlenen içeriklerin topluma sunulması sonucunda, insanların izledikleri aynılaştırılmış ya da benzer, kitlesel olarak üretilmiş ve halk tarafından bu biçimde tüketilmiştir.

John Elllis televizyon ile izleyici etkileşimini şöyle açıklar: Televizyonda göstergeler doğrudan ve anlık olarak izleyiciye hitap ettiğinden izleyici ve metin arasındaki mesafe kalkar (Ellis, 1996: 33). Televizyon, bize, evinde oturan aileye gerçek zamanlı seslenir bu da günlük yaşamın doğal akışını ve rutinin belirlemektedir. Yani halkın çalışma saatleri ve televizyon programlarının yayınlanma saatleri arasında sıkı bir ilişki vardır, prime time kavramı adı verilen, 20:00-23:00 arasını kapsayan zaman dilimi,bu bağlamda terminolojiye girmiştir (Collins ve Webster, 2008: 772)

Küreselleşmenin hayatımızı bu denli etkilediği bir dünya düzeninde, ulusların sadece kendi kültürlerine ait ürünlerle etkileşime girmesi neredeyse imkansızdır. McLuhan'ın deyişiyle dünya 'küresel bir köy' haline gelmiştir. Bu yüzden, iletişim teknolojileri hem kültürün aktarımını sağlar, hem de o kültürün bir parçasıdır. Bu karşılıklı etkileşim, kültürün devamlılığı açısından önemlidir.

1.8. Küreselleşme

Küreselleşme kavramı günümüzde çok sık karşılaşılan kavramlardan biridir. Küreselleşmenin ilk kullanımı ile ilgili farklı iddialar bulunmaktadır. İddialardan birisi; küreselleşme kavramının ilk olarak 1960'lı yıllarda Kanadalı sosyoloji profesörü Marshall McLuhan tarafından yenidünya düzeni için 'küresel köy' kavramını kullanmasıyla, özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde- 'küresel köy' haline gelmekte olduğunu belirtmiştir (akt. Elçin, 2012: 3). Bir diğer iddia ise; küreselleşme terimini 1980'li yıllar sonları ile 1990'lı yıllar başları arasında ilk kez kullanıma sunarak yaygınlaştırdığını söyleyen London School of Economics'den Anthony Giddens olduğudur (Gökdere, 2001: 71).

Giddens'a göre küreselleşme, bir ülkede meydana gelen olayların başka ülkedeki olaylar üzerinde etkiye sahip olması ya da ulus aşırı yerlerde meydana gelen olaylardan etkilenmesi olarak açıklanmaktadır (Giddens, 1994: 64). Dünyanın uzak bir noktasındaki herhangi bir yenilik, değişim ya da tarihsel olayın etkileri yaşanan bölgeyle sınırlı kalmamakta, hızlıca yayılarak tüm dünyayı dolaşmaktadır.

Küreselleşme kavramı ilk olarak 1900'lü yılların başında ortaya çıktığı düşünülse de akademik olarak kullanılması ve üzerine çalışmalar yapılması 1900'lü yılların sonuna doğru olmuştur. Özellikle de işletme ve iktisatçılar tarafından yaygın şekilde kullanılmış ve çalışmalarında yer almıştır (Erol, 2010: 82).

Küreselleşme ile ilgili farklı bir bakış açısı da Tomlinson'a aittir. Tomlinson (2004) küreselleşmenin modern yaşamı biçimlendiren, hızla gelişen ve giderek

yoğunlaşan karşılıklı bağlar ve bağımlılıklar ağına işaret ettiğini belirtmektedir. (Akt. Kayğusuz, 2011: 11)

Küreselleşmenin, ekonomik, siyasi sosyal ve kültürel alanlarda farklı etkileri bulunduğundan küreselleşmenin ortaya çıkışı konusunda bir fikir birliği bulunmamaktadır. Bu açıdan en basit haliyle söylenecek olursa, bir topluluğun başka bir toplulukla ya da bir kültürün başka bir kültürle karşılaşması ve etkileşmesi ne kadar eskiyse küreselleşmenin tarihinin de o kadar eski olarak düşünülmektedir (Aktel, 2001: 193). Buna kanıt olarak tarih boyunca insanların yayılma arzusuyla, daha fazla mal, daha fazla toprak için yaptıkları savaşları gösterebiliriz. Merak, seyahat, ticaret, göç gibi amaçlarla insanları kendi bölgelerini aşan düşünce ve davranışlara yönlendirdiği, bu nedenle küreselleşmenin insanlık tarihiyle hemen hemen aynı yaşta olduğu görüşü, küreselleşmenin başlangıcı konusundaki varsayımlardan biridir (Yeniçeri, 2002: 143).

Bu dönemde coğrafi keşifler ve giderek profesyonelleşen sömürgecilik sayesinde hem ticari faaliyetler yerellikten çıkmış, hem de devletler ve kültürler arasındaki ilişkiler giderek artmıştır. Artık dünyanın İspanya, Portekiz, Fransa, Hollanda ve İngiltere gibi egemen güçleri etkisini artırmaya başlamış, birçok batılı şirket küresel bir görünüm kazanmıştır.

15. yüzyılın sonlarına doğru Reform ve Rönesans hareketlerinin etkisiyle meydana gelen keşifler ve buna bağlı olarak gelişen deniz ticaretinin etkisiyle Avrupa'daki kapalı ekonomiden ihracat yaptıkları, daha doğrusu ticari sömürgeciliğe geçiş yaptıkları bir süreç, küreselleşmenin temeli olarak değerlendirilmektedir (Özdemir, 2012: 39-59).

Avrupa'nın elde ettiği ham maddelerini işlemek istemesi Sanayi Devriminin ortaya çıkmasında son derece etkilidir. Sanayi üretiminin başlamasıyla, dünya ekonomisinde ortaya çıkan değişmeler şu şekilde sıralanabilir:

- Hammadde, ürün ve yarı işlenmiş ürün üretimindeki artış
- Demir, çelik, kömür ve değerli madenlerin üretimindeki artış
- Teknolojik gelişmelerle birlikte üretimdeki kolaylık
- Sermayenin, uluslararası dolaşıma sokulması
- Dış ticaretin gelişmesi

Yukarıda yer verilen bu gelişmeler, Avrupa'da, üretimdeki artışın ve üretilen ürünlere pazar arayışı amacıyla Avrupa devletleri arasındaki sömürgecilik yarışının hızlanmasına yol açmıştır (Pamuk, 2005: 26). Dönemin baskın devletlerinin, günümüzde de küresel ekonominin ve siyasetin etkili devletleri olduklarını görmekteyiz.

Küreselleşmenin, Avrupa'nın dünyayı yeniden yapılandırılmasının sonucunda, Avrupa'dan filizlendiğini söylemek mümkündür. Küreselleşmeyi daha genel bir ifadeyle, kapitalizm amaçlı etkileşimin dünyaya yayılması olarak kabul edebiliriz. Bu dönemde sömürgecilik devam etmiş ve sömürge altındaki ülkelerdeki kaynaklar Batı ülkelerine aktarılmış, zenginleşme ve sermaye kazanımı sürdürülmüştür.

1789 yılında başlayan bu dönemin etkili olayları, Fransız İhtilali ve İngiliz Sanayi Devrimidir. Sömürgeci devletler arasındaki çıkar çatışmaları ve yerel kaynakları elde etmedeki mücadeleleri İkinci Dünya Savaşının yaşanmasına zemin hazırlamış ve dünya üzerinde bloklaşmaya yol açmıştır. Bloklar arasında elli yıl süren mücadele Soğuk Savaş dönemi olarak adlandırılmış, bu dönem küreselleşmenin hızını engellemiştir Berlin Duvarı yıkılması ve komünist devletlerin çöküşüyle dünyada

Soğuk Savaş dönemi sona ermiş, ülkeler rahat bir nefes alarak dikkatini serbest ekonomiye çevirmiştir (Elçin, 2012: 3).

Küreselleşmenin tarihsel gelişiminden bahsederken, yaklaşık beş asır boyunca sürecin temel dinamiğini oluşturan kapitalizmle olan ilişkisine değinmek gerekirse Waters'ın çalışmasıyla açıklayabiliriz.

Waters kapitalizm süreçlerini 5 başlık altında açıklar:

Merkantil Kapitalizm (1500-1800): Bu dönemde çok uluslu şirketlerin ilk örnekleri kurulmuştur. Bu şirketler, sömürge altındaki bölgelerin kaynaklarını diğer sömürgeci ülkelerle paylaşmışlardır.

Ekonomik Girişimcilik Kapitalizmi (1800-1875): Ürün tedariğinin ve pazarın kontrol altına alındığı dönemdir. Nakliye ve altyapı gibi alanlarda büyük yatırımlar bu dönemde yapılır.

Uluslararası Kapitalizm (1875-1945): Kaynak elde etme ve pazar oluşturma konularında gelişmeler yaşanmış, yayılmalar hızlanmış ve Amerika merkezli uluslararası şirketler bu dönemde büyümüşlerdir.

Çokuluslu Kapitalizm (1945-1960): Dış ticarette, Amerika baskın olmuş ve çokuluslu, uluslararası şirketler bu dönemde hızla yayılmışlardır.

Küresel Kapitalizm (1960-....): Kaynak ve pazar arayışı duraklamış, bunun yerine faydalı yatırımların gerçekleştirilebilmesi için farklı alanların arayışına başlanmıştır. Çok uluslu şirketlerin sayısı artmış, şirketler arası ortaklıklar kurulmuş, anlaşmalar düzenlenmiştir. Böylece ulusal ekonomiler arasında bağ kurulmuştur. Ne kadar güçlü olursa olsun hiçbir devlet, diğer devletlerin ekonomik sorunlarından bağımsız ekonomik varlığını sürdüremeyeceği için herhangi bir ülkedeki küçük bir ekonomik

değişikliğin bile, kısa sürede diğer ülkelerde olumlu ya da olumsuz etkileri gözlenmiştir (Akt. Sungur, 1992: 12).

Küreselleşme tartışmaları genellikle ekonomi üzerinde yoğunlaşsa da küreselleşmenin teknolojik, siyasi, kültürel ve sosyal boyutları da göz ardı edilemez.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren devam eden küreselleşmeye baktığımızda, küreselleşmenin asıl dinamiğini teknolojik gelişmelerin teşkil ettiği gözlemlenmektedir. Özellikle iletişim, ulaşım, elektronik ve internet alanındaki gelişmeler, bilginin yayılmasını hem artırmış hem de kolaylaştırmıştır. Küresel iletişim, teknoloji ile dünyanın telekomünikasyon altyapısındaki bir takım ilerlemeler tarafından kuvvetli hale getirilmekte, fiber optik kabloların[8] icadı ve kullanımı gelişmiş telekomünikasyon altyapısı olan ülkelerde insanlar küresel çapta bir enformasyon ağına dahil olmaktadırlar (Erkızan, 2002: 64).

Teknolojinin ortaya çıkardığı kitle iletişim araçları, yani medya, uydu yayıncılığının ilerlemesiyle dünyanın her tarafına yayın yapabilen televizyonlar, coğrafi, ekonomik ve siyasi sınırları giderek ortadan kaldırmış, neticede maddi ve manevi değerler yereli aşarak dünya çapında yayılmıştır (Çakırcı, 1998: 47). Kuramcı Marshall McLuhan, bu nedenle dünyanın 'küresel bir köy' haline dönüştüğünü öne sürer (McLuhan, 1965: 5). Zira şu an küresel köy konumunda olan günümüz dünyasında ulaşım araçlarının, iletişim kanallarının sayılarında, çeşit, hız ve kapasitelerindeki artış dünyayı birbirine bağlı hale getirmektedir.

[8] Fiber optik kablolar ışık sinyalinin gönderildiği camdan veya plastikten imal edilmiş çekirdek kısmı ve çekirdek üzerine uygulanan akrilik kaplama ile istenilen renklerde kaplanarak gevşek ve sıkı tüpler içerisine yerleştirilen, mukavemet elemanı olarak cam elyaf ve kevlar ile güçlendirilip koruyucu bir dış kılıf ihtiva eden kablo çeşididir.

> "Küreselleşmenin her bir boyutu bir enformasyon ve iletişim altyapısı gerektirir. Küreselleşme ile birlikte bankacılık, finans, sigorta ve reklamcılık hem küreselleşmenin temel bir unsuru haline gelmiş hem de bu hizmetler bütün dünyaya yayılmıştır (Yaylagül, 2013: 196)".

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerinin ekonomi piyasasına uyarlanması, uluslararası şirketlerin ticari faaliyetlerinin artmasıyla, rekabet ortamını artırmış, toplumlar arasındaki duvarları yıkmış önce ekonomiyi, sonra sosyal hayatı onun ardından da kültürleri birbirine bağlamıştır (Atalay ve Kaya, 2020: 27). Ekonominin imparator devletleri sayılan Amerika ve İngiltere'nin başını çektiği küreselleşme anlayışı, diğer dünya devletlerini kendi arzularına göre şekillendirmek ve birleştirmek istemektedir (Eroğlu, 2002: 55).

Küreselleşme sürecinde Amerika ile Batı ülkeleri dünyanın her tarafına kültürel ögelerinin pazarlarken aslında ideolojilerini ve dünya görüşlerini de pazarlamaktadırlar (Kayğusuz, 2011: 13). Örnek olarak, Amerikan '*fast food*' kültürünün dünyaya yayılışıyla ilgili Ritzer, endüstrinin yerel kültürlerin homojenleşmesine ve yerel geleneklerin kaybolmasına yol açtığını savunmaktadır (Talas ve Kaya, 2007: 152)

Kellner, McDonald's restoranlarını, modernleştirme ve kültürel homojenleşme gibi süreçleri açıklayan sosyolojik bir kavram olarak değerlendirir (Kellner, 2003:2). Bu açıdan bu restoranlar, tektipleşmenin ve küresel kapitalizmin aracı olarak işlev görmektedir. Kellner'in düşüncesini destekleyen Tomlinson ise süreci bir kültürel emperyalizm olarak adlandırmaktadır (Tomlinson, 2013: 121). Bu bakımdan

McDonald's restoranları bir taraftan dünya çapına yayılmış üretim ve hizmet ağına sahipken, diğer taraftan sistemi devam ettirecek, güçlendirecek kültürel hegemonyayı inşa etmektedir (Akt. Göker, 2015: 397) Küreselleşmenin olumsuz bir yönü tekelleşmedir, güçlü uluslar kendi kültürel birikimlerini dayatmakta ve böylece tek tipleşme ortaya çıkmaktadır.

> "Küreselleşme kavramı çoğu zaman, belirli fikirler, görüşler, pratikler, olaylar, teknolojiler, kavramlar vb durumların küresel ölçekte bulunur hale geldiği; sosyal hayatın büyük bir kısmının küresel süreçler tarafından belirlendiği; dünya toplumlarının giderek birbirine benzediği ve buna bağlı olarak tek bir küresel kültürün ortaya çıktığı; dünyanın tek bir mekan olarak algılandığı süreci ifade etmek için kullanılmaktadır." (Tutar, 2000: 17)

Diğer bir deyişle küreselleşme, devletler ve toplumlar arasındaki karşılıklı ilişki ve bağımlılık sürecini ifade eder (Tabb, 2002: 41).

Küreselleşme ve modernizm arasındaki bağ, modernizmin geleneksel olanı değiştirmek istemesi, tüketim algısının eski olandan koparılması, yani bir nevi kişileri yerel kültürlerinden uzaklaştırarak, hakim kültüre ait inanç, düşünce yapısına yaklaştırılması olarak dile getirilmektedir (Şeriati, 1985: 26-29). Küreselleşme de bu açıdan değerlendirildiğinde modernizm ile özdeşleşmektedir, çünkü küreselleşme de eski yaşam biçimini daha üstün olarak görülen yeni ile değiştirmekte, geçmişten geleni yok etmektedir.

Küreselleşme ile kültür arasındaki ilişki 'Popüler Kültür' olgusuyla daha da zarar görmüştür. Son yıllarda, kültürel küreselleşme popüler kültür ve tüketim kalıpları

üzerinde önemli etkilere sahip olmuş ve bu alanda önemli değişimlere yol açmıştır. Ekonomik gücü elinde bulunduran hakim güçler, toplumlar üzerinde de hakimiyet kurmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla yeni diye lanse edilenleri beğenmeye davet etmekte, hatta bu beğeniyi hayatın hemen her alanında yapmaktadır. Yeme, içme, giyimden tutun da fikir ve duygulara kadar etki alanı geniştir. Kültürü metalaştıran küreselleşme, popüler kültür ile mevcut kültürel birikime zarar vermektedir.

Küreselleşme süreci ile birlikte, kültür kendi yaratıcısı olan insandan soyutlanmaya ve piyasa eliyle üretilmeye başlamıştır. Bu da kültürün kendi özüne ters düşmektedir.

1.8.1. Küreselleşme Boyutları

Küreselleşmenin kavramsal çerçevesinin biçimlenmesinde rol oynayan temel boyutlar vardır. Küreselleşme kavramının birçok disiplin alanıyla ortak çalışma konusu olması, adından da anlaşıldığı üzere küresel çapta etkili olmasından dolayı çeşitli boyutlarda ele alınarak konuya açıklık getirilebilir. Karşı koyulmayan bir küreselleşme gerçeği kabul edilerek, sadece ekonomi alanındaki etkileri değil, siyasi, kültürel, teknoloji alanındaki etkilerini da incelemek gereklidir. Küreselleşmenin etki ettiği temel boyutlar aşağıdaki gibidir:

- Ekonomik Küreselleşme
- Siyasi Küreselleşme
- Ekolojik Küreselleşme
- Teknolojik Küreselleşme
- Kültürel Küreselleşme

Ekonomik küreselleşme: Uluslararası ticaretin yayılması ve yoğunlaşması, dünya genelinde yeniliklerin mevcut ekonomik sisteme adaptasyonu demektir. Sermayenin ve ekonomik işleyişin küresel çapta örgütlenmesine ilişkin olarak, piyasa ekonomisinin serbestleşmesi, kapitalist örgütlenmenin derinleşmesi hatta emperyalist düşüncelerin faaliyete geçirilmesi çerçevesinde nitelendirilmiş bir kavramdır (Manning, 1999: 138).

Küreselleşmenin kültürel ve siyasi yansımalarının kaynağı yine ekonomik sebeplerden kaynaklanmaktadır. Teknolojik gelişmelerin sağladığı imkanlar, Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle serbest piyasa anlayışının güçlenmesi, dünyanın giderek tek bir pazar haline gelmesini sağlamıştır (Karluk, 1996: 215). Dünya'nın giderek artan uluslararası ticaret hacmi, yabancı sermaye akışı hızlandırmaktadır, bu da ulus-ötesi şirketlerin artmasına hatta küresel şirketlerin doğmasına zemin hazırlamaktadır. Özellikle de iletişim sektöründe yaşanan yenliklerle, dünya piyasaları birbirine bağlanmakta, elektronik ortamda işlemler yapılabilmekte, para akışı hiç durmadan gerçekleşmektedir.

Ekonomik küreselleşmenin yaşandığı bu dönemde, ortaya dünya devi şirketler çıkmış, ekonomik güce ulaşan bu şirketler diğer ülkeler üzerinde baskı ve otorite kurmuş, piyasalara egemen olmuşlardır. Kısaca, ekonomik açıdan gelişmiş ülkeler aynı zamanda siyasi olarak da kazançlı çıkmışlardır (Yılmaz, 2004: 78).

Siyasi küreselleşme: Kavramın etkileri daha çok ulus-devlet anlayışı ile ilgilidir. Küresel gelişmelerin siyaset alanına yansımalarına bakıldığında, küreselleşmenin yeniden yapılandırıcı etkisinin, ulus-devleti de etkisi altına almaya başladığı söylenebilir. Ulus ötesi yönetici ve düzenleyici kurumların örgütlenmesine ve liberal politik ideolojinin ve onların kurumsal biçimlerinin yayılması olarak da tanımlanabilir

(Manning, 1999: 138). Küreselleşmenin siyasi boyutunda, sınırların gitgide önemsizleştiği, ülkelerin egemenlik alanlarının daraldığı, hatta yetkilerini tam kullanamadığı iddia edilmektedir (Dursun, 1998: 158).

Değişen teknoloji, üretim ve tüketim ilişkilerini değiştirmekte, yeni bir toplumsal ve siyasi yapıyı da beraberinde getirmekte, yani farklı bir toplum yapısına doğru değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Ülkeler arası ilişkiler yaygınlaşıp, yoğunlaşmakta, eskiye ait olan yapının sorgulanmasına sebep olmaktadır.

Küreselleşme sürecinde siyasal anlamda iki farklı görüş ortaya konulmaktadır. Radikaller bu dönüşüm sürecini insan hakları, bireyin önem kazanması, çoğulcu demokrasi anlayışı açısından olumlu ve işlevsel olarak görürken, şüpheciler küreselleşme sürecini mikro milliyetçilik, etnik ve din kökenli kutuplaşmaları körükleyerek dünyayı kendi menfaatleri yönünde yönetmek isteyen küresel aktörlerin, ülkelerin iç işlerine ve egemenliğe müdahale fırsatı olarak tehlikeli görmektedirler (Sarıtaş, 2004: 389).

Siyasi küreselleşme, sermaye birikimi amaçlı kapitalist bir bakış açısıyla ortaya çıkmış, gelişmiş ülkelerin kazançlı çıktığı ve az gelişmiş ülkelerin ise ekonomik temelli ancak her alanda baskılandığı siyasal bir olgu olarak varlığını devam ettirir.

Ekolojik küreselleşme: Küreselleşmenin tüm boyutlarında meydana gelen gelişmeler, dünyanın ekolojik dengesinin bozulmasına neden olmaktadır. Dünya nüfusunun artmasıyla birlikte, üretim ve tüketim dengesi değişmiştir. Modern küresel ekonomi anlayışı soruna çözümler getirmek içim politikalar geliştirmiş, ancak doğal kaynakların hızla tükenmesine ve çevre kirliliğine engel olamamıştır (TASAM, 2006).

Ekolojik küreselleşme, gelişmiş ülkeler az gelişmiş ülkelerin hammadde ve doğal kaynaklarından yararlanması ve zenginliklerini tüketmesidir. Örneğin Amerika,

Irak'a demokrasi getirmeyi vadetmiş, ancak bölgenin petrol rezervlerini kontrol altına almayı hedeflemiştir.

Küreselleşme her ne kadar insan hayatını kolaylaştıracak bir süreç gibi görünse de doğal dengenin korunmasında risk oluşturacak gelişmeler de yaşanmıştır. Bunun en somut örneği, ulaşımda yaşanan gelişmelerle uluslararasında trafiği artırması, buna bağlı olarak da salınan gazların çevreyi kirletmesi ve iklim değişikliği yaratması. Yeni kaynaklar ve ham madde arayışı, doğanın limitlerini zorlamış, bugün çevreye verilen zarar önceki dönemlere göre çok daha fazla olmuştur (Kılıç, 2008: 192).

Teknolojik küreselleşme: Teknoloji, TDK tarafından yapılan tanımı "bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri, bunların kullanım biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi, uygulayım bilimi" şeklindedir. İkinci tanımı ise "insanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü" şeklindedir. Buradan yola çıkarak teknolojinin insan hayatını kolaylaştırmak için bilgiyle güçlendirilen bir alan olarak değerlendirilebilir.

Teknolojik küreselleşme, sanayileşme sürecinde makineleşmeyi hızlandırmış, üretim eskisinden daha fazla ancak daha az maliyetli olmuştur. Üretimin ekonomik hale gelmesinden faydalanan devletler ve şirketler, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle ürünlerini kolaylıkla dünyanın her yerinde pazarlayabilmiş, daha önce yerel pazarda alıcı bulan pek çok ürünü veya hizmeti küresel lojistik ağlarıyla sınır ötesine ulaştırabilmiştir (TASAM, 2006).

Teknoloji ve küreselleşme arasında güçlü bir ilişkiden söz edilebilir; çünkü teknolojik gelişmelerin getirdiği 1980 sonrası bilgi iletişim teknolojilerinde meydana gelen yenilikler sonucunda bilgiyi toplama ve işleme daha kolay hale gelmiştir.

İnternetin de bu sürece dahil olmasıyla birlikte, zaman-mekan ve mesafe algısı kırılmış, dünya ağlar sayesinde birbirine bağlanmıştır.

Teknolojik küreselleşme, iletişim ve ulaşım gibi alanlarda fiziksel sınırların ortadan kalkmasına, karşılıklı etkileşimin artmasına, zaman ve mekanın doğasının değişmesine neden olmuştur. Bu bağ dünyayı küçük bir küresel köy haline getirmiştir olmuştur (Özdemir ve Pınar, 2019: 64).

Kültürel küreselleşme: Genel bir ifadeyle kültür, insanoğlunun zaman içerisinde içinde bulunduğu toplumun şartlarına uygun olarak edinmiş olduğu, nesilden nesile aktarılabilir bilgi birikimidir. Kültür öğrenilebilir ve transfer edilebilir, yazılı ve sözlü olarak sınıflandırılabilir ve doğduğu toplumun iletişim özelliklerine göre şekillenir. Bu nedenle, kültürel normlar her ülkenin kendine özgü olduğu için evrensel değildir. Kültürün yapısı, etkileşimler sonucunda her zaman değişime açık olduğundan, zamana, mekana ve toplum tipolojisine[9] bağlı olarak farklılığını ortaya koymakladır (Steger, 2013: 106).

Televizyonun icadı ile gazete, radyo ve sinema değerini kaybetmekte, takip eden yıllarda kablolu yayınların başlaması ile televizyon farklı bir önem kazanmaktadır. Daha sonra renkli televizyonların icadı ile neredeyse her eve girmiş, insanların en büyük iletişim ve eğlence aracı televizyon haline gelmiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte uydu sistemleri televizyon yayınlarında kullanılmaya başlamış, küresel yayınların ve uluslararası kanalların daha geniş kitlelere ulaşarak, kültürler arası etkileşimin artmasını sağlamıştır.

[9] Toplum yapısında benzer farklılıklara göre meydana gelen sosyal grupların oluşturduğu hiyerarşik sınıflama.

Yakınsama[10] kavramıyla ifade edilen televizyon kanallarının, dijital platformların gelişen ağ sistemleri ve giderek değişen cep telefonu teknolojileri sayesinde taşınabilir aygıtlara transfer edilmesiyle, izleme alışkanlıkları değişir, izleyiciler istedikleri her yerden içeriklere ulaşabilmektedir (Flew, 2010: 22). Cihazların ya da altyapıların sağladığı arşiv görüntülerine erişme izni sonucunda geçmiş programları istenilen zamanda izleme imkanı doğmakta, artık televizyonu eşzamanlı izleme zorunluluğu kalkmaktadır.

Küreselleşmenin medya ile ilişkisi ele alındığında, medya eşzamanlı olarak her bilgiyi, dünyanın her yerine iletilebilmekte, küresel çapta etki eden siyasi ve ideolojik hareketlere dair haberlere, ekonomik gelişmelere her yerden ulaşılabiliyor olması medyanın küreselleşme sürecinde önemli bir dönüm noktasında olduğunu örneklendirmektedir.

Kültür, sanat ve teknolojinin kesişmesi, küreselleşme olgusu ışığında değerlendirildiğinde, iletişim teknolojilerinin önemi açıkça görülmektedir. Gazete, televizyon, radyo gibi kitle iletişiminin temel araçları bilgi vermenin ötesinde, birbirinden farklı ilgi ve zevkleri olan toplumları sunduğu sınırsız içeriklerle kültürel açıdan etkileyerek toplumun yapısında değişiklik yapabilecek güce sahiptirler. Tüm bu etkileşim, iletişim süreci dediğimiz şema içerisinde yaşanmaktadır, bu sebeple hem mevcut kültürün korunması hem de aktarılmasında iletişim teknolojilerinin gücü yadsınamaz.

[10] Yakınsama; bilgi ve ağ teknolojileri ile medya içerikleri arasında kurulan bağ sayesinde ürün, hizmet ve satın alma vb. kavramların dijital ortamda birbiriyle kesişmesi durumunun ortaya çıkmasıdır (Flew,2010).

Küreselleşme ve iletişim denilince, başka bir deyişle iletişimin küreselleşmesi kabul edildiğinde, mutlaka kültürel bir değişim ve dönüşüm gerçeği de gündeme gelmektedir.

> "Küreselleşme, ülkeler arasındaki iktisadi, sosyal ve siyasal ilişkilerin gelişmesi, farklı toplum ve kültürlerin inanç ve beklentilerini daha iyi tanıması, uluslararası ilişkilerin yoğunlaşması gibi birbiriyle bağlantılı konuları kapsayan bir kavramdır. Küreselleşme süreci, milli politik, ekonomik ve kültürel yapının bir dizi ulus ötesi gelişme ile koalisyonudur ve bir düşünce biçimi olarak da her ülkenin bir diğerini etkilemesidir" (Türker ve Örerler, 2004: 46).

Eskinin birbirinden uzak, habersiz ve iletişime geçmeleri hayli güç olan kültür toplumundan küresel ölçekte kendilerini çevreleyen iletişim ağı içinde her an iletimde bulunan toplulukların var olması kültürün de küreselleşmesi söz konusudur. Bunun temeli ise ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesi, tüketici davranışlarının birbirine benzemesi bunun da beraberinde yaşam biçimlerini benzeştirmesi, başka bir ifadeyle kültürel bir dönüşümün yaşanmasıdır.

Gelişmiş ülkelerin, teknolojik olarak da ilerde olduğu varsayılırsa, onlara ait kültürlerin, kültürel küreselleşme sürecinde diğer, edilgen toplumların kültürleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Çeşitli denetim mekanizmaları ile bunları kontrolleri altında tutan güçlerin ürettikleri kültür ya da kültürel alışkanlıklar giderek bütün dünyada yayılmaktadır. Bu süreçte, birbirine bağlanmış haldeki toplumların kültürleri birbirine karışmakta, siyasi ve ekonomik olarak üstün olan devletler kültür alanına da aynı güçle hakimiyet kurmaktadırlar.

İletişimde yaşanan değişimin sadece bir iletişim olayından ibaret olmadığı, toplumların da buna paralel olarak hızlı bir kültürel değişim süreci yaşadığı gözlemlenmektedir. Tarihte yaşamış tüm toplumlar bir diğerinden dil, ideoloji, örf ve adetler gibi çeşitli yönlerden etkilenmiştir.

Küreselleşme döngüsü içerisinde üretilip pazarlanan mallar gibi üretilen kültürler de kültürel değişim çatısı altında sergilenmektedir. Toplumların asimile olmaması için kendi yerel kültürüne sahip çıkması ve yaşatması gerekmektedir. Böylelikle küresel dünyanın insanları medya aracılığıyla dışarıdan gelen kültürel aşılamalara karşı kendi milli kimliklerini oluşturan kültürü koruyarak aynı zamanda kendi milli benliklerini de muhafaza etmektedirler.

Ek olarak yeni medya platformlarını düzenleyen ve denetleyen kurumlar ile bunların kullanıcılarının diğer kullanıcılar ile iletişim sürecinde kendi kültürlerine gösterdikleri hassasiyeti ötekilerin kültürel farklılıklarına da göstermelidirler.

1.8.2. Küreselleşme Üzerinde Etkili Olan Etkenler

Küreselleşme, dünya ekonomisi, siyaseti ve kültürü üzerinde önemli bir etkiye sahip olan bir süreçtir ve bu sürecin hızlanmasında ve küreselleşmenin yapılamasında birçok etken söz konusudur. Bu etkenlerden bazıları şu şekilde sıralanabilir:

- Teknolojik gelişmeler
- Finansal serbestleşme
- Ulaşım ve taşımacılıktaki gelişmeler
- Küresel otoriteye karşı yerel otoritenin bulunması

Teknolojik gelişmelerin, küreselleşme üzerine etkisi oldukça büyüktür. Bilgi, teknoloji ve bilişim alanında yaşanan hızlı gelişmeler, fiber optik altyapı, uydu sistemleri ve internetin yaygınlaşması ve mobil cihazların kullanımının artması, dünya genelinde insanların birbirleriyle daha kolay ve hızlı bir şekilde iletişim kurabilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Finansal serbestleşme ve devletler arası serbest ticaret anlaşmalarının yapılması da küreselleşmenin hızlanmasında etkili olmaktadır (Gökdere, 2001: 77). Dünya ticaretindeki engellerin kaldırılması, iş, ürün ve hizmetler çapında düzenlemelerin yapılması, yabancı yatırımcıların aktif rol oynaması, uluslararası sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi, uluslararası şirketler arasında işbirliğini artırmakta ve dünya ekonomisini daha bütünleşmiş hale getirmektedir (Öneği, 2015: 15). Gelişen ulaşım ve taşımacılık teknolojileri, insanların daha hızlı ve ucuz bir şekilde dünyanın farklı bölgelerine seyahat etmesini sağlamakta, küresel ticaretin artmasına ve uluslararası ilişkilerin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır.

Kültürel etkileşim, küreselleşmenin kültürel boyutunu oluşturur. Popüler kültürün yayılması, turizm, göç ve medya aracılığıyla kültürel etkileşim artmaktadır ve bu süreç, kültürler arası etkileşimi artırarak, kültürel çeşitliliğin korunmasına ve kültürler arası diyalogun gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Uluslararası finans ve yatırım hareketleri, küreselleşmenin ekonomik boyutunu oluşturur. Uluslararası finansal piyasaların gelişmesi, yatırım sermayesinin özgürce hareket etmesi, dünya ekonomisindeki yapısal dönüşümleri hızlandırmaktadır (Özel, 2012: 23). Bu da, dünya ekonomisindeki büyüme ve istihdam fırsatlarını artırmakta ve

gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktadır. Yine uluslararası işletmelerin artışı, ürünlerin ve hizmetlerin dünya çapında kolayca dağıtılmasına katkıda bulunur. Bu şirketler, kültürel ve ekonomik etkileşimi artırırken, dünya genelinde istihdam ve ekonomik büyümeye destek olurlar.

Uluslararası örgütler de küreselleşmenin yönetiminde rol oynamaktadır. Dünya Bankası, Uluslarası Para Fonu (IMF), Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve diğer uluslararası örgütler, dünya ekonomisi ve ticaretinin düzenlenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu örgütler, ekonomik etkileşim sayesinde küreselleşmenin sürdürülebilir olmasına katkıda bulunmaktadır.

Küreselleşme, insanların farklı ülkeler arasında göç etmelerini ve çalışma fırsatları aramalarını kolaylaştırır. Göç ve insan hareketliliği, kültürel etkileşimi artırırken, aynı zamanda bazı sosyal ve siyasi sorunları da beraberinde getirebilir.

Küresel otoriteye karşı yerel otoritenin bulunması, güç dengesinin sağlanması açısından önemlidir. Merkezi bir otoritenin tüm yetkileri elinde bulundurması yerine, gücün daha yerelleştirilmesi, denge ve çeşitlilik yaratır. Yerel otorite, ekonomik kalkınma ve yerel kaynakların etkin kullanımı konusunda önemli bir role sahiptir ve yerel yönetimler, bölgesel önceliklere ve ihtiyaçlara göre ekonomik politikalar geliştirerek, yerel ekonomilerin güçlenmesini ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyebilmektedir. Küresel otoriteye karşı yerel otoritenin bulunması, yerel halkın ve toplulukların kendi iç işlerini yönetme ve kararlar alma özgürlüğünü sağlamakta, demokratik katılım, kültürel ve siyasi kimliklerin korunması, güç dengesi ve ekonomik kalkınma açısından önemli bir denge unsuru olabilmektedir.

Küresel ölçekte çevre sorunları ve iklim değişikliği, insanların ve ülkelerin birbirine bağlılığını vurgular. Bu sorunların çözümünde uluslararası işbirliği ve etkileşim önemli bir rol oynar. Bu tarz sorunları ortadan kaldırmak için Birleşmiş Milletler Çevre Programı, Greenpeace, Live Earth, Dünya Doğayı Koruma Vakfı gibi uluslararası örgütler bir araya gelir ve sınırlar ortadan kalkar.

1.8.3. Küreselleşme ve Teknoloji İlişkisi

Küreselleşme ve teknoloji arasında güçlü ve karşılıklı bir ilişki mevcuttur bu nedenle iki kavram günümüz dünyasında birbirleriyle sıkı bir şekilde bağlantılıdır. Teknolojik ilerlemeler, küreselleşmenin hızlanmasına katkı sağlarken, internete kolay erişim, portatif ve mobil cihazların kullanımındaki artış, sosyal medya, cep telefonlarının kullanımı insanların coğrafi sınırları kaldırarak birbirleriyle daha kolay ve hızlı bir şekilde iletişim kurabilmesine olanak sağlamaktadır. Özellikle sanayi alanındaki teknolojik gelişmeler sayesinde artan üretim kapasitesi, teknolojinin ucuzlamasına, topluma yayılmasına ve küreselleşme sürecinin hızlanmasına yardımcı olmaktadır.

Teknolojik gelişmeler, uluslararası ticaret ve sermaye hareketleri gibi küreselleşme sürecindeki diğer faktörlerle birlikte, dünya ekonomisi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Teknolojinin etkisiyle gelişen sektörler sonucunda, yeni iş dalları ve uzmanlıklar ortaya çıkmaktadır (Yılmaz ve Horzum, 2005: 106). Ayrıca işletmeler, teknolojik gelişmeler sayesinde dünya genelinde alıcılara kolayca ulaşabilmekte ve e-ticaret[11] gibi alanlarla üretim ve satış maliyetlerini epey düşürebilmektedirler. Bu

[11] Elektronik ticareti, "bilgisayar ağları aracılığı ile ürünlerin üretilmesi, tanıtımının, satışının, ödemesinin ve dağıtımının yapılması" olarak da tanımlayabiliriz (www.dso.org.tr/eticaret.html).

yöntem sabit ve fiziksel bir pazardan ticaret yapma gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır ve satıcıya sanal bir mağaza oluşturma imkanı yaratmaktadır, bu da, uluslararası ticaretin artmasına ve küresel pazarların genişlemesine yol açmaktadır.

Teknolojik gelişmeler, küreselleşmenin siyasi boyutunu da etkiler. İnternet ve sosyal medya, dünya genelinde insanların birbirleriyle etkileşim kurmasına ve uluslararası konularda bilgi alışverişinde bulunmasına, siyasi liderlerin, aktivistlerin ve sıradan insanların dünya çapında fikirlerini paylaşmalarına ve etkileşimde bulunmalarına yardımcı olurken, küresel siyasi tartışmaları, aktivizmi ve hareketliliği güçlendirir (Kurt, 2018: 10). Bu da, küresel meselelerin çözümü için uluslararası işbirliğinin artmasına katkıda bulunur. Dijitalleşen haberleşme kanalları, devletlerin daha hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmasına ortam yaratır ve diplomatik görüşmeler, anlaşmalar ve müzakereler çevrimiçi platformlarda gerçekleştirilebilir. Ayrıca, dijital ortamda gerçekleşen siber saldırılar ve siber güvenlik konuları da küresel siyasi gündemde önemli bir yer tutar (Yıldız, 2014: 39).

Küreselleşmenin kültürel boyutu da teknolojik gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir. Küresel medya, popüler kültür ve sanat, internet ve diğer teknolojik araçlar sayesinde, dünya genelinde kültürler arası etkileşim artmaktadır. Bu da, farklı kültürler arasında bilgi ve fikir alışverişinin artmasına ve kültürel çeşitliliğin korunmasına olanak sağlar. Farklı ülkelerdeki insanlar, dil ve coğrafi engelleri aşarak birbirleriyle kolayca iletişim kurabilir ve ortak ilgi alanlarında bir araya gelebilirler, bu sayede kültürel alışveriş gerçekleşerek dünya genelinde sosyal bağlar güçlendirilebilir. Kültürel alanda birçok değişikliğe yol açan teknoloji, sanat alanında

da etkili olmuş ve sanatçıları dijital dünyada yerlerini almaları konusunda yönlendirmiştir (Seylan ve Güney, 2016: 98).

Teknolojik gelişmelerin küreselleşme üzerinde her zaman olumlu etkisi olduğunu söylemek mümkün değildir. Dijital uçurum olarak adlandırılan bir olgu, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki teknoloji kullanımındaki eşitsizliği vurgular. Dijital uçurum (Digital Divide), farklı sosyoekonomik düzeydeki bireyler, firmalar veya ülkeler arasında bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanım konusunda yaşanan eşitsizliği ifade eden bir terimdir (Öztürk, 2002: 1-10). Teknolojiye erişimdeki bu eşitsizlik, farklı ülkeler ve toplumlar arasında sosyal ve ekonomik dengesizliklerin artmasına yol açabilmektedir.

İletişim teknolojileri, aynı zamanda insanların birbirleriyle iletişim kurmasına yardımcı olan araç ve yöntemlerdir. İlk insanlar, mağara duvarlarına resimler çizerek ve dumanla haberleşerek iletişim kurarlarken, bu sembolik anlatımlardan sonra yazının keşfiyle birlikte, bilginin daha kalıcı bir şekilde saklanması ve iletilmesi sağlanır. Taş ve kil tabletler, papirüsler ve sonrasında matbaanın icadıyla kitaplar, bilginin yayılmasını kolaylaştırır, yazı ve baskı, bilgi ve düşüncelerin daha geniş kitlelere ulaşmasını mümkün kılarak bilgiye erişimi özgürleştirir (Dittmar, 2011: 1133). Zaman içerisinde icat edilen telgraf, radyo, televizyon gibi araçlar, bilgiye erişim sürecine güçlü katkılarda bulunurlar.

1837 yılında Samuel Morse tarafından icat edilen ilk telgraflar, elektrik sinyalleri kullanarak uzun mesafelerde iletişim kurmayı mümkün kılar ve elektrik

enerjisiyle birlikte uzak mesafelere iletişim kurmayı, haberleşme hızını artırmayı sağlar.

1876 yılında Alexander Graham Bell tarafından icat edilen telefon, insanlar arasındaki iletişimi daha da kolaylaştırır, telefonu takip eden yıllarda icat edilen radyo ve televizyon ise, iletişime bir sonraki adıma taşıyarak 20. yüzyılın başlarında evlerimize girerler. 1895 yılında Guglielmo Marconi tarafından icat edilen radyo, kablosuz iletişim teknolojisi olarak dünya çapında yaygınlaştırır 1927 yılında Philo Farnsworth tarafından icat edilen televizyon görsel iletişim konusunda çığır açar. Radyo, haberleri ve eğlence programlarını kitlelere canlı olarak iletirken, televizyon ise aktarımı görselle destekler ve insanların dünyada olup biten her şeyi canlı izleyebileceği bir kanal yaratır (Bell, 1973: 188-189).

1940'lı yıllarda ilk bilgisayarlar üretilmeye başlanır ve daha sonra ki yıllarda kişisel bilgisayarlar, internet ve mobil cihazlar gibi iletişim teknolojileri geliştirilir. İnternet, 1960'larda Amerikan Savunma Bakanlığı tarafından geliştirilen ARPANET olarak ilk defa ortaya çıkar ve şu anki internetin temelini oluşturur (Baun, 2019: 162). 1990'lı yıllarda, internet dünya çapında yaygınlaşır ve iletişim teknolojileri için yeni bir çağın başlamasına neden olur. İnternet, E-posta, sosyal medya, çevrimiçi haber siteleri, eğitim platformları ve daha birçok dijital hizmet ile dünya çapında bilgi ve veri paylaşımını hızlandırırken, insanların iletişim süreçlerini köklü bir şekilde değiştirir.

İnternetin yayılmasıyla birlikte ortaya çıkan bir diğer gelişme de mobil teknolojilerdir. Mobil teknolojiler, insanlara her yerde ve her zaman iletişim ve bilgi erişimi sağlamak amacıyla ortaya çıkar. 1980'lerde ilk cep telefonları üretilir, daha

sonra 2000'li yıllarda akıllı telefonların gelişmesiyle birlikte, insanlar yeni mobil cihazlarla tanışır (Klemens, 2014: 54).

Mobil cihazların da yaygınlaşmasından sonraki evrede ise dijital dönüşüm başlar. Dijital dönüşüm, bir işletmenin veya organizasyonun iş süreçlerinin dijital teknolojiler kullanarak yeniden tasarlanmasıdır (Verhoef, 2021: 1). Dijital dönüşüm, birçok farklı teknolojiyi içerir, bunlar arasında yapay zeka nesnelerin interneti (IoT) (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Raporu, 2023)[12], bulut bilişim, büyük veri ve analitik, otomasyon, robotik, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler bulunur (Tonga ve Tonga, 2022: 40). Bu teknolojiler, işletmelerin müşterileriyle daha iyi bir şekilde etkileşim kurmalarına, iş süreçlerini hızlandırmalarına, verimliliklerini artırmalarına ve daha fazla veriye sahip olmalarına yardımcı olur. Dijital dönüşüm, bir işletmenin yönetim, finans, insan kaynakları, üretim, satış ve pazarlama gibi tüm süreçlerini kapsar ve bu alanda yapılan yatırımlar, işletmelerin büyümelerini sağlar ve bu da işletmelerin küresel pazardaki bilinirliklerini ve konumlarını güçlendirir (Kumru ve Kasımoğlu, 2022: 141).

İletişim teknolojileri, uzaktan eğitim imkanı sunar ve internet üzerinden sunulan uzaktan eğitim programları sayesinde, öğrenciler farklı yerlerdeki üniversitelerde eğitim alma imkanına sahip olurlar. Eğitim süreci bununla sınırlı kalmayıp, seminerler, workshoplar, kurslar gibi birbirinden farklı alanlardaki bilgi edinme aktiviteleri, çevrimiçi bilgi paylaşım ve eğitim platformları sayesinde oldukça

[12] Nesnelerin İnterneti (IoT - Internet of Things) "benzersiz bir şekilde adreslenebilir nesnelerin kendi aralarında oluşturduğu, dünya çapında yaygın bir ağ ve bu ağdaki nesnelerin belirli bir protokol ile birbirleriyle iletişim içinde olmaları" olarak tanımlanmaktadır.

kolay ulaşılabilir hale gelmektedir. Bunlar da bilginin küresel düzeyde paylaşımı ve yayılması ile yakından ilişkili görünmektedir (Balay, 2004: 65).

İletişim teknolojileri, insanların sosyal ilişkilerini değiştirir, insanlar sosyal medya ve diğer platformlar sayesinde, insanlar dünya çapında yeni arkadaşlar edinebilirler, aileleriyle iletişim kurabilir, bu süreçte de fotoğraf ve video gibi içerikleri paylaşabilirler. İnsan ilişkilerinde sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması, küreselleşmeye büyük bir hız kazandırır, bu hızlı küreselleşme de siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik birçok değişikliğe yol açar. Küreselleşmenin etkisiyle, bireyler ve toplumlar arasındaki etkileşim önemli ölçüde artar ve daha önce birbirinden uzak ve çeşitli kültürlere, farklı yaşam tarzlarına sahip bireylerin ve toplumların tarzları giderek benzerlik göstermeye başlar (Uluç ve Yarcı, 2017: 90).

Sağlık hizmetleri alanı da teknolojinin kullanıldığı alanlardan biridir. Dünyada baş gösteren küreselleşme hareketleriyle birlikte devletler sağlık alanında yaptıkları kamu giderlerini azaltmaya çalışmaktadırlar. Küreselleşmenin getirdiği, teknolojik hareketlerle birlikte sağlık alanında da ortaya atılan yeni tedavi, yöntem ve stratejiler hızla dünyaya yayılabilmektedir. Bunlara örnek olarak verebileceğimiz uzaktan sağlık hizmetleri, tele-tıp gibi uygulamalar sayesinde, hastaların doktorlarıyla uzaktan iletişim kurmaları ve tıbbi danışmanlık almaları mümkün hale gelmektedir. 2010 yılında oluşturulan günümüzde kullanılmaya devam eden Merkezi Hekim Randevu Sistemi (MHRS) sayesinde, hastalar uzun süreler boyu hastanede kuyruk beklemeden, çevrimiçi olarak randevu alabilmektedirler. Bununla birlikte hekim-laboratuvar arasındaki kapalı ya da açık devre iletişim ağı sayesinde tetkik ve raporlar doğrudan hekime gitmekte, yine hangi kontrollerin yapılması gerektiği gibi istekler de

laboratuvarlara iletilmektedir. Bir diğer çevrim içi sağlık hizmeti olan E-nabız uygulamasıyla birlikte de tüm bu tahlil sonuçları, reçeteler kolaylıkla görüntülenebilmektedir. Bu platformdan da yine MHRS'de olduğu gibi, hastanelere randevu alınabilmektedir (Turan ve Yıldız, 2010: 39).

Küreselleşmenin bir yönü, dünya genelinde sağlık hizmetlerinin sunumu ve finansmanının sağlandığı sağlık politikalarının yayılmasıdır (Akt. Turan ve Yıldız, 2010: 40). Ulusal sağlık sistemleri, bu politikaları inceleyerek kendi sistemlerine adapte etmekte ve bu sayede küreselleşmeyle birlikte sağlık alanında alınan kararlarda ilkelerin, etik değerlerin ve standartların paylaşımında artış gözlenmektedir.

Yukarıda değinilen tüm olanaklar kısaca özetlemek gerekirse iletişim teknolojileri, insanların zaman tasarrufu yapmasını sağlar. Örneğin, çevrimiçi alışveriş sayesinde, insanlar mağaza dolaşmak yerine evlerinde oturarak alışveriş yapabilirler. Drone teslimatı gibi devrim niteliğindeki teslimat işlemlerinden sonra trafiğe takılmadan çok sayıda ürün daha hızlı bir şekilde teslim edilir. Ayrıca, uzaktan eğitim ve uzaktan çalışma da zaman tasarrufu sağlar.

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte, kitle iletişim araçları da internet ile yakınsamaya başlar ve ortaya geleneksel yayıncılık biçimlerinden farklı olarak yeni medya olarak adlandırılan bir biçim çıkmaktadır (Kırık ve Dönmez, 2019: 182).

Yeni medya, dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan ve internet, sosyal medya, mobil cihazlar, video paylaşım siteleri ve diğer dijital kanallar aracılığıyla iletişim kurulmasını sağlayan bir medya türüdür (Duran ve Yeniceler, 2019: 200-212). Bu medya türü, geleneksel medya araçlarına (televizyon, radyo,

gazete vb.) göre bilginin daha hızlı ve daha etkili bir şekilde dünya geneline yayılmasını sağlamakta ve insanların farklı kültürel, dil ve coğrafi sınırları aşarak birbirleriyle etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır.

Lev Manovich, 'Yeni Medyanın Dili' adlı çalışmasında yeni medyanın özellikleriyle ilgili aşağıdaki ifadelere yer verir:

Dijital Temsil: Analog medya, genellikle işitsel ve görsel temsillerin fiziksel formda bulunduğu bir ortamı ifade ederken, Yeni Medya dijital temsile dönüştürerek analog medyanın nesnesini ve içeriğini dijital altyapıya aktarmaktadır.

Birleşik Dijital Protokoller: Metinler, statik görüntüler, görsel veya işitsel datalar, şekiller ve üç boyutlu alanlar gibi çeşitli dijital medya biçimleri, bir araya getirilerek çalışmak üzere tasarlanmış ve hazırlanmış bir platformda bulunurlar ve bu birleşik platform, dijital kodlama için paylaşılan sistemlerin kullanılmasını mümkün kılmaktadır.

Rastgele Erişim: Analog ortam, sürekli ve sıralı veri biçimlerini depolayabildiğinden, dijital veriler ayrık ya da ayrılabilir birimlerde kodlanarak muhafaza edilir. Manovich'e göre, bu kodlama ve depolama yöntemi, kullanıcıların istedikleri veri parçasına daha hızlı ve kolay erişim sağlayabilmektedir. Bu bilgi bölme ve depolama sistemi, verilerin etiketlenmesi, sınıflandırılması gibi imkanlar sağlar, bu da kullanıcılar için gelişmiş arama ve erişim gibi özelliklerin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır.

Dijitalleşme, kaçınılmaz olarak bilgi kaybını içerir. Analog gösterimlerden farklı olarak, dijital olarak kodlanmış bir gösterim, sabit bir bilgi miktarını içermektedir.

Dijital medyanın çoğaltılması ve dağıtılması süreçleri, geleneksel analog medyadan farklı olarak kopyaların kalitesini kaybetmeden gerçekleşir, bu nedenle bilgi kaybını mutlaka içermez.

Etkileşim: Analog medyada bilgi diziler halinde ve tüketim düzeni sabitken, yeni medya kullanıcılarına objeyle etkileşime geçme imkanı sağlamaktadır. Kullanıcılar, tüketilecek bilgilerin türü, miktarı ve kalitesini belirleme yeteneğine sahiptir ve etkileşim yoluyla kendi bireysel kalıplarını ve yöntemlerini tasarlama imkanına sahiptir. Manovich, bu açıdan yeni medyayı özerk olarak nitelendirir (Manovich, 2001: 186).

Yeni medya, küreselleşmeyi artırırken, küreselleşme de yeni medyanın yayılmasını kolaylaştırdığından dolayı küreselleşme ve yeni medya birbirinden ayrı değerlendirilemeyecek iki kavramdır. Ayrıca, teknolojinin geldiği noktayla birlikte bunu kullanan insan sayısı da göz önünde bulundurulduğunda reklam çalışmalarında da önemli değişiklikler olmuştur. Geleneksel reklam türlerinden olan gazete, dergi, broşür ve yine geleneksel reklam araçlarından olan televizyon ve radyo reklamcılığının giderek azalmakta olduğu görülmekte, bu nedenle gelişen teknolojiye ayak uydurabilmek için gerekli altyapı çalışmaları yapılarak reklamlar da dijital mecraya taşınmaya başlamıştır (Arat ve Kazan, 2019: 460).

Dijital reklam, bir ürün veya hizmetle ilgili, tüketiciye bilgi vermek için farklı türlerde hazırlanmış içeriklerin, internet ve mobil teknolojilerle, çeşitli yöntemler kullanılarak tüketiciye iletilmesidir (Harker, 2008: 295). Yeni medyayla adından sıkça söz edilen dijital reklamcılık, yeni medyanın küreselleşmesiyle birlikte e-ticaretin büyümesini kolaylaştırmış, işletmelerin ürün ve hizmetlerini dünya genelindeki

müşterilere ulaştırma ve daha fazla pazar payı elde etme imkanı sunmaktadır. Amazon ve Alibaba gibi çevrimiçi pazar yerleri, farklı ülkelerden ve kültürlerden alıcıları ve satıcıları bir araya getirerek, küresel ekonominin aktif platformları haline gelmiştir (Uluç ve Dağlı, 2022: 67).

Yeni medyanın önemli etkilerinin olduğu bir alan da eğlence endüstrisidir. Netflix ve Amazon Prime Video gibi akış hizmetlerinin yükselişi, insanların eğlence tüketim şeklinde devrimsel bir etkiye sahip olmaktadır. Bu hizmetler, kablo veya uydu abonelikleri olmadan kullanıcıların istedikleri zaman geniş bir film ve televizyon şovları kütüphanesine erişim hakkı vermektedir.

Yeni medya, çevrimiçi toplulukların ve sosyal ağların büyümesini de kolaylaştırmakta, farklı kültür ve arka planlardan insanları bir araya getirmekte, coğrafi konumlarına bakılmaksızın ortak ilgi ve hedefleri paylaşan sanal toplulukların oluşmasına neden olmakta, insanların birbirleriyle bağlantı kurmasına ve fikir alışverişi yapmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya platformları da eğlence endüstrisinin kritik bir parçası haline gelmiş, ayrıca konserler ve festivaller gibi etkinlikleri tanıtmak ve pazarlamak için bir fırsat ortamı oluşturmuştur.

Yeni medya ve küreselleşmenin insan hayatını kolaylaştırdığı ve insan etkileşimini artırdığı kabul edilen bir gerçektir, ancak yeni medyanın küreselleşmesi, kültürel emperyalizmi ve kültürün homojenleşmesi sorunlarını beraberinde getirmektedir. Batı medyasının ve İngilizce dilinin giderek daha baskın hale gelmesiyle, diğer kültürlerin ve dillerin yadırganacağı, ötekileştirileceği veya kaybolabileceği korkusunu oluşturmuştur. Ayrıca, yeni medyanın dünya geneline,

yanlış haberleri, nefret söylemini ve propagandanın yayılmasını kolaylaştırabilmektedir.

Yeni medyanın küreselleşmesi, gizlilik ve güvenlik konularında endişeleri de beraberinde getirmiştir. Dijital platformlar tarafından kişisel verilerin toplanması ve kullanımı tartışmalı bir konu haline gelmiş ve birçok kullanıcı gizliliklerinin ihlal edildiğini hissetmekte, siber saldırı ve kimlik hırsızlığı gibi siber suçların yayılması da önemli bir endişe haline gelmiştir.

Yeni medyanın gelişimi ve küreselleşmesi, reklam, eğlence ve e-ticaret dahil olmak üzere çeşitli endüstriler üzerinde önemli bir etkiye sahip ve daha yüksek bağlantılılık ve bilgiye erişim gibi birçok fayda sağlarken, gizlilik ve güvenlik gibi zorluklar da ortaya çıkarmıştır. Yeni medya, dünyamızı şekillendikçe, etkisini sorumlu bir şekilde yönetmek, daha büyük iyi bir amaca hizmet ettiğinden emin olmak önemlidir. Yeni medya teknolojilerin doğru kullanımı, dünya genelindeki insanların birbirleriyle daha fazla etkileşim kurmasına ve toplumsal fayda sağlamasına yardımcı olabilmektedir.

1.9. Küyerelleşme

On dokuzuncu ve yirminci yüzyılda Sanayi Devrimin etkisiyle gelişen teknoloji sistemlerinin beraberinde getirdiği modernleşme süreci en çok tartışılan konulardan biridir. Bilgi teknolojileri alanının gelişmesiyle de yirmi birinci yüzyılda küreselleşme kavramı ve küreselleşmenin sosyal, siyasal, ekonomik boyutlarının toplum üzerindeki etkileri araştırılmaya başlanmıştır (Yaman, 2019: 423). Önceleri

yalnızca ekonomi alanına yaptığı etkilere dikkat çekilse de son zamanlarda toplum kültürü ve sosyal hayata olan etkilerine yoğunlaşılmaktadır.

Küreselleşme olgusuna bakıldığında Tomlinson'un bu konudaki fikirleri öne çıkmakta, Tomlinson küreselleşmenin dünyayı 'tek bir yer' haline getirdiğini iddia etmektedir (Akt. Kayğusuz, 2011: 12). Bir bölgedeki bir olay bir durum artık sadece o bölgeye sınırlı kalmadan dünya genelinde duyulmakta, görülmekte ve buna karşı olumlu ya da olumsuz bir tepki geliştirilmesine neden olmaktadır. İnsanlar, kendi coğrafyalarının dışında dünyanın diğer bölgelerinde yaşayan insanlar hakkında çok daha fazla bilgi edinmektedirler, bu iletişim ve etkileşim insanlar arasında bir bağlılık oluşturmakta, Robertson ise bu bağlantının dünyayı küçük bir yere dönüştürdüğünü ve dünya bilincini oluşturduğunu ifade etmektedir (Çerezcioğlu, 2011: 92).

Tüm dünyayı kuşatan bu haberleşme ağı, insanlığın rutini haline gelmekte, bizden farklı olan insanlarla düzenli bir biçimde devam eden bu iletişim şekli, zamanla tanık olduğumuz kültürün unsurlarından etkilenmeyle sonuçlanmaktadır. Giddens, küreselleşmeyi kapitalizm ile iç içe geçen olgular olarak değerlendirmektedir (Giddens, 2000b: 12). Tüm dünyanın küresel bir bağ ile bağlanmış olmasına işaret eden Tomlinson, küreselleşmeyi ekonomik açıdan ziyade kültürel açıdan değerlendirmekte, küreselleşmenin yerel kültürlerin doğasında ve tercihlerinde değişime sebep olduğunu vurgulamakta hatta bunu kültürlerin homojenleşmesi olarak tanımlamaktadır (Tomlinson, 2004: 12) Bu homojenleşme sermaye akışını hızlandırmaktadır. Levitt, insanların ihtiyaçlarının giderek birbirine benzediğini, bu yüzden de tüketim taleplerinin popüler kültür tarafından yönlendirildiğinin altını çizmektedir. Bu noktada kültür endüstrisi kavramında

karşımıza çıkan hakim kültürün baskılayıcı yapısı sebebiyle, küresel bir bütünleşme meydana gelmektedir (Lewitt, 1983: 20)

Her eve giren televizyon ve internetin etkisiyle, McLuhan'ın da deyimiyle dünya küresel bir köy halini almaktadır, kültürler benzeşmekte bireyler ise tektipleşmektedir (Hannerz, 1998: 139). Doğal olarak, kültürün yapısında köklü değişikler meydana gelmekte ve kültür tüm dünyada tıpkı bir meta gibi algılanmaktadır.

Küresel kültürle yoğun etkileşim içinde olan yerel kültürler içerisinde de toplumsal çatışmalar meydana gelmektedir. Bu yayılan kültür karşısında yerel kültürlerin de varlığını devam ettirebilmesi ve özgünlüğün koruyabilmesi, kısaca kültürel yozlaşmanın önüne geçebilmesi için medya sektörüne bir şeyler üretmesi ve bunu da yayması gerekmektedir. Küyerelleşme kavramı işte bu noktada önemli rol oynamaktadır. Yerele ait farklı değerlerin ve unsurların farklı yollarla teknolojiye dahil edilerek küresele sunulması ve dünya üzerinde bir şekilde akışta kalması, kendi kültürleri açısından oldukça önem arz etmektedir. Küyerelleşme kavramını yakından incelemek gerekirse:

Küyerel kelimesi 'Küresel ve 'Yerel' kelimelerinin birleştirilmesiyle elde edilen bir kavramdır. Nitekim kavramın anlamına bakıldığında da küresel ile yerel olanın birbiriyle iç içe geçtiği gözlemlenmektedir (Maynard, 2003: 60).

Holton, küyerel terimi içerisindeki yerel ve küreselin bir zıtlık anlamı içermediğini, bundan ziyade birbirini besleyen süreçler olduğunu, bu iki kavramın birbiriyle bağlantılı kullanıldığını ortaya atmıştır (Akt., Okudan, 2019: 73).

Yerel unsurlar ile küresel anlayışın karşılaşması sonucunda küyerelleşme kavramı doğmaktadır. Giddens ise yerelin küreselleşmesinin tek yönlü bir süreç olmadığını aynı zamanda küreselin de bir bakıma yerele uyum sağlandığını öne sürmektedir (Giddens, 2016: 18). Bu açıdan bakıldığında ne tektip homojen bir küreselleşmeden ne de saf bir yerellikten söz edilebilir, yani iki olguda artık melez bir yapıdadır. Tomlinson, bu durumu "kültürler arasında artan trafiğin sonucunda dünyanın farklı yerlerindeki kültürlerin birbirine karışması" şeklinde ifade etmektedir (Tomlinson, 2013: 12) .

Küyerelleştirme kavramı açıklanırken, küresel ideolojilerin yerel unsurlarla birleştirilip yerelleştirmesi üzerinde durulmaktadır. Yerelleştirmeyi Peter Sandrini (2007) şöyle ifade eder:

> "Yerel' kelimesinden türeyen 'Yerelleştirme', bir ürünün kültürel ve dilbilimsel özelliklerinin verilen belirli bir bölgeye/alana/firmaya göre adapte edilmesidir. İçerikte geçen tarih, zaman, ölçüler, renk kodları, kültürel tercihler, yazım şekilleri, alıcı kitleye ait mesleki kodların/kısaltmaların vs. uyarlanmasını içerir." (akt. Bakır, 2012:1)

Küyerelleşme sürecindeki kaynak kültür yereldir, ancak iletişim sürecinde kullandığı araç ve anlatının ögeleri küreseldir. Küreselleşmenin ekonomik boyutundan da faydalanarak, ulusaldan çıkıp, otarşizm yerine dışa açılmayı, dünya ekonomisi ile bütünleşmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Aktan, 1998: 15).

> "Gerek yerel dinamiklerin küresel ölçekte dönüşümü sürecinde, gerekse de uluslararası akışkanlık içinde uzun vadeli planlamayı esas alan, rekabette ulusal ekonomiden çok küresel ekonomiyi hedefleyen ve ulusal kültürel dinamiklerini küresele eklemleyerek evrensel bir değer haline getirebilen toplumlar küreselleşme sürecinden kazançlı çıkacaklardır." (Taylan, 2008: 75)

Küreselleşmeyle birlikte, yerelliğe, geleneksel olana da değer verip küresel ve yerel olanı bütünleştirerek ortaya koyulan ürünler, şirketlerin pazarlama stratejilerinde daha başarılı olmalarını sağlamaktadır. Bu iki olgunun bütünleşmesi olumlu sonuçlanmazsa, şirketin yerel pazarda tutunması ve yayılması da aynı derecede zorlaşmaktadır. Foglio ve Stanevicius ifadesiyle küyerelleşme, yerel ürünün küreselleşmesi ve küresel ürünün yerelleşmesi temeline dayalı bir yaklaşımla, hem markaların imajını korumakta ve geniş kitlelere erişimini sağlamakta hem de yerel kullanıcılara kendi dilinde, kültüründe, kendi değerlerine uyumlu ürün veya içerikler sunmaktadır (Foglio ve Stanevicius, 2007: 40).

Pazarlama yaklaşımı açısından örneklendirecek olursak uluslararası içecek firmalarının Ramazan ayında reklamlarında dini figürler ve kültürel motifler kullanmasını örnek gösterebiliriz. 2016 yapımı Zootopia animasyon filmi de küyerelleştirme örneğidir (Acuna, 2016). Filmdeki küçük ve hikaye örgüsüne etkisi olmayan karakterler filmin yayınlandığı ülkeye göre değişiklik gösterir. Filmde haber bülteni sunucusu geyik tarafından temsil edilirken gösterildiği ülkelerin milli hayvanlarına göre değiştirilir. Haber sunucusu Japonya'da bir tanuki, Avustralya ve

Yeni Zelanda'da bir koala ve Çin'de bir panda ayısı, Brezilya'da ise bir jaguar tarafından temsil edilir. Netflix dijital yayın platformunda gösterilen *Stranger Things* dizisinin 2. sezon fragmanı Amerika'da Michael Jackson'ın "Thriller" şarkısıyla yayınlanırken Türkiye'de Barış Manço'nun 'Dönence' şarkısıyla yayınlanır. Fragmanlar arasındaki bu farkın nedeni firmanın yerelleştirme çabasıdır. Dizi tanıtımlarında yine aynı amaçla 'Sırlara Yolculuk', 'Sırların Efendisi', 'Teksoy Görevde' programlarının yapımcısı ve sunucusu Saadettin Teksoy kullanılır. Medya ürünü görüldüğü üzere hem küresel hem yerel unsurlar taşır.

Ürün sunulduğu her ülkede, o toplumun içinde bulunduğu ekonomik, sosyolojik durumlarla ve kültürüyle özel olarak ilgilenmektedir. Burada amaçlanan dahil olduğu toplumun kendine özgün kültürel değerleriyle kendi ideolojisini birleştirerek dizi, program ya da filmi, izlerkitlenin beklentilerine uygun hale getirmekte, yerel kullanıcıların gereksinimlerini karşılamaktadır. Yerel pazarlama stratejileri, yerel marketlerin teşvik edilmesi, kültürel mirasa sahip çıkılması ve sosyal sorumluluk projelerine yer verilmesi gibi çeşitli yöntemlerle gerçekleştirilebilmektedir (Tosun, 2023: 14). Söz konusu süreçte küresel medya aracı entegre olacağı toplumun kültürel kimliğini yakından tanımalıdır. Burada iyi araştırılması gereken şey kültürdür. Ortaya konulan ürünlerin başarılı ya da başarısız olması, araştırmanın odağında kültürün doğru analiz edebilmesine bağlıdır.

Küyerelleşme, temel olarak 'küresel düşün, yerel hareket et' olarak özetlenebilmekte, bu stratejiyi kullanan markalar kültürel kodlarla yerel bir imaj yaratmaktadırlar. Bu strateji ile amaçlanan, hedef kitlede 'içimizden biri' duygusu

uyandırmak, ürünün ve markanın kabul görmesini sağlamaktır. Yerelliğin kültürel farkındalığı oluşturularak toplumsal düzene uyum sağlanmaktadır.

Sonuç olarak, küresel ve yerel arasındaki bağ, kültürlere özgü değerlerin korunarak aktarılması, geleneksel rutinlerin sosyal olarak canlı tutulması, gelişen teknolojiye karşı durmaktan ziyade onun akışında kendine yer bularak varlığını devam ettirmesi açısından önemlidir. Küreselleşmeye paralel olarak yerelleşmenin de önem kazandığı, iki olgunun sentezi olarak küyerelleşme teriminin literatürde karşılık bulduğu, hatta bu iki olgunun son yıllarda bir madalyonun iki yüzü gibi görüldüğü söylenebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL YAYINCILIK

Dijital yayıncılıktan bahsetmeden önce dijital kavramını açıklamak gerekmektedir. Dijital kelimesinin kökeni incelendiğinde, kelime İngilizce'de '*Digit*' (Dijital) 0'dan 9'a kadar olan tam sayılara karşılık gelmekte, Latince'de ise parmak anlamına gelen '*digitus*'tan türetilmiştir. Kavram, Türkçe'de ise 'sayısal' kelimesiyle ifade edilmektedir. Bilginin elektronik ortamda depolanabilen farklı sinyallere dönüştürülmesi dijitalleşme olarak ifade edilebilmektedir (Zengin, 2016: 186).

Özellikle 20. yüzyılda teknoloji, iletişim ve bilişim alanındaki gelişmeler sonrası, internetin de yaygınlaşmasıyla birlikte donanım maliyetleri düşmüş, bilgisayarlar hızla yaygınlaşmıştır. Dijital yayın teknolojisinin analog yayınlara göre daha kaliteli video, fotoğraf ve ses içeriği sunması, bu içeriklerin de eşzamanlı bir şekilde iletilmesi ve ekonomik yapısı ülkelerin dikkatini çekmiş, bu alanda yatırım yapmaya başlamışlardır (Bay, 2007: 52). Televizyon ve radyo gibi geleneksel yayıncılık sistemlerinde analogdan dijitale dönüşümler yaşanmış, yaşanan bu değişiklikler de dijital teknolojiye temel oluşturmuştur. Eralp'in tanımlamasına göre dijital yayıncılık:

> "Dijital yayıncılık sistemi analog (sürekli değişen) olarak üretilen ses ve görüntü bilgilerinin 0 ve 1'lerden oluşan bitlere dönüştürülüp gerekli olan kodlama teknikleri yapıldıktan sonra farklı modülasyon teknikleri ile alıcılara iletilmesi esasına dayanmaktadır" (Akt. Yüncüoğlu, 2019: 26).

Dijital yayıncılığın temelinde sayılar bulunmakta ve bilgisayar ortamında dosya, müzik, film, program ve işletim sistemleri sıfır ve bir sayılarıyla ifade edilmektedir. Tüm veriler, sayısal kodlara dönüştürülerek hem üreticiye hem de kullanıcıya bir arayüz üzerinden verilere erişim hakkı tanımaktadır. Dijital yayın sistemleri geliştiricileri ve üreticileri, bu sisteme göre altyapı geliştirerek, birçok yayıncının geleneksel medya yerine yeni medyada içerik yayınlamasına imkan sunmaktadırlar.

Manovich, sayısal gösterimin, programlanabilir, düzenlenebilir ve algoritmaya uygun dijital bilgiler içerdiğini ifade etmektedir. Bu, kolayca işlenebilir, kopyalanabilir ve farklı kaynaklar arasında transfer edilebilir olması ile teknolojik dağıtım anlamına gelmektedir (Manovich, 2001: 47)

Dijital yayıncılığın temel özelliklerinden birisi, farklı medya biçimlerini ağlar aracılığı ile bütünleştirebilmesi ve farklı iletişim biçimlerinin, farklı mecralarda sunulmasına imkan tanımasıdır. Web siteleri, bloglar[13], sosyal medya platformları, podcastler[14], video paylaşım siteleri içerik üreticilerinin geçiş yaptığı yeni dijital mecralardan bazılarıdır.

Dijital yayıncılık, farklı dijital platformlar aracılığıyla içeriklerin yayınlanmasını sağlamakta ve bu çeşitlilik, içerik üreticilerine ve tüketicilere geniş bir seçenek yelpazesi sunmaktadır. Dijital platformlar, içerik üreticilerine etkileşimli

[13] Blog sözcüğünün Türkçe karşılığı olarak "web günlüğü", "internet güncesi", "ağ günlüğü", "çevrimiçi günlük" gibi kavramlar önerilmiştir (Çelebi, 2009).
[14] Podcast kelimesi, Apple'ın taşınabilir MP3 ses dosyalarını oynatma ve müzik dinleme cihazı iPod'un son hecesi ile yayınlamak anlamına gelen castingin kelimesinin ilk hecesinin birleşiminden oluşmaktadır (Hammersley, 2004).

içerikler sunma imkanı vermekte, video yorumları, anketler, yarışmalar ve diğer etkileşimli ögelerle içerikler daha çekici hale gelmekte ve kullanıcıların katılımını artırmak hedeflenmektedir. Dijital yayıncılık ayrıca reklam anlayışına da farklı bakış açısı getirmekte, hedefe yönelik reklamcılık, sponsorlu içerikler, ürün yerleştirme gibi yeni reklam stratejileri üzerine çalışılmaktadır.

Dijital yayıncılığın yaygınlaşması ve gelişimi, geleneksel medyayı da dönüştürmekte, televizyon kanalları, gazeteler ve radyolar da dijital platformlarda varlık göstererek içeriklerini geniş bir kitleye ulaştırmaya çalışmaktadır. Bu nedenle, dijital yayıncılık, iletişim dünyasının vazgeçilmez bir parçası haline gelmekte ve insanların içerik tüketim alışkanlıklarını değiştirmektedir.

2.1. Teknoloji ve Televizyon Yayıncılığı

1990'lı yılların başından itibaren teknoloji alanındaki gelişmeler sonucunda bilgi toplumu olarak adlandırılan internet ve bilgisayar teknolojilerinin ön planda olduğu toplumsal bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapı içerisinde bilginin kolay ve hızlı paylaşımıyla iletişim teknolojileri de gelişmeye başlamıştır.

Toplumsal dönüşüm ve gelişen teknolojiler sayesinde televizyon alanında yeni bir yayıncılık alanında farklı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Analog yayıncılıkta bir frekanstan sadece bir televizyon kanalı yayın yapabiliyorken, 2000'lerde, dijital yayıncılıkla birlikte izleyiciye çok fazla seçenek sunulmuştur. Bu noktada, IPTV, Web TV, pay TV olarak adlandırılan televizyon sistemleri hayatımıza girmiştir. IPTV, şifreli veya şifresiz radyo, televizyon, veri kanallarının, depolanan video, ses ve veri içeriklerinin IP (internet protokol) paketlerine dönüştürülerek geniş bant erişim

teknolojileri (Xdsl, fiber) üzerinden son kullanıcıya yayınlanmasıdır (Kandemir, 2013: 69).

IPTV ve internetteki videoları, televizyon yayıncılığının kapsamını genişletmektedir. IP, çevrimiçi video dağıtımı için üretilen yeni standartlardan biridir (Simpson ve Greenfield, 2007: 33). Yerel TV yayıncılığı, analog teknolojiden dijital teknolojiye evrimleşerek, daha iyi spektrum verimliliği sağlar, gürültü ve enterferansa[15] daha dayanıklı hale gelmekte ve sinyal kalitesini iyileştirmektedir (Zavala ve Angueira, 2021: 34789).

Teknolojin devrimin iki temel dayanağı bulunmaktadır. Bunlardan birisi internet, diğeri de dijital televizyondur. Yayıncılıkta internet ve televizyonun bir araya gelmesiyle de televizyon yayıncılığını önemli ölçüde değişmiştir. Artık izleyiciler, televizyon programlarını izlemek için geleneksel yayın saatlerine bağlı kalmak zorunda değiller. İstek üzerine yayın imkanı sunan platformlar, izleyicilere istedikleri zaman istedikleri programları izleme özgürlüğü sağlamaktadır. Bu durum, geleneksel televizyon yayıncılığının izleyici kitlesinde azalmaya neden olabilir. Ayrıca, platformlar, orijinal içeriklerinin yanı sıra, eski televizyon programlarının da yayınlanmasını sağlayarak, klasik televizyon yayıncılığına alternatif bir seçenek sunmaktadır. Bu nedenle, televizyon yayıncıları da platformların yükselişi karşısında rekabet edebilmek için benzer hizmetler sunmaya başlamaktadır.

[15] Sinyallerin birbirini bozması durumudur.

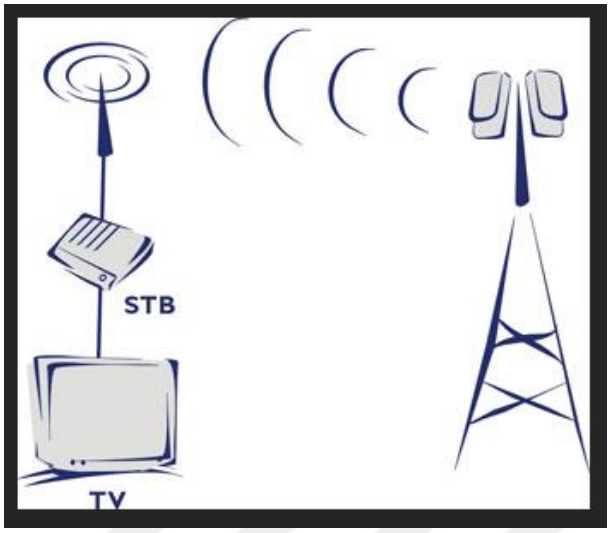
2.1.1. Dijital Yayın Teknolojileri

Karasal televizyon yayıncılığı; Radyo ve televizyon yayınlarının ilk döneminden beri yayıncılık denilince ilk akla gelen metot, karasal yayıncılıktır ve bu yayıncılıkta yayınlar istasyondaki bir vericiden alıcı antene kadar bir kabloyla ya da kablosuz ağlarla ulaştırılır.

VHF (Very High Frequency)[16] ya da UHF (Ultimate High Frequency)[17] sistemlerini (Okoko, 2021: 104) kullanarak yüksek yerlerden dağıtılan sinyallerin alıcılar tarafından yakalanmasıyla gerçekleştirilen yayınlar, geleneksel televizyon cihazları tarafından doğrudan alınamazlar. Bu nedenle, uydu alıcıları gibi araçlar kullanılarak analog sinyaller dijital formata dönüştürülmektedirler. Ancak son dönemde üretilen televizyonlar, karasal yayınları doğrudan alabilirler. Ayrıca bu sinyaller genelde kısa mesafeli olduğu için, merkezden diğer şehirlere yayın sinyallerini gönderebilmek için radyolink sistemi gerekmektedir. Radyolink sistemi, yüksek yerlere kurularak merkezden yapılan yayını, diğer şehirlerdeki radyolink istasyonlarına aktarır. Her istasyon civarındaki yerleşim yerlerinde bulunan verici kulelerine bu yayını aktarır, böylelikle yayın ülkenin tamamına yayılır.

Elektromanyetik sinyallerin bir saniyedeki döngü sayısına frekans denir (Dural, 2013: 3). Televizyon dalgaları genellikle yüksek frekanslardadır ve iyi bir performans için televizyon verici antenleri en yüksek yerlere yerleştirilir, böylece verici ile alıcı anten arasındaki frekansları kesebilen tepeler ve yüksek binalar gibi faktörler engel olmaktan çıkar (Akyol, 2012: 20).

[16] Çok Yüksek Frekans
[17] Ultra Yüksek Frekans



ŞEKİL 1: KARASAL YAYINCILIK DAĞITIM ŞEMASI

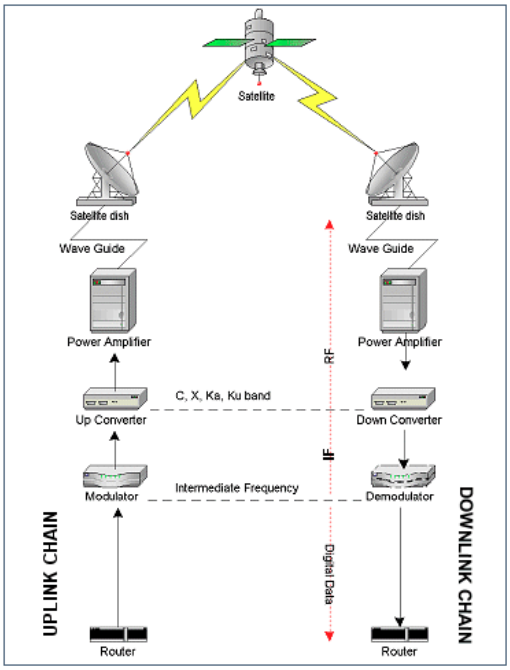
(NZOMO, 2014)

Analog yayıncılıkta, farklı ülkeler farklı yayıncılık sistemlerini kullanırlar. Ancak karasal sayısal televizyon yayıncılığı dünya genelinde standartlara sahiptir. Türkiye ve Avrupa, DVB-T (Digital Video Broadcasting - Terrestrial)[18] sistemi gibi birçok ülkenin benimsediği bir sistemi kullanmaktadır ve bu sistem dünya genelinde en yaygın olarak kabul edilen bir sistemdir (Yaveroğlu, 2012: 13).

Uydu yayıncılığı; kısaca açıklamak gerekirse dünyadan gönderilen bir sinyalin uydudan yansıtılmasıyla gerçekleştirilen yayın teknolojisi sistemi olarak tanımlanmakta ve uydu aracılığıyla dağıtım merkezlerine, uzak bölgelerdeki istasyonlara ve konutlara yayın yapmayı mümkün kılmaktadır (Paçacı, 2011: 13). İletişim aracı tarafından yeryüzünden gönderilen *uplink* sinyali ile uyduya yüklenir, daha sonra *downlink* adı verilen sinyal ile uydudan yeryüzündeki başka bir alıcıya iletilir. Uydu yayıncılığının, kablolu televizyon ve karasaldan ayrıldığı en önemli

[18] Sayısal Video Yayıncılığı – Karasal

noktalardan biri, aynı anda bir noktadan uzaktaki başka noktalara, istasyonlara ve daha geniş bölgelere kolay ve hızlıca erişim sağlamasıdır.



ŞEKİL 2: UYDU YAYINCILIĞI DAĞITIM ŞEMASI

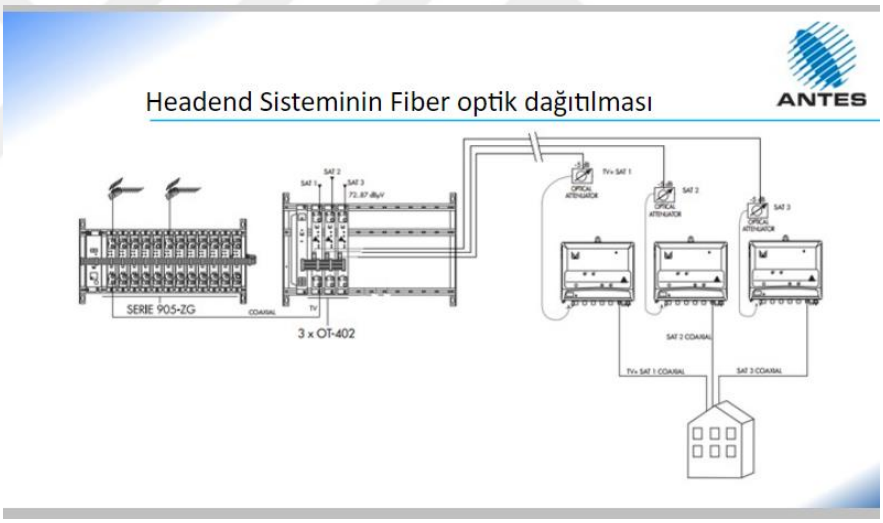
(BOTTONE, 2008)

1957 yılında Sovyetler Birliği'nin SPUTNIK-I uydusunu uzaya fırlatmasının ardından 1962'de Amerika Birleşik Devletleri, TELSTAR uydusunu göndermiştir (Aziz, 2013: 27). Intelsat (International Telecommunications Satellite Organization)[19], Eutelsat (European Telecommunications Satellite Organization)[20] gibi kuruluşların kurulmasıyla uydu yayıncılığı alanında ortak çalışmalar başlatılmıştır. Türkiye, 1968 yılında INTELSAT'a katılmış, 1994 yılında ise Aerospatiale isimli Fransız bir şirket tarafından yapılan TÜRKSAT-1B[21] ile başlamıştır. Daha sonra uzaya gönderilen

[19] Uluslararası Uydu Haberleşme Örgütü
[20] Avrupa Uydu Haberleşme Örgütü
[21] (www.turksat.com.tr, erişim tarihi: 20 Ocak 2019).

TÜRKSAT-3A, TÜRKSAT-4A ve TÜRKSAT-4B uyduları günümüzde aktif bir şekilde kullanılmaktadır.

Kablolu televizyon yayınları; fiber optik kabloların kullanımıyla gelişen DVB-C (Digital Video Broadcasting – Cable)[22] olarak adlandırılan bir yayıncılık sistemidir. Bu sistemde görüntüler, metinler, sesler ve veriler seyircilere kablolar aracılığıyla iletilmektedir. Bu sistemi, her mahalleye, apartmana, sokağa kablolar aracılığıyla elektrik dağıtan bir şebekeye benzetebiliriz. Yayın sistemleri, uydudan ve karasal yayından alınan sinyallerin, bir merkezde toplanarak buradan da kablolarla seyircilere iletilmesiyle gerçekleştirilir.



ŞEKİL 3: KABLOLU TELEVİZYON YAYINCILIĞI DAĞITIM ŞEMASI (ERSOY, 2014)

Özellikle sayısal teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, kablolu yayıncılık karşılıklı bir iletişim prensibine dayanmaktadır (Yaman, 2017: 250). Kablolu televizyonun avantajları, ağ adı verilen geniş bir köprü üzerinden yayın yapabilmesi,

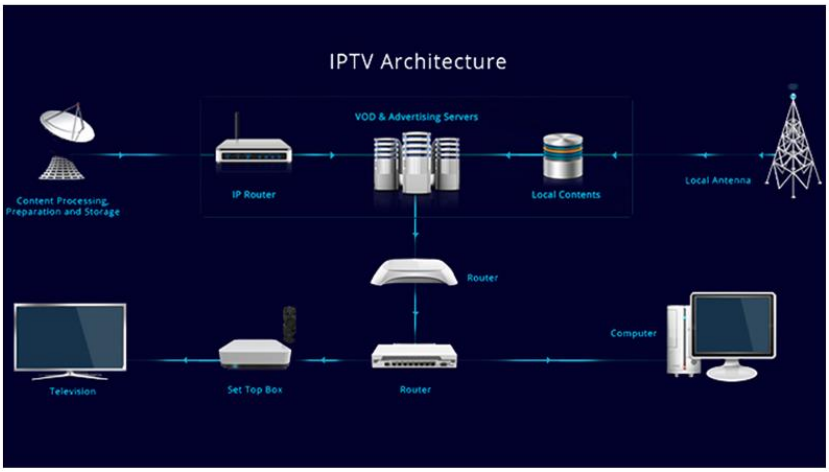
[22] Sayısal Video Yayıncılığı – Kablo

çok sayıda kanala sahip olması, yüksek çözünürlükte kesintisiz yayın izleme imkanı sunması ve yayınlardan bölüm alma kolaylığı gibi özelliklerdir (Kuzu, 2011).

Web Tv, IPTV (Internet Protocol Television), OTT TV (Over The Top Television) teknolojileri; izleyicilerin alışkanlıklarını değiştiren yeni nesil televizyon teknolojilerindendir. Kablosuz teknolojilerin yaygınlaşması ve ardından mobil cihazların (tablet, akıllı telefon) gündelik hayatta önemli bir rol oynamasıyla birlikte, izleyiciler televizyon yayınlarına ve her türlü içeriğe zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın istedikleri yerde erişebilme imkanına sahip olmuştur. Anten, kablo, reciever (alıcı) gibi kurulum maliyetleri olmaksızın tüm içerikler internet desteği olan tüm cihazlardan izlenebilmektedir. Kullanıcı, içerikleri önceden indirmek zorunda değildir. İndirme özelliği bu servislerin bazıları tarafından sunulan tercihe bağlı bir seçenektir.

IPTV (Internet Protocol Television)[23]; sayısal yayıncılıkla internet teknolojisinin birleşmesiyle televizyon yayıncılığına yeni bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır. O'Driscoll'ün tanımlamasına göre IPTV: şifresiz ya da şifreli radyo, televizyon, veri kanallarının, depolanan video, ses ve veri içeriklerinin, grafiklerin, metinlerin IP (İnternet Protokol) paketlerine dönüştürülerek geniş bant erişim teknolojileri üzerinden son kullanıcıya ulaştırılmasıdır (Akt. Eldeniz ve Kırık, 2010: 255). IPTV yayınlarına doğrudan erişim mümkün değildir. İçeriklere ulaşmak için abonelik, internet, modem, set üstü cihaz gibi donanımlara ihtiyaç vardır.

[23] İnternet Protokolü Televizyon Yayıncılığı



ŞEKİL 4: IPTV ÇALIŞMA PRENSİBİ (LUIZ, 2021)

IPTV, geleneksel yayın sistemlerinden farklı olarak seyirciyi pasif konumdan kurtararak, aktif birer kullanıcı olarak görmekte, bireylere özel bir izleme etkinliği sunmakta, bu süreçte kullanıcılar yayın akışını belirleyebilmektedir. IP sistemlerinin televizyon sistemiyle bütünleşmesiyle hem canlı yayın, hem isteğe bağlı izleme, hem de izle öde gibi hizmetler aracılığıyla kullanıcılarına zengin içeriklere erişim imkanı tanımakta, kullanıcılar istedikleri içeriklere her zaman ulaşabildikleri için zaman kavramı da kaybolmaktadır. Kullanıcının deneyimini en çok etkileyen unsur ise hem kullanıcının hem de servis sağlayıcının altyapısından kaynaklı video sinyallerinin kalitesidir.

IPTV'de iletim üç şekilde gerçekleştirilir:

Unicast: Tek bir konumdan sadece bir diğer konuma gönderim gerçekleştirilebilir.

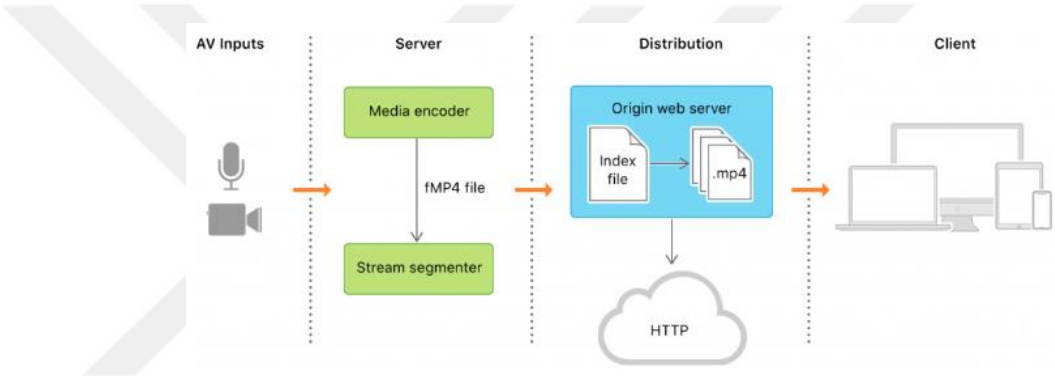
Multicast: Tek bir konumdan birçok konuma gönderim gerçekleştirilebilir.

Broadcast: Birden fazla konumdan tüm alıcılara gönderim gerçekleştirilebilir (Akyol, 2012: 196).

IPTV teknolojisi kullanıcıya sadece içerikler sunmaz, triple play adı verilen üçlü paket servis ile televizyon, internet ve telefon hizmetini bir arada sunarak,

kullanıcıların günlük hayatını kolaylaştırırken, aynı zamanda rakiplerine karşı daha cazip bir fırsat sunma amacındadır (Akyol, 2012: 198).

Web TV; izleyicinin internet aracılığıyla, bir web arayüzü kullanarak içeriklere ulaşılmasıdır. İnternet üzerinden, uzaktaki bir sunucuya bağlanıp verileri kendi sistemine çeken kullanıcı, televizyon yayınlarına ve sunucuda yer alan video içeriklerine internete erişimi olan bilgisayar aracılığıyla ulaşabilmesidir. Yayıncılık, domain adı verilen internet sitesi adresi üzerinden yapılır.



ŞEKİL 5: WEB TV ÇALIŞMA PRENSİBİ (YOKOYAMA, 2019)

Kullanıcılar içeriklere iki tip erişimle ulaşmaktadır: Canlı yayın, isteğe bağlı yayınlar. İsteğe bağlı yayınlarda, kullanıcılar için önceden kaydedilmiş ve depolama ünitesinde ya da bir serverda belirli bir dosya formatında sıkıştırılmış içerikler izlenebilmektedir. Youtube, vimeo, dailymotion gibi hizmet veren sitelerde depolanan içeriklere birden fazla kişi aynı anda ulaşabilmektedir (Akcan, 2017: 96). İçerikler, durdurulabilir, ileri geri sarılabilir, ekran büyültüp küçültmek mümkündür ve0 içerikler tekrar izlenebilme özelliğine sahiptir. Canlı yayınlarda ise, herhangi bir televizyon içeriğinin geleneksel yayın akışıyla aynı anda ya da gecikmeli olarak sunulması ya da içerik üreticisinin kendi canlı yayınını internet üzerinden izleyiciyle paylaşması söz konusudur.

Web TV'nin anten, kablo, alıcı ve verici gibi kurulması gereken araçlara ihtiyaç duymaması, bu yayıncılık sistemini oldukça ekonomikleştirmiştir. Ancak, yayın kalitesi o andaki internet sağlayıcısının kalitesine bağlıdır, bu yüzden de her zaman yüksek çözünürlükte ve kesintisiz bir yayın garanti edilemez.

Televizyonların, bilgisayar teknolojileri ile yakınsamasıyla birlikte ortaya internet ile geliştirilmiş televizyonlar çıkmıştır. Bu sayede bu tür televizyonlarda, standart yayıncılık anlayışının yanında internet üzerinden de izleme yapılabilmekte, kullanıcılar artık daha etkileşimli bir deneyim ve hizmet almaktadırlar (Uluoğlakçı, 2011: 12).

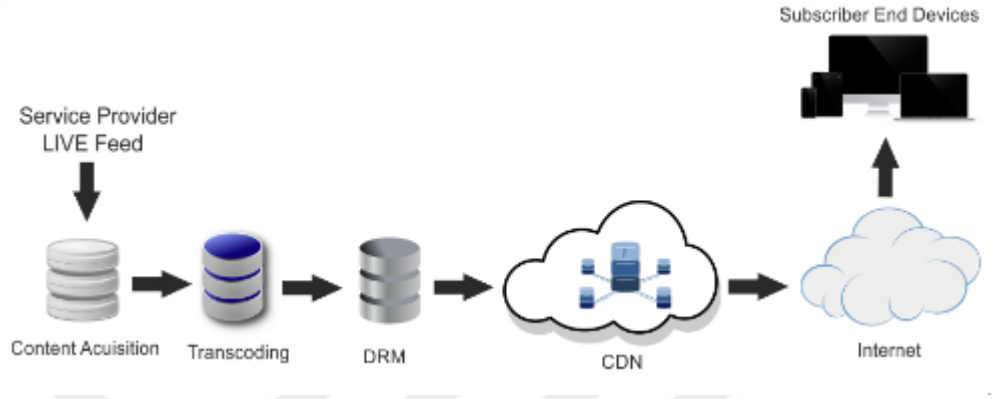
Web TV, etkileşime dayalı kullanıcı deneyimi sağlamaktadır. Böylelikle, kullanıcılar, takip ettikleri içeriklerin, geliştirilmesine ve kişileştirilmesine etki etmekte, içerikleri oylamakta ve geri dönüşler yapabilmektedirler. Web TV'nin dünya genelinde açık bir yapısı olduğundan, yayınların denetlenmesi ve kontrol edilmesi, kullanıcıların takibi oldukça zordur.

Televizyon yayıncılığının sınırlı ve kısıtlayıcı yapısına nazaran Web TV, açık internet erişimi sayesinde özgürlükçüdür ve yayıncılığın yeni bir jenerasyonu olarak kabul edilebilmektedir.

OTT TV: İnternet ile televizyonun birbirleriyle yakınsamasının ardından televizyon internet ile bütünleşmiş, internet ağları yoluyla yayıncılığa bakış açısı değişmiştir. Web TV ile IPTV sonrasında bir diğer yayın teknolojisi OTT TV (Over The Top TV) [24] ortaya çıkmıştır. OTT TV, kullanıcıların geleneksel bir kablo veya aboneliğine gerek

[24] Her Şeyin Üstünde Yayıncılık

duymadan internet üzerinden film ve televizyon içeriklerinin sağlanması için kullanılan bir kavramdır (Erkek, 2019: 52)



ŞEKİL 6: OTT TV SİSTEM İŞLEYİŞİ (OTT CLOUD)

Kullanıcılar IP adresleri üzerinden kişisel bilgisayarlar, televizyonlar ve mobil cihazlar gibi çevrimiçi aygıtlarla içeriklere ulaşabilmektedir. Ayrıca kullanıcıların yayınları seçebilmesi, durdurabilmesi, geri alabilmesi ve canlı yayınlara sosyal paylaşım siteleri vasıtasıyla katılabilmesi sayesinde kullanıcılar etkileşimli televizyonculuk deneyimini yaşamaktadır. Web TV'de olduğu gibi yüksek kalitede radyo ve televizyon yayınlarına düşük maliyetlerde erişebilmekte, fakat altyapı ve sağlayıcı faktöründen dolayı belli bir hizmet kalitesi garanti edilememektir.



ŞEKİL 7: OTT TV KULLANICI ARAÇLARI (OTT, 2019)

OTT TV örneği olarak Netflix, Hulu, Disney+ ve Amazon Prime Video gösterilebilir. OTT TV teknolojisi izleyicilere ister mobil cihazlarından(tablet, akıllı telefon) isterlerse de televizyonlarından yayınlara istedikleri zamanda ulaşabilmelerini sağlamaktadır. Ayrıca, oyun konsolları (nintendo, playsation ve Xbox), Smart TV, Set top boxlar (Apple TV, Google TV) aracılığıyla da içeriklere ulaşabilmektedirler (Moyler ve Hooper, 2010: 4).

OTT TV ve IPTV kullanım amacı olarak birbirine benziyor gibi görünse de aralarında farklar vardır. OTT TV ve IPTV yayınları izleyicilere ulaştırmak için interneti bir iletişim aracı olarak kullanmaktadır. Ancak OTT TV serbest yani açık ağlar üzerinden yayın yaparken; IPTV'de kullanıcı IPTV teknolojisini sağlayan bir içerik dağıtıcısına abone olmaktadır. Aboneler dağıtımcı tarafından belirlenmiş yayınlara ulaşabilirken, OTT TV'de ise platforma üyelik ile birlikte kullanıcı Netflix, Hulu, gibi servis sağlayıcılarında tüm içeriklere ulaşabilmektedir.

IPTV telekom şirketlerine bağlı iken OTT TV telekom şirketlerinden bağımsız bir yapıdadır. Ek olarak, IPTV daha çok bulunduğu bölgeye hizmet verebilmekte, OTT TV yayın yapılmasına izin verilen her ülkeden rahatlıkla ulaşabilmektedir.

OTT TV teknolojisinde kullanıcı youtube, dailymotion gibi video içeriğine sahip sitelere televizyon ekranlarındaki uygulamalarla ulaşılabilir. IPTV teknolojisinde böyle bir özellik mevcut değildir.

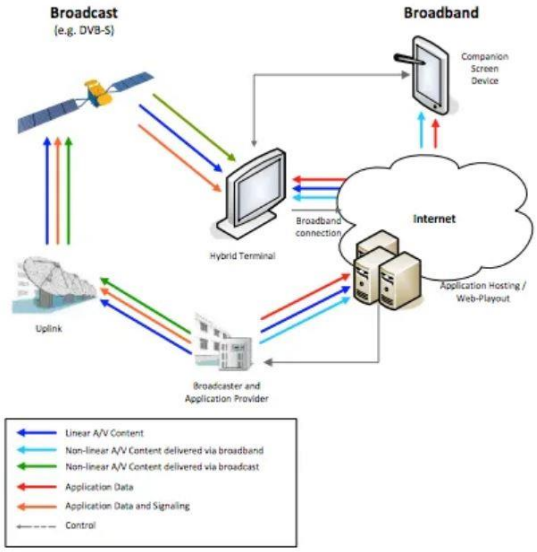
OTT TV'nin diğerlerinden daha fazla tutulmasının nedeni olarak aşağıdaki üç unsur gösterilebilir:

Erişilebilirlik: Kullanıcılar, içeriklere her an ve her yerden ulaşmak isterler. Çoklu platform desteği sayesinde OTT TV aboneleri rahatlıkla yayınlara erişebilirler.

Kontrol: Kullanıcılar, izledikleri programlar üzerinde, çözünürlük tercihinden başlayarak, tekrar izleme, ileri geri sarma, dilediği platformdan izleme, kişisel tercihlerine göre filtreleyebilme gibi özellikleri kontrol edebilirler.

Maliyet: Kullanıcı, kablo aboneliklerindeki kurulum gerektiren anten, uydu ya da ekstra set up box gerektirmediğinden daha az maliyetlidir. Tek bir üyelik ile farklı cihazlarda aynı içeriğe erişebilmektedir.

HBB TV (Hybrid Broadcast Broadband); yeni cihaz ve servislerle izleyicilere çevrimiçi içeriklerle beslenmiş yayınların TV'lerine eriştirilmesi olarak tanımlanabilir. Hibrid TV'ler IPTV'lerden farklı olarak, *broadband* ve *broadcast* networklerini birlikte kullanmaktadırlar.



ŞEKİL 8: HİBRİT TV ÇALIŞMA ŞEMASI (REIFSCHNEIDER, 2020)

Hibrit TV uygulamaları özellikle Almanya ve Fransa başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde (Hollanda, Avusturya, İsviçre, Macaristan) geçiş yapılmış, ülkemizde ise TRT HD kanalında hibrit TV 18 Eylül 2014 tarihinde test yayınına

başlamıştır. Günlük erişimi 10 milyona dayanarak bu yayıncılık sistemine olan ilgi kanıtlanmıştır (Onay ve Taş, 2014: 373).

Bu yayın sisteminin doğru çalışabilmesi için, cihaz içerisinde yer alan mekanizmanın içeriklerle gelen kodları çözmesi gereklidir. Kodları çözebilen cihazlarda içerikler izlenirken ekranda, kumanda üzerindeki renkli tuşlar aracılığıyla kullanıcılardan yönlendirme yapması istenmektedir.



ŞEKİL 9: HİBRİT TV EKRAN ÖRNEĞİ (PETTAZZI, 2014)

Böylece kullanıcının tetiklemesi sayesinde yayınla birlikte sunulan hibrit TV içeriklerine erişilebilmektedir. Örneğin, normal yayın akışı esnasında ekrana gelen bildirimlerde, 'tema değiştirmek için yeşil butona basınız', 'sonraki menü için sarı tuşa basınız', 'tanıtımı izlemek için OK tuşuna basınız' gibi yönlendirmeler yer almaktadır. Bir diziyi veya bir maçı izlerken kaçırdığınız sahneyi/pozisyonu geri alıp izleyebilme, 'takımların istatistiklerine ulaşmak için kırmızı tuşa basınız' dizideki oyuncunun üzerindeki takıyı 'satın alma sayfasına geçmek için yukarı tuşuna basınız' gibi interaktif katılımla seyirciye eşsiz deneyimler yaşatmaktadır.

Hibrit TV'nin özelliklerinden bazıları şunlardır: TV kanallarına/dizi veya programlara özgü uygulamalar, çok dilde yayın uygulaması, hibrit reklam, kişileştirilebilen ekran özellikleri, ikili ekran özelliği, e-devlet, eğitim, sosyal paylaşım platformlarına erişim, geri sarma özellikli canlı yayınlar, spor müsabakalarını farklı açılardan izleyebilme…

21. yüzyılda yayıncılar, uydu yayını ve geniş bant bağlantılarını birlikte kullanarak, hibrit TV uygulamalarının geliştirilmesine katkı sağlamakta ve geniş izleyici kitlelerine ulaşmasına yardımcı olmaktadırlar. Henüz yolun başında olan hibrit TV yayıncılığının araştırma ve geliştirme çalışmaları devam etmektedir.

2.1.2. Dijital Yayıncılığın Avantajları ve Dezavantajları

Teknolojik gelişmeler insan hayatını büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır. İnternet kullanımının her geçen gün artış göstermesiyle birlikte hemen her alanda dijital dönüşümler yaşanmaktadır. Medyanın dijitalleşmesi ve yeni medya araçlarının ortaya çıkmasıyla, yayın süreçlerinde, yayınların içeriğinde, yayıncılık anlayışında bir değişim ve dönüşüm başlamıştır. Dijital yayıncılığa geçiş, siyasi düzenleyiciler, yayıncılar, hizmet sağlayıcılar ve kullanıcılar gibi bir çok paydaşın dahil olduğu bir sistemdir.

Sayısal uydu teknolojisinin gelişim göstermesiyle birlikte hem kullanıcılar hem de yayıncılar açısından birçok faydası bulunmaktadır. Bunlardan bazıları:

- Analog sinyallerde belli bir seviyeden sonra bozulma ve hava şartlarından dolayı parazit meydana gelmektedir (Kandemir, 2018: 56). Taşınabilir yayın sistemleri sayesinde anten gereksiniminin ortadan kalmasıyla sayısal sinyallerde resim kalitesinde bozulma olmadan temiz bir iletişim sağlanabilmektedir.

- Analog yayın sisteminde, tek bir verici üzerinden tek bir frekansta yalnızca bir kanal yayını yapılabilirken, dijital yayın konseptinde ise, aynı verici kullanılarak, tek frekansta 4 dijital televizyon kanalı eş zamanlı olarak yapılabilmektedir. Böylelikle hem enerji tasarrufu sağlanmakta hem de maliyet düşmektedir (Kuyucu, 2021: 278).
- Sayısal televizyon teknolojilerinin en belirgin özelliğinden bir tanesi etkileşimdir. Televizyon setleri artık sinyal almaktan çok daha fazlasını yaptığından aynı zamanda etkileşimli uygulamalar (oyun, teletekst, sesli açıklama) sunmaktadır (Kandemir, 2018: 56).
- Yeni medya ile etkileşim artmış, izleyicinin konumu pasiften bilinçli izleyen, tercih eden, araştırmacı aktif kullanıcıya evrilmiştir.
- Digital yayınların farklı ortamlara aktarılması ve diğer cihazlarla uyumlu çalışması analog sinyale göre çok daha kolaydır. Dijital kodlu görüntü ve sesler mevcut tüm iletim ağlarına uyumludur. Örneğin bir analog görüntünün bilgisayarda izlenebilmesi için mutlaka ek bir donanıma ya da çevirici gerekliyken, dijital video kolayca izlenebilmektedir.
- Analog yayın sürecinde sunulan ürünler tekrar kullanılmak istendiğinde kalitesi düşmektedir, fakat dijital kayıt ve yayınlarda ise farklı kanallara herhangi bir kayıp olmadan birçok kez tekrar tekrar aktarılarak kullanılabilmektedir. Saklama ve aktarım işlemleri kolay gerçekleştirilebilmektedir.
- Sayısal televizyonun yayıncılığının diğer önemli avantajı yakınsamadır. Yakınsama; "aynı türden özelliklere sahip platformların

benzer özellikleri karşılayabilmeleri" olarak tanımlanabilmektedir (Yengin, 2012: 85). Dijital televizyon yayıncılığında, televizyon yayınlarının içerikleri, internet ağı ve iletişim teknolojileri ile aktarılması örnek olarak verilebilir. Yakınsama bütünleşmeyi beraberinde getirerek ve bugüne dek olmayan bir iletişim çeşidi ortaya çıkarmıştır.

- Dijital yayıncılıkta abonelik esasına göre erişilebilen kanalların paketlenmesine olanak tanımaktadır. İsteğe bağlı program seçebilmek, sistemde yer alan rehber özelliğiyle, yayın merkezinden izleyici talebine bağlı olarak farklı programların farklı abonelere doğrudan yönlendirilmesi sağlamaktadır.
- Dijital yayıncılıkta, ek kanallar, HD alternatifler, ödeme kolaylığı gibi daha geniş programlama ve hizmet seçenekleri sunulmaktadır.
- Rejenerasyon[25] adı verilen bir sistemle çalışması nedeniyle, sinyaller kendini sürekli yeniler. Bu yenilemeler sonucu kendinden önceki sorunlar çözülebilir.
- Dijital görüntü ve ses farklı kullanıcılara kendi altyapı kapasitesi oranında farklı kalitede gönderilebilmekte; izleyici alıcısının durumuna göre hizmet almaktadır.
- Saklanacak verilerin büyüklüğü, zaman yönetimi yapmak adına sıkıştırılmaktadır. Böylece hem yer hem de zaman tasarrufu yapılabilmektedir.

[25] Kendini yenileme.

- Görme ve işitme engelli bireylere yönelik, sesli anlatım ya da altyazı özelliklerini etkin hale getirebilen uygulamaların kullanılabiliyor olması, dijital yayıncılığı avantajlı hale getirmektedir.

Sayısal televizyonun yayıncılığının birçok avantajı olduğu kadar dezavantajları da mevcuttur. Bu dezavantajları aşağıdaki şekilde sıralayabilmek mümkündür (Kırık, 2010: 31) :

- Dijital yayın sistemi kurmak, uzun vadede önemli tasarruflar sağlarken, ilk kurulum aşamasında yayıncılar ve ağ operatörleri için özel donanım ve altyapı gerektirdiğinden yüksek başlangıç maliyeti vardır. Daha sonraları ise genişletme ve sertifikasyon çalışmaları için ek yatırımlar gerekmektedir. Ek olarak, içerik üretimi ve edinimi, eş zamanlı yayın, iletişim ve pazarlama aşamaları, müşteri desteği için alt yapı geliştirme işlemlerinin her biri fazlaca harcama gerektiren işlemlerdir.
- Teknolojik problemler, dijital yayıncılığı olumsuz etkileyebilecek nedenlerden biridir. İletilen datanın birden bozulabilmesi, eşleme sorunu ve veri transferinde gecikmeler, kullanıcıya iletilen paketlerin gönderimi sürecinde sıralamanın değişkenliği, yayınların durarak izlenmesi, sunucu bağlantılarında meydana gelen sorunlar, izleyici miktarına ve yoğunluğa bağlı yayınlarda gecikme, kopma gibi problemlerin meydana gelmesi teknolojik alt yapı sorunları olarak sıralanabilir.
- Belirtilen sistematik ve teknolojik dezavantajlarının dışında dijital televizyon yayıncılığı, televizyon izleme, ailecek birlikte paylaşılan bir aktivite olmaktan çıkarak, içeriklerin ve tercihlerin bireysel olarak

yönlendirilebildiği kişisel bir deneyim haline dönüşmüştür. Bu da aile arasındaki bağı olumsuz etkilemektedir.

- Dijital yayın sistemleri analog sistemlerle geriye dönük olarak uyumlu değildir, bu da eski televizyonların dijital sinyalleri almasını zorlaştırabilir.
- Bant genişliği sınırlamaları: Dijital yayın, analog yayına göre daha fazla bant genişliği gerektirir; bu da sinyal kalitesi ve güvenilirliğiyle ilgili sorunlara yol açabilir.

Yukarıda belirtilenlerden hareketle, dijital yayıncılığın, analog yayıncılığın sağladığı izleme hazzını daha da ileri taşıdığı söylenebilir.

2.1.3 Dijital Platformlar

Platform kelimesi 'yüksekçe yer' (TDK) anlamına gelmekteyken, modern çağda platform denildiğinde yalnızca dijital medya ve bilgisayar sistemleri gelmektedir. Hands platform kelimesini

> "…spesifik internet hizmetleri ve toplumsal etkileşim için bir çatı, ya da diğer enformasyon dağıtım sistemleri ile ağlaşmış iletişimlere erişim sağlayan arayüzler sunan uygulamalar ya da portallar" olarak tanımlamışlardır (Hands, 2013: 1).

Dijital platformlar genel olarak internet üzerinde çalışan, kullanıcıları bir araya getiren medya arayüzleri, uygulamaları ya da Web 2.0 portallar olarak açıklanabilir.

Modern teknolojiler ve internet dünyanın dijitalleşmesini sağlamış, bu dijitalleşme kavramı ise yeni yayıncılık sitemlerinin gelişmesine, medyanın yön değiştirmesine zemin hazırlamıştır. Telefon, radyo, televizyon ve bilgisayar gibi tüm iletişim araçları dijitalleşmiş ve sonrasında üretim, tüketim, bilgiye ulaşma, paylaşma

pratikleri ve toplumsal yaşam hemen her alanda dönüştüğü gibi televizyon yayın ve izleme alanında da değişiklikler yaşanmıştır.

Yeni medya olarak isimlendirilen internet tabanlı yayıncılık geliştirilmiş, bu yeni sistem dünyanın neresinden yayın yapılırsa yapılsın, zaman/mekan kısıtlaması olmadan, insanların birbiriyle etkileşime geçmesini sağlamıştır. İnsanları ağlarla birbirine bağlayan yeni medya, seyirci/kullanıcı olgusunu da değiştirmiştir. İnternetin bir çok cihazla kullanılabilir hale gelmesiyle, üretici ve kullanıcı arasındaki ayrım ortadan kalkmış, kullanıcılar yeniden üretim yapma imkanı bulmuştur. Tüm bu gelişmeler dikkate alındığında bu içeriklerin yayınlanması için bir platforma ihtiyaç duyulduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Dijital platformların ortaya çıkışı, sosyal ve ekonomik etkileşimlerin çevrimiçi olarak, çoğunlukla uygulamalar aracılığıyla izleyicilere sunulması ve izleyiciyle etkileşime girmesiyle gerçekleşmiştir. Dijital platformlar, kullanıcılar ve teknolojik altyapıyı internet ve mobil cihazlar aracılığıyla farklı kullanıcı gruplarının etkileşimi ve işlemlerini kolaylaştıran çevrimiçi servisler olarak açıklanabilir.

Dijital platformlar, düşük maliyetli giriş ve geniş bir kullanıcı tabanına erişim sunarak büyüme ve yenilik arayan hem köklü şirketlere hem de yeni kurulan şirketlere fırsatlar sunmaktadır.

2.1.3.1 Dijital Platformların Özellikleri

90'lardan sonra dijital televizyon yayıncılığı yeni bir tür olarak televizyon yayıncılığı içinde yerini alır. Platform adı verilen dijital televizyon yayıncılığı, bilgisayar ve telekomünikasyonda yaygın olarak kullanılan teknolojileri yakınsar ve tekil ve çoğul içerikleri internet üzerinden izleme başına veya süreli aboneliklerle ödeme yaparak izleyebilme imkanı sunar (Chalaby ve Segell, 1999: 351- 368).

Dijitale transfer olan yayıncılık, kendi içerisinde farklı nitelikler taşır. Bu nitelikler; farklı ödeme yöntemleri, içeriklere erişim biçimleri, kullanıldığı cihazlar gibi bazı alanlarda ortak bazılarında tekil özellikler içermektedir. İzleyiciler, kendilerine sunulan bu seçenekler arasında kendilerine uygun olanı tercih eder.

Dijital televizyon platformlarının genel özellikleri arasında televizyon yayınlarının internet ile birleştirilmesi, etkileşimli yayıncılığı teşvik etmesi ve daha fazla kanal sayısına ve içeriğe imkan vermesi sayılabilmektedir (Koyuncu, 2017: 319). İzleyiciler ise televizyon izleme deneyimlerine hızlı bir şekilde adapte olarak daha fazlasını talep etmeye başlamıştır. Bu yüzden mevcut dijital televizyon platformları da izleyicinin talebini karşılamaya çalışmakta ve hem izleyici için farklı deneyimler sunmakta hem de farklı içerikler üretmektedir (Chalaby ve Segell, 1999: 351- 368).

Tekrar izleme: İzleyici, platformdaki tüm içerikleri birden fazla kere izleyebilir. Kiralama tabanlı platformlarda da bu özellik var olup kullanıcıya önceden belirtilen süre için defalarca izlenebilen içerikler sunar. Canlı yayınları arşivleyebilen platformlarda ise kaçırılan TV içerikleri izlenebilir kılınır. İzleyiciyi lineer yayıncılık dayatmasından kurtaran bu özellik yayın akışı takibi zorunluluğunu eleyerek kişiye kendi takviminde istediği içeriğe istediği zaman ulaşabilme imkanı tanır.

Çapraz/Çoklu Platform Desteği: İzleyici, izlemek istediği içeriğe herhangi bir cihaza sadık kalmadan tercih ettiği herhangi bir araç üzerinden ulaşabilir. Birçok dijital platform çapraz platform desteğine sahiptir. Örneğin Apple TV+, Playstation üzerinden izlenebilmektedir. Amazon Prime Video ve Netflix, Playstation, Roku,

Xbox, uyumlu bluray cihazlardan erişilebilir durumdadır. Amazon Prime Video ek olarak akıllı alarm saati Echo Spot üzerinden de izlenebilmektedir (Segan, 2019)[26]

İzleme alışkanlığına gerek indirilebilir uygulamalarla, gerekse cihazın üzerinde kurulu gelen uygulamalarla zaman açısından avantaj sağladığı gibi mekan açısından da farklı tercihlere olanak sağlar. beIN Connect ve yakın dönemde yayınlarına başlayan Gain TV bu mottoyu vizyon kabul ederler.

Kişiselleştirme: Yeni medyanın literatüre kattığı kavramlardan biri olan kişiselleştirme, dijital televizyon platformlarında da çok yaygın olarak kullanılan kavramlardan biridir. Bilgisayar sistemlerinin kullanıcıları tanımasıyla ve kullanıcıların ihtiyaçlarına ve ilgi alanlarına göre içeriklerini düzenlediği bir özellik olan kişiselleştirme, büyük veri (big data) aracılığı ile neredeyse elektronik her ortamda kullanıcı karşısına çıkmaktadır. Özellikle bir üyelik sisteminin olduğu sitelerde, platformlarda ve uygulamalarda yoğun olarak kullanılmaktadır. Arama geçmişleri, daha önce yapılan satın almalar, daha önce izlenilen içerikler ve dijital dünyada attığımız her adımın kaydedilmesiyle ortaya çıkan algoritma, dijital sistemlerin kullanıcıyı tanımasına olanak sağlamakta ve bir sonraki içeriklere de buna göre öncelik vermektedir.

Dijital platformların sağladığı içerikler ise genellikle kullanıcıların izlemeyi tercih ettiği içeriklerin konularına benzer konulardaki yeni içeriklerin öneri olarak sunulması ya da son izlenilen içeriğin devamının ve aynı konulardaki içeriklerin izleyicinin karşısına çıkarılması olarak görülebilmektedir. Netflix, kişiselleştirme konusunda iddialı bir veri toplayıcıdır. Kullanıcıların izlediği yayınların konularına,

[26] (https://www.pcmag.com/reviews/amazon-echo-spot: erişim tarihi: 22 Mart 2021)

başrol oyuncularına ve diğer kullanıcıların önceki izlenilen içerikten sonra yoğun olarak izledikleri bir sonraki içeriklere göre bir kişiselleştirme yapmaktadır. Netflix aynı zamanda ara yüzlerinde yer alan içeriklerin afişlerini de kişiselleştirilmiş bir şekilde izleyiciye sunmaktadır. Her bir içeriğin birden fazla afişi vardır ve izleyici en çok ne tür yayınlar izlediyse Netflix o yayın üzerinden kullanıcının tercihlerini konu alan bir afiş kullanmaktadır.

İsteğe Bağlı İzleme: Platformlarda ya da sistemlerdeki isteğe bağlı video anlamına gelen VoD (Video on Demand) özelliği, etkileşimli televizyon yayıncılığı sunan platformların sağladığı bir hizmettir. VoD özelliği ile kullanıcı isterse hazır bir film arşivinden ya da mevcut bir televizyon kanalı üzerinden önceden kaydedilmiş yayınları seyredebilmektedir. Analog yayıncılıktan beri kullanılabilen bu özellik, dijital teknolojilerin gelişmesiyle beraber oldukça gelişmiştir. Etkileşim seviyesinin artışına göre daha çok hizmete imkan veren VoD hizmetinin de kendi içerisinde farklı özellikleri öne çıkabilmektedir.

İzleyici istediği yayını veya kanalı set üstü cihazı üzerinden seçerek şifresinin çözülmesini sağlar ve film, spor programları, alışveriş kanalları, erotik filmler, müzik yayınları, belgesel programları gibi çeşitli yayınlara erişim yapabilmektedir (Akyol, 2012: 297).

Nonlineer - Doğrusal Olmayan İzleme: Lineer (doğrusal) televizyon yayıncılığı, yayıncı tarafından seçilen ve belirli bir yayın akışı içinde izleyiciye sunulan programlar bütünüdür. Bu yayıncılık tipinde izleyici pasiftir. Kendisine oluşturulan yayın akışının dışına çıkamaz, tercih yapamaz. Nonlineer yayıncılık tipinde ise izleyiciler hangi programları ve ne zaman izleyeceklerine karar verebilir. Herhangi bir zamanda bir şovu izleme yeteneği, zaman kaydırmalı izleme olarak adlandırılır; bu, ya

daha sonra izlenmek üzere bir PVR gibi bir cihazla tüketici kayıt gösterileri ya da izleyicinin rahatlığında seçilecek içeriği sağlayan yayıncı tarafından gerçekleştirilebilir.

Doğrusal olmayan içerik genellikle kişisel bilgisayar veya akıllı telefon gibi televizyon dışındaki bir cihazda görüntülenir. İsteğe bağlı video (VOD) içeriği, Netflix, Hulu, Starz veya Amazon Video gibi akış hizmetleri aracılığıyla internet üzerinden iletilebilir veya bir televizyon sağlayıcısı tarafından doğrusal programlamalarına ek bir seçenek olarak sağlanabilir. Çoğu içerik üreticisi artık programların akışını kendi web siteleri aracılığıyla sunuyor, ancak bazen sunulan katalog bir şekilde, örneğin yalnızca yeni yayınlanan bölümler sağlanarak küratörlüğünü yapıyor. Video aynı zamanda - yasal veya yasadışı olarak - bir eşler arası aracılığıyla indirilebilir. BitTorrent gibi bir ağ veya doğrudan bir video barındırma web sitesinden indirilebilir. İnternet hızları ve medyayı görüntüleyebilen alternatif cihazların sayısı arttıkça, doğrusal olmayan medya tüketen insan sayısı da arttı.

Arayüz: Uygulamada kullanılan arayüz, izleyicilerin platformda kaliteli bir deneyim yaşamasını ilk adımıdır. Basit ve anlaşılır bir tasarım, kullanıcıların ilgisini çekmektedir.

İçerik Kitaplığı: Platformlar, farklı zevklere ve tercihlere hitap edecek çok çeşitli filmler, TV şovları, belgeseller ve özel içerikler sunmaktadır.

Gelişmiş Arama ve Filtreleme: Tüm platformlarda, içeriklerin hızlı ve verimli bir şekilde bulunmasını sağlayan ve ilgi alanlarına uygun içeriği keşfetmelerine yardımcı olan güçlü bir arama ve filtreleme sistemi mevcuttur.

Çoklu Abonelik Planları: Kullanıcılar, aylık, yıllık ve deneme seçeneklerini içeren abonelik planları sunarak kullanıcıların bütçelerine ve izleme alışkanlıklarına göre paket seçmelerine imkan vermektedir.

Yüksek Kaliteli Yayın: Yüksek çözünürlüklü (HD) ve UHD, 4K akışı desteklemektedir.

Kullanıcı İncelemeleri ve Derecelendirmeleri: Kullanıcıların içeriği derecelendirmesine ve incelemesine olanak tanır. Netflix'te 'beğendim', 'beğenmedim' özellikleri mevcuttur.

Ebeveyn Denetimleri: Platformlar, ebeveyn kontrolü özelliklerini uygulayarak ebeveynlerin içeriği yaşa uygunluğuna göre kısıtlamasına imkan veren çocuk dostu profil seçeneklerine sahiptir.

İçerikleri Kategorilere Ayırmak: İçerik, türlere, koleksiyonlara ve temalara göre kategorilere ayrılabilmektedir.

Çoklu Dil Desteği: Platformun arayüzündeki dil seçenekleri de dahil olmak üzere, farklı bir hedef kitlelere ulaşabilmek için birden fazla dilde içerik sunulmaktadır.

Cihazlar Arasında Senkronizasyonu: Kullanıcılar, herhangi bir sebeple izlemeyi yarıda kestikleri içerikleri, farklı cihazlar üzerinden kaldıkları yerden izlemeye devam etmelerine sahiptirler.

Sosyal Paylaşım ve Entegrasyon: Bazı platformlar, içeriklerin linkler aracılığıyla paylaşılmasına olanak sağlar.

Analizler ve İçgörüler: Kullanıcı davranışı, içerik performansı ve trendler hakkında bilgi edinen platformlar bu bilgileri diğer kullanıcılara da öneri olarak sunabilmektedirler.

Bu özelliklerin her biri, kullanıcı deneyiminin geliştirilmesine ve çevrimiçi akışın rekabetçi dünyasında dijital platformların daha fazla talep görmesinde ve yerini sağlamlaştırmasında etkilidir.

2.1.4. İş Modeline Göre Dijital Platformlar

Dijital platformlar, çeşitli iş modelleri üzerine kurulmuşlardır. Popüler iş modellerinden bazıları şunlardır: abonelikle izleme (SVOD), reklamla izleme (AVOD), kiralayarak izleme (TVOD), ayrıcalıklı izleme (PVOD).

Abonelikle İzleme – SVOD: Platformdaki içeriklere erişebilmek için önkoşul olarak aylık veya yıllık ödeme planlara tabi olarak bir abonelik oluşturmak gerekir. Bu sisteme abonelikle izleme adı verilir. Netflix, Amazon Prime, BluTV, Exxen, Gain gibi platformlar bu tip sisteme örnektirler.

Reklamla İzleme - AVOD: Platform bünyesindeki içeriklere ulaşmak için herhangi bir ücret ödenmesi gerekmeyen sisteme reklamla izleme sistemi adı verilir. İçeriğin herhangi bir noktasında reklam gösterilir. Platform reklam gelirlerinden izleyicinin abonelik ücretini nötürler. Youtube, Puhu TV, Dailymotion, Exxen (reklamlı seçeneği) bu tip sisteme örnektirler.

Kiralayarak İzleme – TVOD: Platformdaki herhangi bir içeriği izleyebilmek için içerik başına bir ücret ödenir. Bu tip her içerik için ayrı ücret ödenen sisteme kiralayarak izleme denir. BluTv, Amazon Prime, Itunes, Apple TV+, Tivibu bünyesindeki bazı içerikler kiralanabilir.

Ayrıcalıklı İzleme - PVOD: Ayrıcalıklı izleme sisteminde film yapım ve dağıtım şirketleri, yeni içeriklerini çeşitli dijital platformlar üzerinden sunarlar. Platformlarda ön gösterimini yapan şirketler platformla anlaşmalı olarak özel bir ücret talep ederler. Pandemi döneminde başvurulan bu yöntemle sinema ve DVD aşamaları es geçilerek

doğrudan platform üzerinden prömiyer yapılır. Amazon Prime'ın Trolls World Tour filmini ve Disney+'ın Mulan filmini ek ücretle gösterime sokması bu tip ayrıcalıklı izlemeye örnektir.

2.1.5. Türkiye'deki Dijital Yayıncılık Platformları

İnternet teknolojisinin ortaya çıkması ve yıllar içinde gelişmesi ile televizyon için üretilen diziler ve filmler dijital platformlarda daha özgün ve daha planlı bir şekilde sunulmaya başlamıştır. Türkiye'de uygulamada olan dijital yayıncılık platformlarını, yerel ve küresel dijital platformlar diye ayırabiliriz. Her iki tür platform da medya tüketim alışkanlıklarını ve iletişimi etkileyerek dijital çağın önemli bir parçası haline gelmişlerdir. Yerel ve küresel dijital platformlar, içerik sunma ve dağıtma açısından farklılıklara sahiptir. Yerel platformlar, belirli bir bölge veya ülkeye odaklanırken, küresel platformlar dünya genelinde kullanıcılara hizmet vermektedir. Küresel platformlar, genellikle çok sayıda ülkede faaliyet göstermektedirler. Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ ve YouTube gibi platformlar, küresel dijital platformlara örnek verilebilirler. Uluslararası üreticilerin içeriklerini kullanıcılara sunarak farklı kültürlerden içeriklerin paylaşılmasına olanak tanımakta, zengin bir izleme içeriği oluşturulmaktadır. Ayrıca, küresel platformlar, daha geniş bir kitleye ulaşarak daha büyük bir pazar payına sahiptirler. Yerel platformlar, bölgesel içeriklerin, kültürel anlayışın ve dilin korunmasına katkıda bulunurken, küresel platformlar ise farklı kültürlere tanıklık etmeye fırsat sunmaktadırlar.

2.1.5.1 Yerel Dijital Platformlar

Türkiye'de TRT ile başlayan televizyonculuk geleneği, özel televizyon kanallarıyla bir müddet devam etmiş ve daha sonrasın özel yayın kanallarının sayısı artmıştır. Her ne kadar kanallar özelleşse de kontrol ve denetim yine devlet kontrolünde olduğundan, televizyon için üretilen içeriklerin, toplumun kültürüne ve ahlakına da zarar vermeyecek, devletin çıkarlarına ters düşmeyecek olması gerekmektedir. Bu uygulama içerik üreticilerinin ifade özgürlüğünü olumsuz etkilemiş ve içerikte sansürün kullanılmasına neden olmuştur. Ayrıca Türk dramalarının 3 saati aşan uzunlukları, kaliteyi düşürmekte ve izleyicinin dikkatini dağıtmaktadır. Dolayısıyla, dijital platformlarda kısa süreli, yüksek kaliteli ve sansürün en az düzeyde uygulandığı içerikler sunulmasıyla, Türk izleyicisinin hemen ilgisini çekmiştir (Demircan, 2021: 3).

Türkiye'deki yerel dijital platformlar arasında BluTV, Exxen ve Gain gibi platformlar yer almaktadır. Bu platformlar, Türkiye'deki kullanıcılara yerel ve kendi kültüründen ürünleri sunmakta, hem kullanıcıların izlemeye yönelik ihtiyaçlarını karşılamakta hem de dijital yayıncılık sektörünün büyümesini sağlamaktadır. Bunun yanında, Türkiye'deki platformlar, içerik üreticilerine yeni gelir kaynakları sağlamakta ve yerel içeriklerin dünya genelinde daha geniş bir kitleye ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Yerel dijital yayın platformları, Türkiye'de dijital yayıncılığın gelişmesine katkıda bulunarak yerel pazarın büyümesine katkı sağlamaktadır.

Yerel dijital yayın platformların sınırlı bir kitleye ulaşması, içerik çeşitliliğini olumsuz etkileyebilmekte, çeşitliliğin azalması ise kullanıcıyı/izleyiciyi farklı alternatif aramaya yönlendirmektedir. Yerel olmalarından dolayı da küresel dijital yayın platformlarına karşı rekabet etmeleri zor olabilir. Ülkemizdeki bazı dijital platformlar:

BluTV, 2015 yılında kendisine ait orijinal içeriklere yer veren, dizi, film ve canlı yayının reklamsız izlendiği bir yerli dijital platformdur. Türkiye'nin ilk dijital televizyonu olma özelliğiyle kurulan BluTV, ücretli abonelik sistemiyle, her türlü akıllı cihazda çalışmaktadır. Paket yayınların yanı sıra içerisinde haber, eğlence, çocuk, spor, belgesel olmak üzere canlı yayın kanallarının da bulunduğu bir platformdur. Platformun ilk yapımı olan 'Masum' isimli tek sezonluk dizi oldukça ilgi çekmiştir (Dönmez ve Kırık, 2019: 448).

PuhuTV, Türkiye'deki yeni nesil televizyon yayıncılığında BluTV'den sonra 2016'da kurulan ikinci platformdur. BluTV ile PuhuTV arasındaki fark, PuhuTV'nin ücretsiz olması, kullanıcılara videoların başı, ortası gibi farklı zamanlarda reklam izleterek işleyişinde reklama ve sponsorluğa yer vermesidir. Reklam engelleyicilerin bulunduğu tarayıcılarda platform, açılmamakta, reklam atlama özelliği bulunmamaktadır. Gelir kaynağı olarak reklamları kullanmasından dolayı PuhuTV, iş modeli olarak geleneksel televizyon yayıncılığına benzemektedir (Kavi ve Akyol, 2020: 160) Platforma ait orijinal içerikler olduğu gibi Türk ya da yabancı televizyon kanallarında yayınlanmış içeriklere de yer vermekte, NTV, Star TV, Kral TV yayınlarını da canlı olarak sunabilmektedir.

beIN Connect 'Dilediğin Yerde', 'Dilediğin Zamanda' prensipleriyle kurulan iki platformun tek bir platform olarak birleşmesiyle doğar. Platform Digiturk bünyesinde kurulur ve web tabanlı, uygulama tabanlı olmak üzere iki servise sahiptir. Sadece Digiturk'e daha önce üye olmuş kullanıcılara sunulur ve ancak onlara ücretsizdir.

D-Smart Go, uydu sistemi yayıncısı D-Smart'ın bir uzantısıdır. D-Smart Go, iOS ve Android tabanlı cihazlar ile smart TV özelliğine sahip televizyonlara kurulan uygulamalarla ulaşılabilir bir platformdur ve D-Smart'tan farklı olarak harici bir cihaza gereksinim duymaz.

Turkcell TV+, 2012 yılında Turkcell tarafından piyasaya sürülen bir dijital TV platformudur. Platform akıllı telefon, tablet, web veya televizyon üzerinden erişim imkanı sunmaktadır. Ayrıca interaktif uygulamalar gibi ek hizmetler de yer alır, kullanıcı herhangi bir videoyu izlerken yorumlarını anlık olarak çevresindekilerle paylaşabilmektedir.

Mubi, 2007 yılında The Auteurs adıyla kuruldu. 2010 yılında Mubi ismini alan platform, film yayını yapan OTT tipi bir servistir. Aynı zamanda filmlerin eleştirilerini barındıran The Notebook isimli bir e-dergiye de içerir (Thompson, 2010)[27]. Aboneler Mubi'ye, internet sitesi, Playstation, Smart TV'ler ile mobil platformlardan ulaşılabilmektedir.

TTNET Tivibu, Türk Telekom alt yapısı ve geniş bant sistemini kullanarak IPTV hizmeti sunmak için Mart 2009'da yayın testlerine başlar, 2010'da ise IPTivibu lisansıyla tamamen yayın hayatına başlar. Türkiye'de internet televizyon yayıncılığı

[27] (https://www.indiewire.com/2010/05/the-auteurs-is-now-mubi-238706/: erişim tarihi: 5 Haziran 2022)

yapan kuruluşlarından biridir ve Şubat 2011'de isim değiştirerek Tivibu Ev adını alır. Tivibu Ev, Tivibu uydu, Tivibu Go kategorileri mevcuttur.

Exxen, 2021'de yayın hayatına başlamıştır. 2 çeşit ücretli üyelikle üye kabulü yapan Exxen içerisindeki içerikler, 'RKLMVR' üyeliğinde reklamlı olarak yayınlanırken, 'RKLMYOK' üyeliğinde reklamsız olarak yayınlanmaktadır[28]. UEFA Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi ve UEFA Avrupa Konferans Ligi sezon haklarını alarak platformun içeriğine canlı futbol yayınları da eklenmiştir.

Gain TV, 2020 tarihinde kurulur. Ücretli ve ücretsiz üyelik seçeneklerini sunan Gain TV'de canlı yayınlar da yer almaktadır ve platform 1-20 dakikalık içerik süreleriyle diğerlerinden ayrılır. Platformun amacı kısa süreli yayınlarla kısıtlı zaman aralığında izleyiciyle içerikleri buluşturmaktır.

Tabii, Türkiye'de devlet destekli kurulan dijital platform projesidir. 2023 yılında kullanıma sunulan ücretsiz bir OTT platformudur ve dizi, film, belgesel gibi çeşitli türde içerikler sunmaktadır. Platform TRT canlı yayınlarını da yer vermektedir.

Türkiye'de dijital yayın platformlarının kullanımının günden güne artması ortaya yeni platformların çıkmasına neden olurken, mevcut platformların arasındaki rekabetin artmasına neden olmaktadır.

2.1.5.2. Küresel Dijital Platformlar

Küresel dijital yayın platformları, internet üzerinden video, müzik, podcast ve diğer dijital içerikleri yayınlayan ve dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya hizmet veren platformlardır. Kitle iletişim araçlarından günümüzde kullandığımız yeni medya teknolojileri ve platformlarına kadar tüm 'medya' mecralarının da çıkış ve yayılma noktası ekonomik ve teknolojik olarak gelişmiş ülkelerdir. Küresel çapta dünya

[28] (https://yardim-exxen.ortusdesk.com/planlar-ve-ucretler/ erişim tarihi: 30 Kasım 2023)

nüfusunun çoğunun kullandığı temel dijital platformlar, dünya ticaretine uyum sağlamaya çalışan her ülkede görülmektedir.

Dijital platformlar, iletişim teknolojilerinin dış ticaretteki gelir kaynaklarından biri olarak merkez ülkelerden çevre ülkelere yayılmaktadır. Bu platformlar, abonelik temelli veya reklam destekli olarak çalışabilirler ve kullanıcılara geniş bir içerik yelpazesi sunarlar.

Önde gelen küresel dijital yayın platformları arasında Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Hulu, YouTube TV, Apple TV+, Spotify, SoundCloud ve Deezer gibi platformlar yer almaktadır. Bu platformlar, dünya genelinde milyonlarca kullanıcının günlük hayatında önemli bir yer tutmaktadır.

Amazon Prime Video, 2006'da aynı isimli ticaret şirketinin dizi, film platformu olarak kullanıcılara sunulmuş, 2020'de Türkiye'de yayın hayatına başlamıştır. Amazon Prime Video beş ülkede faaliyet gösterirken, 2016 yılında iki yüz yeni pazara açılarak küresel dijital platform olma özelliğini artırmıştır.

Amazon Prime Video, arşivindeki eski dizi, film ve programların yanında özgün içerikler de üretmektedir. Platform uygulama ve web sitesi aracılığıyla telefon, tablet, akıllı televizyon ve bilgisayar gibi cihazlarla çevrimiçi ve çevrimdışı erişim hizmeti sunmaktadır.

Küresel bir şirket olan Amazon, üyelik ücreti ödemeyi tercih eden müşterilerine Amazon Prime vasıtasıyla, Amazon Prime Video, Amazon Prime Gaming gibi ek hizmet içeriklerine erişim hakkı sunmaktadır. Amazon, faaliyetlerini kendi platformu ile bağlantılı alanlara doğru genişlettiği strateji geliştirmiştir. Bu ekosistem, hem tüketicilerin hem de satıcıların tüm ihtiyaçlarını karşılayacak bileşenlerin bir araya getirildiği, yani hizmeti sağlayan da yine kendi yan kuruluşu

olduğundan, kullanıcılara maliyeti düşüktür. Bu ek platformların birbiriyle bağlantılı olmasının, kullanıcıların sisteme katılmalarını ve sistemde kalmalarını desteklediği görülmektedir (Sarıçiçek vd., 2022: 60).

HboMax, 2020 yılında WarnerMedia bünyesinde reklamlı ve reklamsız iki adet üyelik tipiyle kurulmuş bir OTT servisidir (Özdiyar, 2020)[29]. HBO (Home Box Office), yayıncılık şirketi üzerinden ücret ödeyerek izlenebilen abonelik sistemine sahip bir televizyon ağıdır. Platform, izleyicilere film, belgesel, dizi gibi alternatifler sunmaktadır. Kullanıcılar, abonelikleriyle HboMax'e erişerek popüler HBO dizilerinin yanı sıra Warner Bros. yapımları, DC Comics'e ait süper kahraman filmlerine de çevrimiçi olarak izleyebilmektedirler.

Disney+, Walt Disney Company tarafından 2019 yılında yayın hayatına başlar. Platformda Disney'in stüdyolarından olan Walt Disney Pictures, Walt Disney Animation Studios, Pixar, Marvel Studios, Lucasfilm, 20th Century Fox ve National Geographic şirketlerinin içerikleri yer alırken, Marvel'ın ve Lucasfilm'in yeni dönem içerikleri de sadece bu platformda sunulmaktadır. Platform, 20th Century Fox ortaklığı sonucunda Hulu ve Espn+ yayınlarına da yer vermektedir.

Apple TV+, 2019 yılında Apple şirketine bağlı olarak kurulur ve web sitesi, televizyon uygulaması, iOS tabanlı mobil cihazlar ve PlayStation, Xbox, Roku, Amazon Fire TV, Google TV'li Chromecast ulaşılabilir durumdadır.

Hulu, 2007'de Amerikalı şirketler The Walt Disnet Company ve NBCUniversal ortaklığıyla OTT tipi bir video yayın platformudur. Hulu, dizi ve filmlerin yanında

[29] (https://chaospin.com/hbo-max-reveals-official-release-date-launch-may-2020/: erişim tarihi: 9 Haziran 2022)

orijinal içerikler de üretir. 2017 yılından itibaren canlı televizyon kanallarını da platformuna dahil eden Hulu, Disney+ ve ESPN+ ile birlikte içeriklerini zenginleştirir. **Netflix,** 1997 yılında, merkezi Kaliforniya olan şirket, DVD kiralama ve satışı yapılabilecek bir internet sitesi olarak kurulmuş, bu hizmeti posta aracılığı ile sürdürmüştür. 1999 yılında bir aylık fiyata sınırsız DVD kiralama imkanı sunan abonelik sistemini geliştirmiştir. 2000'lere gelindiğinde ise kişiselleştirilmiş film önerileri ve kullanıcılarına doğru ürünler önerebilmek için üye puanlama sistemini kullanmaya başlamıştır. Benzer filmleri izleyen kullanıcılar birbirilerine film önerebiliyorlardı. 2007'ye kadar bu formatta hizmet vermeyi sürdürmüş ve üye sayısını 5 milyona çıkarmıştır. DVD'nin gittikçe değerini yitirmesiyle zaman içerisinde çeşitli özellikler eklenen Netflix 2007 yılında artık üyelerinin dizi ve filmleri çevrimiçi olarak izleyebileceği dijital bir platforma dönüşür ve günümüzde 190 ülkede 30 dilde faaliyet göstermektedir (Ulukan, 2021).

Netflix, çevrimiçi kullanıma geçmesiyle OTT tipi yayıncılık hizmeti vermeye başlar. Zaman içerisinde yalnızca televizyon tabanlı erişimden sıyrılıp uygulamalar aracılığıyla taşınabilir cihazlarda kullanılabilir hale gelir. Netflix kullanıcıya ücretli abonelik sistemine dayalı, nonlineer, çoklu cihaz destekli, kişiselleştirilmiş, isteğe bağlı izleme deneyimi imkanı tanır. Nonlineer özelliği sayesinde kullanıcı, platform arşivindeki içeriklere dilediği yerde dilediği zamanda ulaşabilir. 2011 yılına kadar birçok ülkede yayınlarını devam ettiren Netflix 2011'de televizyon kumandalarında doğrudan fonksiyon tuşuyla yer alır. 2013 yılında 'Netflix Originals' adı altında kendi iç yapımlarını da üretmeye başlar. İlk orijinal içeriği House of Cards yapımıyla da 13 adet Emmy ödülünü kazanmıştır. Netflix, kendi orijinal yapımları ile Emmy ödülüne aday gösterilen ilk internet tabanlı platformdur. Bu sırada üye sayısını 50 milyona

ulaştıran platform 2016'da içeriklerin çevrimdışı cihazlarda izlenebilmesi için indirme özelliği getirmiştir.

Netflix içerik sunum özelliklerine göre farklı paket sistemleri sunmaktadır. Temel üyelik, tek cihaz, SD çözünürlük; standart üyelik, iki cihaz, HD çözünürlük; Özel Ultra HD üyelik 4 cihaz, Full ve Ultra HD çözünürlük destekler. Netflix yetişkin ve çocuk kullanıcılara özgü ürünler sunarak hem çevrimiçi hem de çevrimdışı izlenebilme özelliğiyle, en iyi yakınsama örneklerinden biridir. Çapraz cihaz desteği sunan Netflix öne çıkan algoritmasıyla bir önceki video içeriğinde yer alan, tema, oyuncu kadrosu, tür gibi özellikleri inceleyerek kullanıcının seyir tercihine yardımcı olmaktadır. Netflix son dönemde tercih filtrelemesi için beğenme ve beğenmeme butonu eklemektedir. Özellikle dijital yayın platformlarının özelliklerinden olan kişiselleştirme özelliğini oldukça gelişmiş bir boyutta kullanan Netflix, aratılan, izlenilen ya da beğenilen içeriklere göre yeni içerikler tavsiye etmektedir. Netflix, sürekli yeni içerikler üretmekte ve altyapısındaki izleme tercihlerini raporlama özelliği sayesinde kullanıcılarına kendi coğrafyalarında en çok izlenenler hakkında bilgi sağlamaktadır.

Netflix, *binge-watching* olarak adlandırılan aşırı izleme kavramını yayıncılık dünyasıyla buluşturmuştur. Bu izleme alışkanlığının ortaya çıkma nedeni ise Netflix'in bir dramanın bütün bölümlerini aynı anda yayınlamasıdır. Bu izleme pratiği Netflix'in kültürel bir deneyim olmasına ve küreselleşmesine katkıda bulunmuştur.

Netflix, teknolojik gelişmelere ayak uydurması ve dünya ile birlikte küreselleşmesiyle, kitlelere ulaşma imkanı sağlamıştır. Dijitalleşme ve küreselleşme birbirini etkileyen, hızlandıran süreçlerdir. Dijitalleşme bu gelişmelerin hem kurucu bir parçası hem de yapısını belirleyen bir etmen olarak görülebilir (Gere, 2008: 140).

Bu anlamda kapitalizm, küreselleşme, dijitalleşme ve iletişim teknolojileri iç içe geçmiş fenomenler olup, yakınsama kavramının içerisindedir. Her türlü akıllı cihazdan internetin bulunduğu her yerde erişim sağlanabilmesiyle Netflix küresel, internet tabanlı bir televizyon ağı haline gelmiştir (İldaş, 2022: 163). İzleme eylemi son derece kişiselleştirilmiş listelere dayanmakta kullanıcıları izledikleri üzerinde aktif kontrol sahibi yapmaktadır. Geleneksel televizyon yayıncılığı reklam üzerinden gelir sağlarken Netflix abonelik sisteminden kazanç elde etmektedir, bu da izleyici tercihlerine yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Aynı zaman izleyici profillerini de göz önünde bulunduran Netflix, içeriklerini gerek dublaj gerekse altyazı desteğiyle birden çok dilde yayınlamakta, zengin içeriğinin de katlısıyla çokuluslu bir izleme deneyimi sunmaktadır.

Medya araçları ve içerikleri küresel çapta yayılırken sermaye de küreselleşerek medya patronlarının tekelinde bulunmaktadır. Dünya genelinde her gün milyonlarca insan tarafından izlenmekte en popüler içerikleri bünyesinde barındırmaktadır. Televizyon ve televizyon dramalarını birer hikaye anlatıcı olarak değerlendirirsek Netflix günümüzün küresel meddahı olarak ifade edilebilir. Küresel olarak bu kadar başarılı olmasının arkasında küyerel pazarlama stratejisi vardır (Aytekin, 2021: 93). Küresel düşün yerel et mantığıyla içeriklerini yerel pazara hitap edecek şekilde uyarlayarak bu stratejiyi uygulamaktadırlar. Küresel markalar, faaliyet göstermek istedikleri ülkenin yerel kültürel ögelerini kullanarak tüketici/hedef kitle tarafından kolay ve başarılı bir şekilde benimsenmeyi amaçlamışlardır.

Bir toplum tarafından üretilmiş hikayeleri yani o toplumun kültürünü uluslararası bir platform olması sayesinde bölgesinin dışına taşır. Daha doğru bir ifadeyle toplumlar arası sınırları ortadan kaldıran Netflix, birbirinden farklı

alışkanlıkları, yaşam stillerini bir çatı altında toplar ve yerel değerlere küresel düzlemde temsil edilme şansı tanır. Netflix ve türevi platformlar, kimi zaman kültürel empoze ve dejenerasyon korkusuyla ön plana çıksa da kültürel ifade çeşitliliği açısından fayda sağladığı yadsınamaz bir gerçektir.

Netflix, sosyal medyayı oldukça aktif ve güncel kullanan işletmelerden biri olma özelliğine sahiptir. YouTube, Facebook, Instagram ve Twitter gibi en çok kullanılan sosyal medya platformlarında aktif olarak yer alan Netflix, takipçileri ile arasında samimi bir dil geliştirmiştir. Netflix, sosyal medya ortamında çıkan akımlara, gündeme ve mizah unsurlarına yer veren paylaşımlar yaparak hesaplarını aktif ve interaktif tutmaktadır. Sık sık oyuncular ve ekip üyeleri tarafından setlerden açılan canlı yayınlar ve paylaşılan görsellerle de izleyici kitlesini tüm sürece dahil etmektedir.

Netflix Türkiye'de Ocak 2016'da faaliyete başlar ve ilk Türk Netflix Orijinal dizisi Hakan: Muhafız 14 Aralık 2018'de yayına girer. Netflix Türkiye'nin ilk sosyal medya ajansı olan 4129Grey, yayınladığı bir videoda Netflix Türkiye ile olan çalışmasını şu şekilde özetlemiştir:

> "Türkiye lansmanı için Netflix'in Türk kültürüne uyum sağlaması oldukça önemliydi. Biz de iletişim stratejimizi markanın global kimliğini yerelleştirme olarak belirledik. Bu strateji kapsamında ilk olarak iki tweet ile 'Merhaba' dedik. En sevilen 'Netflix Originals' dizilerini Türkleştirdiğimiz kısa videolarımızla iletişimimize devam ettik. Yerelleştirme stratejimizi sanatla buluşturduk. Geleneksel Türk sanatlarının en önemlilerinden "ebru" ile Netflix Originals dizilerini tanıttık. Türk insanının sosyal medyada konuştuğu, güldüğü alanlara girdik. İnternet kültürüne sızdık. İnternette 2016'nın laneti konuşuluyordu. Biz de 2016 yılını yaşattığı hisleri paylaştık. 'Salt Bae' fırtınası interneti kasıp kavuruyordu. Biz de gerekeni yaptık.

> Efsane dizi Leyla ile Mecnun'un Netflix'e gelişini duyururken de, tarihin en sıkıcı derbilerinden biri sosyal medyada gündem olmuşken de golümüzü atmaktan geri kalmadık. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde tüm sosyal medya 'etek' tartışması yaparken son sözü Jessica Jones'un yumruklarına söylettik. 0'dan başlayan Netflix Türkiye Twitter hesabı, kısa sürede 40.000 takipçiye ulaştı. İletişimimiz boyunca atılan her tweet ortalama 320 etkileşim aldı. Yani sene başında belirlediğimiz strateji başarı ile uygulanmış oldu. Türkiye Neftlix'i, Netflix Türkiye'yi çok sevdi." (4129Grey Felis Ödülleri Tanıtım filmi)

Netflix US hesabı, Netflix Türkiye'yi etiketleyerek 'Naptınız? Vardınız mı?' şeklinde bir tweet atmış, Netflix Türkiye de 'Geldik, geldik, merak etmeyin.' ifadelerine yer verdiği bir cevap atmış ve resmi olarak yayınlara başladığını duyurmuştur.

Netflix, ajanslar aracılığıyla sürdürdüğü yerel pazar stratejilerinde resmi twitter hesabından attığı tweetlerde 'Bizim Atiye olmuş The Gift', 'Bak Ya Bizim Hakan: Muhafız olmuş The Protector', 'Ooo bizim Aşk 101 olmuş Love 101', 'Şimdi onlar altyazılı izlesin.' gibi cümlelerle Türk halkının gündelik diline yakın ifadeler kullanmıştır.

Netflix, yerel orijinal yapımlara da önem göstermiştir. Hakan: Muhafız, İngilizce ismiyle The Protector, isimli Netflix yapımı dizi Çağatay Ulusoy, Okan Yalabık ve Hazar Ergüçlü gibi Türkiye'de tanınan ve başarılı bulunan isimlere yer vermiştir. Hakan: Muhafız, konusu itibariyle İstanbul'u ve İstanbul'u temsil eden birçok unsuru içerisinde bulundurmaktadır[30].

[30] (https://www.youtube.com/watch?v=lN4LAIJYylE: erişim tarihi: 12 Temmuz 2022)

Netflix'in dünyada şirket kültürü en gelişmiş markalardan bir tanesi olduğunu söyleyen 4129Grey CEO'su Alemşah Öztürk, Ebru Originals'ın hikayesini şu şekilde anlattı:

> "Girdikleri her pazarda o pazarı anlamak ve o pazarı uygulamaya yönelik içerikler üretmek… Türkiye pazarına girmişler ve ne kadar akıllı işler yapıyorlar desinler… Sosyal medya iletişiminde biz Türk kültürü ile Netflix kültürünü bir mozaik içerisinde birleştirmek kurgusu üzerine kurduk. O yüzden ilk çıktığımız Tweet, Netflix'in US hesabından 'Naptınız? Vardınız mı?' idi. Türkçe'de çok bildiğimiz bir kültürdür bu. Annemiz sorar 'Oğlum vardın mı?' diye. Ardından Netflix'in dizilerine Türk seslerini yerleştirdik. Mesela klasik kırmızı ışıkta 'Şimdi karşıya geçebilirsiniz' diye bir ses koyduk. Ya da metrodan geçerken akbil sesi koyduk. O yüzden Türk kültürünün biraz derinlerine inip Netflix kültürü ile nasıl birleştirebiliriz noktasında ebru bizim için değişik bir seçenek oldu. Çünkü ebrunun Türk kültüründe görsel hikaye anlatıcılığında çok farklı bir yeri var. Ve bizim kültürümüzün çok farklı bir ögesi. Bu konuda son dönemlerde popüler kültürleşme vardı. Çalıştığımız sanatçının en son Van Gogh'un bir eserini ebru ile yapması ve bunun tüm dünyada paylaşılmış olması popüler kültür anlamında doğru bir nüveydi bizim için…Ve ebru yeniden popüler oldu, arkasına herhangi bir medya desteği koymadan dünyanın farklı yerlerinde paylaşılmaya başlandı…" (Kocasu, Büyük Ödül'ün hikayesi: Ebru Originals)[31]

Netflix, Türkiye'nin kültürel çeşitliliğini tanıtmaya devam eden içerikler sunmakta, yaratıcılığına katkıda bulunmakta ve bu içerikler, Türk kültürünün farklı

[31] (https://mediacat.com/buyuk-odulun-hikayesi-ebru-originals/: erişim tarihi: 12 Aralık 2020)

yönlerini ve toplumsal konuları ele alarak izleyicilere Türkiye'nin zengin kültürel mirasını ve hikayelerini sunmayı amaçlamaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

NETFLIX'İN İLK TÜRK DRAMASI HAKAN: MUHAFIZ'IN HOFSTEDE KÜLTÜR SOĞANI MODELİNE GÖRE İNCELENMESİ

3.1. Göstergebilim ve Christian Metz

İnsanlar, var olduğu günden bu yana iletişimde sembolleri kullanmış, içinde yaşadığı dünyayı kavramak, yorumlamak ve yeniden anlamlandırmak istemişlerdir. İnsanlar çevresindeki olaylar, olgular nesneler arasındaki ilişkileri anlamlandırır ve bunu yaparken bir sınıflandırma eylemi gerçekleştirirler. Kısaca göstergebilim, sembol ve benzeri olgulara dayalı olarak yürütülen ifade ediş biçimidir (Rıfat, 2002: 62).

Simge, işaret, hareket, sözcük ya da davranış seklinde olabilen olguların sistematik olarak incelenmesine dayanmaktadır. Daha çok dilbilimsel çalışmalardan hareketle gündeme gelmiş olsa da, iletişimin yaygınlaşması, medya teknolojilerinin gelişmesi, kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler, görsel iletişimin sinema ve televizyon aracılığıyla yaygınlaşması, göstergebilimin bir kuram olmaktan öteye kültür incelemelerinde bağımsız bir bilim dalı olmasının nedenleri arasındadır. Göstergebilim tek bir alanda değil, örneğin sanatta, edebiyatta, antropolojide ve kitle iletişim alanlarında da çalışmalara rehberlik etmektedir.

Göstergebilim bir metnin ya da görüntünün belirgin apaçık ortada olan düz anlamını değil, o anlamın arkasında yatan anlamın, yan anlamların ve ideolojilerin ifade edilmesini sağlar. Özellikle sinema ve televizyon gibi görselliğin ön planda olduğu kitle iletişim araçlarında göstergebilim görüntüleri anlamlandırmak açısından

son derece önemlidir. Çünkü sinema ve televizyon içeriklerinin de yan anlamsal özellikleri vardır (Monaco, 2011: 153). Fiske, göstergeyi; kendisinden başka olguya anlam yüklenmesi olarak ifade etmektedir (Fiske, 2003: 60). Gösterge, anlamsal bağ kurduğu nesnenin herhangi bir gerçek ya da temeline ihtiyaç duymadan onu temsil eder (Peirce, 1982: 323). Başka bir ifadeyle, göstergebilimsel analiz, anlamlarla ilgilidir ve bu anlamlar göstergeler arasındaki ilişkilerden çıkmaktadır.

Göstergebilimin iki temel aracı vardır; gösteren ve gösterilen. Sinemada gösteren, perdeye yansıyan anlamlı ses, nesne, ışık, renk, hareket gibi unsurlar iken; gösterilen düşünceler ya da yüklenilen anlamlar, bizde uyandırdığı hislerdir (Akerson, 2005: 49-50). Film ve dramalardaki anlam, göstergelerin etkileşimiyle ortaya çıkar. Yaratım aşamasında metni anlamlandırmak için, metin gösteren ve gösterilen ilişkisi içerisinde ele alınmalıdır (Bakır, 2008: 38)

Göstergebilim üzerine yapılan çalışmalar çoğunlukla dil üzerineyken Fransız film teorisyeni ve göstergebilimci Christian Metz, hareketli görüntü üzerine yönelerek, sinemada göstergebilim çalışmaları yapmıştır. Metz'in çalışmaları sonucunda göstergebilim her tür görselin çözümlenmesinde ve anlamlandırılmasında kullanılmaya başlanmıştır. Metz, her görselin asıl ve yan anlama sahip olduğunu ifade etmiştir. Düz anlam göstergenin bilinen anlamıyken yan anlam, düz anlamı da kapsayan ancak ondan ayrılan farklı bir dil gibidir (Büker, 1981: 153). Metz, göstergebilim üzerine çalışmalarında, sinema filmlerindeki saklı anlamları ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.

"Metz'e göre görüntü anlamını kültürel kodlardan ötürü ya da bağlamdan ötürü edinir. Her görüntü tek başına bir anlam taşır, ama başka görüntülerle birlikte olduğunda yeni yan anlamlar edinir" (Büker, 2010: 42).

Metz, göstergebilimsel incelemeye başvurarak görselde yer alan anlamlama süreçlerini tanımlamayı hedeflemiştir (Andrew, 2000: 243). Metz'e göre en düz anlamsal görünen görüntünün de yan anlam yer alabilir. Yan anlam, düz anlamdan tezat bir ifade barındıramaz, gösteren ve gösterilen yine bir arada sunulur (Büker, 1981: 153).

> "Sinema göstergebilimi bir yan anlam göstergebilimi ya da bir temel anlam göstergebilimi olarak da tasarlanabilir…Göstergebilimsel film incelemesi biraz gelişip sistemli bir bütünce (*corpus*) oluşturduğu gün yan anlamlı ve temel anlamlı anlamlarda da ilgilenecektir. Yan anlam incelemesi sinemayla bir sanat olarak ilgilenmektedir…estetik güçlük ve düzenlemeler (bir yanda mısralar oluşturma, kompozisyon, figürler… diğer yanda çerçevelemeler, kamera hareketleri, ışık oyunları…) yan anlamsal yinelemeler olarak kabul edilmektedirler." (Metz, 2012: 96).

Metz, film çözümlemelerinde kurgu, imge, açılar gibi ögelerin ele alındığını ancak, görsel metnin özüne inilmediğini öne sürmüş, metnin özünün filmde yer alan kodların çözümünde faydalı olacağını söylemiştir (Metz, 2012: 92).

Metz, film çözümlemesinde incelenen kodları genel olarak üç kategoriye ayırmıştır;

• Sinemasal kodlar (hızlı kurgu)

• Diğer sanatlarla ortak kodlar (ışık vb.)

• Kültürel kodlar (Büker, 1996: 77-79)

Metz ayrıca görsel kodların çözümlenmesi için toplumsal yaşantılardan doğan kültürel kodlar ve kod açımında bilgi ve altyapıya ihtiyaç duyulan özgül kodlar olarak ikiye ayırmıştır (Büker, 2010: 42).

Kodlar, seyirciyle bağ kurmak için kullanılır ve verilmek istenen mesajı seyirciye iletme sürecinde aktif rol oynarlar. Kodlar, mantıksal ilişkilerdir ve filmin iletmek istediği mesajı kurallara uygun şekilde iletir. Metz' kodların dolaylı olduğunu öne sürer ve bunları çözümlemek için analiz edilmediler (Akt. Küçükcan, 2005: 9). Metz'e göre bu kodlar sinemada kendilerine ait bir biçim yaratırlar, bunu yaparken de düz ve yan anlamdan faydalanırlar. Düz anlam ve yan anlam anlatılmak istenenin ya verilmek istenilen mesajın örtülü ve dolaylı boyutudur (Büker, 1985: 38).

Kültürel kodlar, gelenekler veya metni anlama sürecinde yer alan işaretler bütünü olarak kültürel göstergebilim, anlamlandırma üzerine ayrıntılı çalışma gerektirmektedir, yani bir kültürün göstergelerini tanıyabilmek ve kod açımı gerçekleştirebilmek için o kültürü yakından incelemek gerekmektedir. Sinema filmlerinin görsel ve işitselin bir arada kullanılması, izleyici üzerinde önemli etkiler bırakmaktadır. Bu etkileşim kullanmak isteyen film üreticileri de filmler aracılığı ile yan anlamlar ve mesajlar da vermeye başlamışlardır. Temelde anlamlandırmaya dayanan göstergebilim, insanın içinde yaşadığı dünyayı, gördüğü ve şahit olduğu göstergeler aracılığıyla yeniden anlamlandırmasıdır.

3.2. Hofstede'in Kültür Yaklaşımı

Hollandalı sosyal psikolog ve davranış bilimcisi Geert Hofstede, kültürlerarası iletişim ve yönetim alanlarında etkili araştırmacılardan biri olarak geniş çapta tanınmaktadır. En önemli çalışmalarından biri, kültürlerarası iletişimin temellerinden sayılan kültürel boyutlar teorisidir. Kültür kavramını, "bir grubun üyelerini veya bir kategorideki insanları diğerlerinden ayıran zihnin kolektif programlanması" olarak tanımlayan Hofstede, farklı insanların bir araya gelerek toplu bir şekilde bağlantı kurabildiğini öne sürmektedir (Hofstede, 2011: 13). Yani doğumla birlikte zihinsel kodlama süreci başlamakta, hayat boyu da devam etmektedir.

Kültür, siyasi, ekonomik ve toplumsal alanlarda bağlayıcı bir kavramdır. Başka bir ifadeyle, bireylerin değil, bir gruba, bir bölgeye, bir topluluğa ait insanların ortak kültüründen doğan inançlarını ele alır. Eğitim anlayışından, dini yapılanmaya, yerleşim birimlerinden, mesleki örgütlenmeye kadar birçok alanda örneklendirebileceğimiz kültürel farklılıklar vardır. Aynı ülke içinde bile farklı kültürlerde köklenmiş düşünce biçimlerini anlayabilmek için geçmişten günümüze içinde yaşadığı toplumun değerlerini dikkate almak gerekir.

Hofstede'e göre toplumdaki kültürel özellikler; ortak olarak paylaşılan değer, sembol ve anlamlandırma şeklinde ifade edilir. Bu konuda Hofstede, ulusal kültürü, bir topluluk içerisindeki insanlardan, var olan normlara göre beklenen davranışların toplamı olarak nitelendirmektedir. Bireylerin zihinsel programları, benzer durumlarda benzer davranışlar göstermesinde yönlendirici olmaktadır, bu da ortak kültürel değerler ve davranışlar geliştirmede oldukça önemlidir (Akt. Gür, 2017: 34).

Uzun yıllar süren araştırmalarının ardından, Hofstede ilk olarak içeriksel açıdan zengin kültürün, farklarını ortaya koymak ve kültürü ayırt edebilmek için 1980'li yıllarda dört kültürel boyut önermiştir: güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireycilik/toplumculuk ve erillik/dişillik (Hofstede, 2001: 73). 1990'lara gelindiğinde yapılan çalışmaların analizleri neticesinde beşinci boyut; uzun dönem-kısa dönem yönelim boyutu, son olarak 2000'li yıllarda altıncı ve son boyut olan müsamaha - kısıtlama boyutu eklenmiş ve böylelikle, kültür altı boyut altında incelenir olmuştur (Fang, 2005: 71-90):

- Güç Mesafesi
- Belirsizlikten Kaçınma
- Bireycilik/Toplumculuk
- Erillik/Dişillik
- Uzun Dönem/Kısa Döneme Yönelim
- Müsamaha/Kısıtlama

Ulusal kültürler arasındaki farklılıkları belirlerken, kültür nicel olarak incelenemediği için yukarıdaki altı boyut nitel ölçütler kabul edilmiş, bu ölçütler ışığında kodlama ve tanımlamalar yapılmıştır. Hofstede, kültür gibi soyut bir kavramı ölçülebilir hale getirmiştir.

Güç Mesafesi: Kültürel boyutların ilki olan güç mesafesi, toplumdaki güçler arasındaki eşitsizliğin toplum fertleri tarafından ne derecede kabullenildiğiyle ilgilidir. Yaş, eğitim, statü, aile gibi etkenlerin kişilere tanıdığı gücün toplumlara göre dağılım biçimine bir bakış açısıdır.

Güç mesafesi boyutu kendi içinde düşük güç mesafesi, yüksek güç mesafesi ikiye ayrılır. Düşük güç mesafesinde, bir toplumdaki insanlar eşitliği savunarak eşit

güç edinmek için çabalarlar. Eğer ortada bir eşitsizlik varsa gerekçelerini sorgularlar. Yüksek güç mesafesinde ise insanlar bir hiyerarşiyi olağan görürler ve güç açısından bireylerin eşit olmamasını kabullenirler (Hofstede 1994: 5). Yetiştikleri kültüre bağlı olarak bazı insanlar, zenginlik, aile itibarı, fiziksel özelliklerine göre doğuştan üstün görülebilirler. Bu tür toplumlarda, gücün zaten eşit dağıtılmaması gerektiğine dair inanç baskın olduğu için güç sahiplerinin kararlarını sorgulamazlar. Fakat düşük güç mesafesine sahip toplumun bireyler bu tür değerlendirme kriterlerinden etkilenmezler. Tablo 1'de güç mesafesinin güçlü ve düşük olduğu toplumların farkları örneklendirilmiştir.

TABLO 3.1. DÜŞÜK VE YÜKSEK GÜÇ MESAFESİ KARŞILAŞTIRMASI

Düşük Güç Mesafesi	Yüksek Güç Mesafesi
Aileler çocuklarına kendileriyle eşitmiş gibi davranırlar.	Aileler çocuklarına itaat etmeyi öğretirler.
Eğitim öğrenciyi merkeze alır.	Eğitim merkezinde öğretmen vardır.
Gelir dağılımı görece daha dengelidir.	Gelir dağılımı çok dengesizdir.
Yaşlı insanlara karşı zorunlu saygı ve korku yoktur.	Yaşlı insanlara saygı zorunludur ve korku duyulur.
İnananların eşitliği ön plandadır.	Rahip, imam gibi dini otoriteler ön plandadır.
Yolsuzluk az, skandallar kariyeri bitirir.	Yolsuzluk fazladır, skandallar örtbas edilir.

[Kaynak: Hofstede (2011)]

Yüksek güç mesafesine sahip olan ülkelere örnek olarak Çin, Arap ülkeleri, Meksika ve Türkiye gibi ülkeler verilebilirken düşük güç mesafesine sahip ülkelere İsviçre, Finlandiya, Danimarka ve Norveç gibi ülkeler örnek verilebilir (Lustig ve Koester, 2010: 114).

Belirsizlikten Kaçınma: Kültürel boyutların ikincisi, belirsizlikten kaçınma boyutu bir toplumdaki bireylerin belirsizlikle hangi ölçüde başa çıkabildiğiyle ve bireylerin çevrelerindeki belirsizliği tehdit olarak algılamasıyla alakalıdır. Belirsizlikten kaçınma, yeterli bilginin bulunamadığı ya da bilginin açıkça ifade edilmediği, karışıklığın hakim olduğu, değişimlerin öngörülemez ve ani gerçekleştiği ortamlarda duyulan tedirginliğin seviyesiyle ilgilenir (Hofstede, 1980: 45).

Belirsizlikten kaçınmanın güçlü olduğu toplumlarda, idare sıkı kurallar koyarak, yanlış ve sapkın fikirlerin ortaya çıkmasını engellemeye çalışırken, insanların da çalışmaya istekleri vardır. Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu ülkelerde ise insanlar risk almaktan korkmazlar, sıkı çalışmazlar ve kendilerini tehdit altında hissetmezler (Hofstede, 2010: 189). Tablo 2'de belirsizlikten kaçınmanın güçlü ve düşük olduğu toplumların farkları örneklendirilmiştir.

TABLO 3.2. GÜÇLÜ VE DÜŞÜK BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA KARŞILAŞTIRMASI

Güçlü Belirsizlikten Kaçınma	Düşük Belirsizlikten Kaçınma
Öğretmenlerin her şeyi bilmesi beklenir.	Öğretmenler 'bilmiyorum' diyebilir
Beğenmeseler bile çalışırlar.	Sıklıkla iş değiştirirler.
Kurallara ihtiyaç duyulur.	Kuralsızlık gözlemlenir.
Farklı olan tehlikeli algılanır, hoşgörü yoktur.	Sapkın kişilere ve fikirlere hoşgörü vardır.
Hayatın doğasındaki belirsizlikle mücadele edilir.	Belirsizlik hayatın doğası kabul edilir.
Din dogmatiktir.	Din görelidir.

[Kaynak: Hofstede (2011)]

Kültürler arasında belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek olanlar, saldırgan, duygusal, güvenlik ihtiyacı hisseder ve hoşgörüsüzdürler. Öte yandan, belirsizlikten kaçınma düzeyi düşük olan kültürler daha düşünceli, duygusuz, rahat ve kişisel riskleri daha fazla kabul eden niteliklere sahip olma eğilimindedir (Jandt, 2018: 440).

Bireycilik ve Kolektivizm: Bireycilik, toplum bireylerinin kararlarını kendilerinin verdikleri, yalnızca yakın ailesi ile bağ kuran, geri kalan bireylerle arasındaki ilişkinin güçlü olup olmamasını önemsemeyen bir toplumu ifade etmekte, kolektivizm ise aynı zamanda ortaklaşa yaşamcılık olarak anılmakta ve bireylerin doğumuyla başlayan ve onu gruplara bağlayan, yaşamları boyunca bağlı oldukları gruba sadakat besleyen, bireylerin bu grupları korumaya devam ettiği bir toplumu ifade eder (Hofstede, 1980: 4). Sosyal davranışlar, kolektivist yapılarda grupça belirlenirken, bireyciliğin baskın olduğu gruplarda ise sosyal davranışı, bireyin içsel motivasyon, kişisel tutumu gibi içsel süreçler yönlendirir. Burada bahsedilen 'kolektivizm' kelimesi devleti değil grubu temsil eder, herhangi bir politik alt metni yoktur (Hofstede, 2009: 1).

Modern ve geleneksel toplumlarda yaşayan insanların günlük rutinleri arasındaki farkın nedenlerinden biri; aile profilinin basitliği ya da karmaşıklığıdır. Karmaşık aile yapısında, akrabalık ilişkileri kapsamlıdır, hala, teyze, kuzen, yeğen büyükanne ve büyükbabalarıyla yaşamaktadırlar ve grubun uyumu oldukça önemlidir (Hofstede, 2001: 210). Bireyselci toplumlarda, kişiler yalnızca kendileri için endişe ederken, kolektivist toplumlarda, kendisi dışında bağ kurduğu aile fertleri için de endişelenmektedirler (Lustig ve Koester, 2010: 116-117). Tablo 3'de bireycilik veya kolektivizmin etkili olduğu toplumların farkları örneklendirilmiştir.

TABLO 3.3. BİREYCİLİK VE KOLEKTİVİZM KARŞILAŞTIRMASI

Bireycilik	Kolektivizm
Ben bilinci hakimdir.	Biz ve grup bilinci hakimdir.
Bireyler fikirlerini söylerler.	Grubun fikrine uyum söz konusudur.
Mahremiyet hakkı vardır.	Birey gruba aittir.
Normların ihlali suçluluk duygusuna yol açar	Normların ihlali utanç duygularına yol açar
Birey çevresine karşı sorumludur.	Sorumlu olunan kişiler fazladır.
Eğitimde öğrenim metodları öğretilir.	Eğitimde neyin, nasıl yapılacağı öğretilir.

[Kaynak: Hofstede (2011)]

Erillik ve Dişillik: Bazı toplumlarda, erkekler, sert ve baskın rollerle karşımıza çıkarken, kadınlara ise daha nahif ve hizmet sektörlerine yönelik roller tanınmaktadır (Hofstede, 1983: 85). Bazı toplumlar da ise hem erkek hem de kadın farklı rollere bürünebilmektedirler. Bu boyut, toplumdaki baskın değerlerin hangi ölçüde erkeksi olduğunu ifade etmektedir (Hofstede, 1980: 46).

Eril toplumlarda dayanıklı, güçlü, üstün zekalı, ve başarılı bireyler örnek alınırken dişil toplumlarda ise hayat kalitesine dikkat eden, insanlara her fırsatta yardım eden bireyler örnek alınır. Dişil toplumlarda erkekler ve kadınlar mütevazı, hassas ve şefkatlidir, insan ilişkileri odak noktalarıdır, ancak eril toplumlarda kadınlar da erkekler de görece iddialı ve rekabetçi ve başarı odaklıdır (Hofstede, 2009: 2). Tablo 4'te erillik ve dişilliğin etkili olduğu toplumların farkları örneklendirilmiştir.

TABLO 3.4. ERİLLİK VE DİŞİLLİK KARŞILAŞTIRMASI

Erillik	Dişillik
Güçlüye hayranlık duyulur.	Zayıfa sempati beslenir.
İş aileden önce gelir.	İş ve aile arasında denge vardır.
Kızlar duygusaldır, erkekler duygularını açıkça göstermezler.	Erkekler ve kızlar duygularını açıkça ifade eder.
Çocuk sayısına baba karar verir.	Çocuk sayısına anne karar verir.
Siyasiler arasında az sayıda kadın vardır.	Siyasiler arasında çok sayıda kadın vardır.
Din, tanrıyı odağına alır.	Din insanı odağına alır.

[Kaynak: Hofstede (2011)]

Uzun Dönem/Kısa Döneme Yönelim: Uzun döneme yönelim, yarına odaklanır, erdemlerin, geleneklerin modern yaşama adapte edilerek geleceğe aktarımı teşvik edilir ve bunun da gelecekte ödüllendirileceğine inanılır, kısa döneme yönelim ise dün ve bugün ile ilgilidir, sosyal yükümlülüklerin yerine getirilmesini ifade eder, bireyler toplumdaki yerini önemsemez, sadece toplumsal ilişkilerin kazanç getirip getirmeyeceği ile ilgilenir (Hofstede 2001: 359 akt. Hofstede, 2008:109). Bu boyutta düşük puan alan toplumlar değişime şüpheyle bakarken, mevcut gelenekleri ve davranış kalıplarını devam etmek isterler, yüksek puan alanlar ise geleceğe hazırlanma yolu olarak gördükleri eğitimi desteklerler (Binns, 2020: 2). Düşük puan alan toplumlar, değişimi riskli veya tehdit olarak algılayabilir ve bu nedenle mevcut düzenlerini korumaya çalışırlar. Diğer taraftan ise, yüksek puan alan toplumlar değişimi fırsatlarla dolu bir süreç olarak görürler ve eğitim yoluyla bireylerin gelecekteki zorluklara hazırlanmasını teşvik ederler. Tablo 5'te uzun döneme yönelim

ve kısa döneme yönelimin etkili olduğu toplumlar arasındaki farklar örneklendirilmiştir.

TABLO 3.5. UZUN DÖNEME YÖNELİM VE KISA DÖNEME YÖNELİM KARŞILAŞTIRMASI

Uzun Döneme Yönelim	Kısa Döneme Yönelim
Geleceğe odaklanır, önemli olaylar gelecekte olacaktır.	Geçmişe odaklanır, önemli olaylar geçmişte oldu ve günümüzü etkilemektedir.
İyi bir insan koşullara uyum sağlar.	İyi bir insan her zaman aynıdır.
İyi ve kötü şartlara bağlıdır.	İyiliğe ve kötülüğe dair evrensel normlar vardır.
Gelenekler uyarlanabilir.	Gelenekler kutsaldır, değiştirilemez.
Yatırım ve tasarruf ön plandadır.	Harcama ve tüketim ön plandadır.
Öğrencinin başarısı çabaya bağlıdır.	Öğrencinin başarısı şansa bağlıdır.

[Kaynak: Hofstede (2011)]

Müsamaha ve Kısıtlama: Boyut, bireylerin mutluluğunu, kontrol duygusunu ve boş zamanlarını özgürce değerlendirip değerlendirmediklerini ölçmeyi hedef alır (Hofstede ve Minkov, 2010: 280-281). Kültürlerin ahlaki kodlamalarına dayanan bir boyutta, bireylerin hazlarını kontrol etmeleri veya tatmin etme dereceleri arasındaki seçimler incelenir. Bireylerin arzu ve isteklerinin kontrol edilme oranı kısıtlılık, bu isteklerin tatmin edilebilme oranı ise müsamaha olarak isimlendirilmektedir (Mercan, 2016: 21). Müsamahalı toplumlar, mutluluğun serbestçe yansıtıldığı toplumlarken, kısıtlayıcı toplumlarda bu tip duygular dışa vurulmaz, çeşitli kurallar ve normlarla baskılanır. Müsamahalı toplumlarda, boş zaman etkinlikleri bireyin özgürlüklerinin bir

parçası olarak kabul edilirken, kısıtlılığın etkili olduğu toplumlarda bu tür etkinlikler yazılı ya da sözlü kurallarla kontrol altına alınmaya çalışılmaktadır (Önlü ve Saran, 2019: 47). Tablo 6'da müsamaha ve kısıtlamanın etkili olduğu toplumlar arasındaki farklar örneklendirilmiştir.

TABLO 3.6. MÜSAMAHA VE KISITLAMA KARŞILAŞTIRMASI

Müsamaha	Kısıtlama
Mutlu hisseden insan sayısı fazladır.	Mutlu hisseden insan sayısı azdır.
İfade özgürlüğü önemlidir.	İfade özgürlüğü öncelikli sorun değildir.
Kişi kendi yaşamını kontrol eder.	Kişi bir takım kurallarla kısıtlandırılır.
Boş zaman daha kıymetlidir.	Boş zaman önemsizdir.
Toplumda pozitif davranışlar ön plandadır.	Toplumda şüpheci davranışlar baskındır.
Dışa dönük kişilik tipi daha çok görülür.	İçe dönük kişilik tipi daha çok görülür.

[Kaynak: Hofstede (2011)]

Kültürel boyutlardaki farklılıklar ya da zıtlıklar dünya üzerindeki ülkelerin farklı kültürlerini anlayabilmemiz için anahtar vazifesindedir. Bunlar anlamlandırılarak, bir toplumdaki bireylerin davranışlarının kaynağını kavrayabilir, davranışları da analiz edebiliriz.

Ulusal kültürlerin her birinin kendine has özellikleri ve kimlikleri kültürü oluşturan unsur olarak kabul edildiğini düşündüğümüzde, küreselleşmeyle birlikte ulusların kültürleri de homojenleşecek midir?

Küreselleşme kavramı, teknolojik, ekonomik ve kültürel ilişkilere yeni bakış açıları getirmiştir. Böyle bir gelişimin sonucu olarak, bilgi teknolojileri hızla ilerlemiş, iletişim kanalları zenginleşmiş, insan ve kültür ilişkisi uluslararası perspektifte ivme kazanmış, kültürel farklılıklar konuşulmaya başlanmıştır. Önceleri yabancı kültürlerden bihaber olan kapalı toplumlar diğer kültürleri de tanıma fırsatı bulmuş zamanla da açık toplum olmuşlardır (Güvenç, 1994: 101).

Kültür kavramı, küreselleşme bağlamında incelendiği zaman karşımıza çıkan Hofstede'nin kültürel boyutlar kuramı, küreselleşme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Küreselleşme süreci, farklı kültürler arasındaki etkileşimi ve alışverişi teşvik ederek, bireylerin benzer zevkleri, yaşam stillerini, popüler kültürü paylaşmasına imkan tanımaktadır. Boyutlar bu süreçte, kültürlerin farklılıklarını kavramak, farklı toplumlarla etkileşimin doğuracağı olası problemleri ön görmek, birey ve toplumların uyumu konusunda yönlendirici bir etkiye sahiptir.

Küreselleşme ulusal kültürel farklılıklar yaratmaya başlamış, bu da beraberinde bireylerin düşünsel ve davranışsal değişimini getirmiştir. Kendi kültürümüzden örneklere bakıldığına düğünlerde davul zurna eşliğinde halay çekme yerine pop müzikle dans etme kültürü yayılmaya başlamıştır. Bizim kültürümüze ait olmayan eve ayakkabı ile girmek uygun görülmeyen hatta ayıp sayılan bir davranışken, televizyon dizilerinde ve programlarında sürekli modernlik göstergesi olarak yansıtıldığından bizim kültürümüze de geçiş yapmıştır (Mahiroğulları, 2005: 1283).

> "Küreselleşme esas olarak kültürlerin derin yapısının yüzeyinde ortaya çıkar ve bunları da ancak kısmen etkileyebilir. Kültürler esas olarak sadece küresel süreçlere değil, başka kültürlerin etkilerine de kapalı halde değerlendirilir." (Ritzer, 2011: 263).

Kültürlerin kendine özgü değerlerinin nesilden nesile korunduğu anlamı taşımaktadır, yani her zaman nasılsalar öyle olmaya devam etmektedirler. Bu söylem Hofstede'nin "Kültür Soğanı" metaforunu da desteklemektedir.

Ulusların kendi kültürlerini koruyabilmek ve gelecek nesillere aktarımını sağlayabilmek adına kültür aktarımı kavramı önem kazanmıştır. Bu noktada Hofstede, kültürün karmaşıklığını ve derinliğini betimlemek için kültürü bir metafor ile açıklamaya çalışmış, onu bir soğana benzetmiş, modelin adını "Kültür Soğanı/Soğan Kabuğu Modeli" koymuştur. Bu model, bir soğanın katmanlarına benzer şekilde, kültürün de farklı katmanları olduğunu ileri sürer. Modelin dış katmanları zamanla değişebilir, fakat özündeki değerler, bir milleti diğerlerinden ayıran özellikleri, Hofstede'e göre neredeyse hiç değişmez (Hofstede, 1994: 5).

3.3. Hofstede'in Kültür Soğanı Modeli

Kültür, bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerler toplamıdır, içinde bulunduğu toplumun tarihinden, geleneklerinden, gündelik yaşam koşullarından, ekonomisinden ayrı değerlendirilemez (Turhan, 1969: 56). Kültürün ifade ettiği değerler, tutumlar ve inançlar, insanın dünyayı nasıl algıladığını yansıtır. Kültürle ilgili düşünce ve davranışları anlamak için bu değerleri, tutumları ve inançları analiz etmeden o kültüre ait düşünce ve davranış kalıplarını anlamak mümkün olamamaktadır (Barutçugil, 2011: 79).

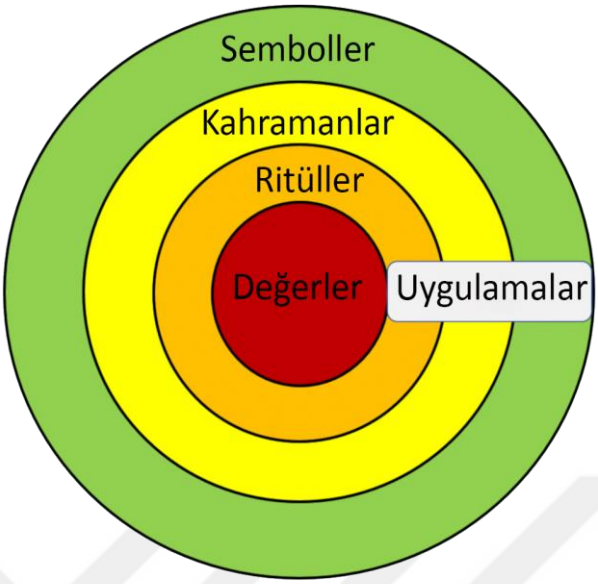
Topluma ve kültüre özgü nitelikler, o toplumu ve kültürü diğer toplumlardan, kültürlerden ayırt eden özelliklerdir ve kültürel göstergeler aracılığıyla gözlemlenebilmektedirler (Küçükerdoğan, 2012: 54). Kültür içerisinde var olan kimlikler ve paylaşılan semboller, kişilerin kültürel hayatını oluşturan temel ögelerdendir (Bennett, 2018: 17). Bu ögelerle kültür, doğrusal bir düzlem yerine katmanlı bir biçim almaktadır. Bu noktada bireylerin, toplumların farklı kültürlere ait sembol, değer, gelenek görenek ve adetler gibi kültürel unsurları nasıl değerlendirecekleri konusu gündeme gelmektedir (Güz ve Küçükerdoğan, 2005: 2). Hofstede'in "Kültür Soğanı Modeli" burada devreye girer, kültür unsurlarının ne şekilde kullanıldığı ve anlamlandırıldığını, insanların davranış biçimlerindeki farklılığın temelini katmanlarla açıklamaya çalışır (Soydaş, 2010: 56).

Soğan modeli, toplumun kendi kültürünü sonraki nesiller için korumasına olanak tanıyan farklı derinlik düzeylerindeki mekanizmayı göstermektedir (Hofstede, 2001: 9). Bu mekanizmalar ve uygulamalar, bir toplumun tarihinin ve kimliğinin korunması, kültürün gelecek nesillere aktarılması için gereklidir. Model, kültürü soyut değerlerden başlayarak daha somut ve gözlemlenebilir davranışlara kadar farklı katmanlarda incelerken, kültürel analize imkan sağlar.

> "Hofstede paradigmasının gücü, kültürel farklılıkları tanımlamada ve kültürlerarası karşılaştırmayı kolaylaştırmak için kültürel boyutlar boyunca bir kültürü diğeriyle yan yana getirmedeki netliği ve tutarlılığında yatmaktadır" (Fang, 2010: 158).

Hofstede, bir çocuğun büyürken kimlerle birlikte zaman geçirdiğini, onu büyüten insanların kişilik özelliklerini, etkilendiği yaşam tarzını, edindiği tecrübeleri, iyi ve kötü gibi normların neleri tanımladığını, tanıştığı kahramanları gibi birçok unsuru Külltür Soğanı Modelinde ele alır (Hofstede vd., 2010: 10). Bir bebeğin doğumuyla birlikte kültür aktarımı süreci her seferinde başa dönmekte, böylece toplumların kendilerine özgü kültürleri yeniden üretilmeye ve sürdürülmeye devam etmektedir (Hofstede vd. 2010: 10-11).

Hofstede, kültürü tanımlamak için bir soğan metaforu yaratır, kültürün aynı bir soğan gibi farklı katmanlardan oluştuğunu belirtir (Hofstede vd., 2010: 6). Katmanları, 'semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler' olmak üzere dört ana başlık altında toplamaktadır. Bu katmanların dışında da uygulamalar adı verilen çekirdekten yüzeye uzanan bir kanal mevcuttur. Bu kanal, kültürü oluşturan bireyler tarafından gözlenemezken, o kültürün dışında yer alan bir gözlemci tarafından kolaylıkla görülebilir, fakat yine de uygulamaların ifade ettiği kavramlar ya da nasıl yorumlanması gerektiğini kültürün yaratıcısı olan bireyler yapabilmektedir (Hofstede vd., 2010: 9).



ŞEKİL 10: HOFSTEDE KÜLTÜR SOĞANI MODELİ (HOFSTEDE, 2010)

Kültür Soğanı'nın en dış halkasında "ortak kültürel geçmişe sahip insanların anlamlandırabileceği hareketlerin, kelimelerin, imgelerin veya nesnelerin" (Hofstede vd., 2010: 8) meydana getirdiği sembol katmanı bulunmakta ve bu katman kolaylıkla diğer kültürler tarafından kopyalanabilmektedir. Sembollere örnek olarak, renkler, davranış tipleri, saç stillerini, kıyafet seçimini örnek verebiliriz. Sembol katmanının altında kahramanlar katmanı yer almakta, bu katmanda 'yer aldığı kültürde değerli görülen ve bu yüzden rol modeli olarak kabul edilen özelliklere sahip ölü ya da canlı, gerçek veya kurmaca kişiler' (Hofstede vd., 2010: 9) bulunmaktadır. Tanrılar, halk figürleri, düşünürler, film karakterleri bu katmanda yer alırlar.

Kahramanlar katmanının altında ritüel adı verilen 'kültürel norm ve değerlerin kalıcılığını sağlamak için toplumdaki bireyler tarafından düzenli olarak tekrar edilen, toplumsal açıdan şart görülen toplu eylemler' katmanı bulunmaktadır (Hofstede vd., 2010: 9). Selamlama, dini ve milli törenler, bayramlar bu katmanda incelenir (Blom

ve Meier, 2002: 41). Soğanın çekirdeğinde ise değerler katmanı mevcuttur. Değerler, küçük yaşlardan itibaren öğrenilen, iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin, tehlikeli-güvenli gibi ikiliklere dayanan durumlara hem olumlu hem de olumsuz pencereden bakan belirli olguları diğerlerine tercih etme eğilimidir (Hofstede vd., 2010: 9). Dürüstlük, ahlak gibi kavramlar bu katmandadır. Belirli bir kültür içinde var olan değerlere sahip bireyler, herhangi bir şeyin nasıl olması ve olmaması gerektiğiyle ilgili bir fikre sahiptirler. Dış katmandaki ögeler daha yüzeyselken, iç katmanlara doğru ilerledikçe kültürün derinlikleriyle karşılaşırız.

3.3.1. Semboller

Modelin en dış katmanını oluşturan semboller, ortak bir kültür etrafında toplanan insanların ayırt edebileceği, gözle görülebilen somut kavramlardır. Semboller, bayraklar, davranışlar, kelimeler, resimler, kıyafetler, yiyecekler vb. unsurlardan oluşmaktadır (Hofstede, 2006: 8 akt. Kara, 2013: 265). Bu unsurların her biri kültürden kültüre değişiklik gösterir, bu sayede kültürler arası farklılıkları ortaya çıkarmaktadırlar (Hofstede, 2001: 11).

Sembollerin sahip oldukları temel özellikler, onların aktarımını sağlamaktadır. Semboller, dinamiktirler ve bu özellikleriyle yerlerini yeni sembollere kolayca bırakabilir, yeni sembol de aynı kolaylıkla kültüre adapte olabilmektedir. Semboller, aynı zamanda diğer toplumlar tarafından örnek alınarak taklit edilebilir bir yapıya sahiptirler (Hofstede vd., 2010: 8). Her kültür, kavramları, tepkileri ve duyguları farklı sembollerle anlatmaktadır. Bazı semboller jest ve mimik gibi sözsüz iletişim türleri iken, kelimeler ve renkler de somut/maddi sembollerdir. Bu noktada yukarıda örnek

verilen semboller taklit edilebilir sembollerdir. Kopyalama esnasında, taklit edenin sembolün özünde yatan değerlere sahip olması gerekmemektedir.

Toplumsal yaşamda, kıyafetler anlamlara sahiptir ya da ritüellerde karşılaştığımız ulusal nitelikte giysilerdir. Kimliğin göstergesi konumunda olan kıyafetler, iletişim araçlarında da bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanıldığı mecralara göre kostümler adını alan kıyafetler yine kültür aktarımında kullanılan sembollere örnek verilebilmektedir.

3.3.2. Kahramanlar

Bireylerin ilk kahramanları, doğumla başlayan yaşam evrelerinin başından itibaren aileler olmaktadır ve birey ilk bilgilerini çeşitli yollarla çevreden edinir (Hofstede vd., 2010: 9). Bir çocuk için ailesi veya yakın çevresi kahraman kapsamına girebilirken, öğretmenler, film figürleri, sporcular veya sanatçılar birer kültürel kahraman olabilmektedirler (Kartarı, 2001: 59).

Farklı kültürlerde gerçek ya da kurmaca farklı kahramanlar rol model olmuşlardır. Mevlana, Fatih Sultan Mehmet, Atatürk gibi gerçek figürlerin yanında Karagöz, Karaoğlan gibi gerek masal gerekse çizgi romanlardaki kurmaca kahramanlar yer almaktadır. Bu kahramanlar, benzersiz özelliklere sahip olmaları, önemli başarılara imza atmaları, büyük bir kitle tarafından sevilmeleri (Küçükerdoğan, 2009: 61) nedeniyle bulundukları kültürlerin önemli göstergeleri arasında yer almaktadır. Aynı zamanda ve hedef kitle üzerinde olumlu bir etki yaratıp onları ikna etmek (Küçükerdoğan, 2009: 61) amacıyla filmler, diziler, reklamlar gibi görsel platformlarda da kullanılmaktadırlar.

3.3.3. Ritüeller

Ritüeller, ardışık ve önceden belirlenmiş sıklıklarla tekrarlanan simgesel davranışlar ve inanışlardır (Solomon vd, 2006: 506). Kültüre yabancı insanlar tarafından gözlemlendiğinde, derininde yatan anlamın anlaşılması zordur. Ritüellerin uygulamaları ancak kültürün içinde yer alan bireyler tarafından yorumlanabilecek düzeydedir (Hoftstede, 2005: 9-11).

Ritüeller, toplumsallaşma sürecini kapsar. Schechner'in ifadesine göre ritüeller, tecrübelerden ve kültürel olgulardan oluşan sistemlerdir (Schechner, 2015: 258), gelecekte form değiştirseler bile her zaman geçmiş ile bağları vardır. Kutlamalar, dini merasimler, törenler vb. unsurlar bu katmanda yer almaktadır. Ritüeller, dini anlamlarının yanı sıra toplumun kültürünü yansıtan bayramları ve törenleri de içerir.

Alver, ritüelleri, toplumsal hayatı düzenleyen bilinçli eylemler olarak görmüş ritüelleri, insanları buluşturan zorunlu gelenekler olarak nitelendirmiştir (Alver, 2010: 203). Ortak semboller ve davranışlar ritüellerin tamamlayıcısıdır. Ritüele katılan insanlar, oraya bir ortak amaç doğrultusunda gelmiş, semboller ve davranışlarla aralarında duygusal bir bağ oluşturmuşlardır.

Hofstede, ritüelleri, bireyi ortak normların içerisinde tutan ortaklaşa faaliyetler olarak tanımlarken aynı zamanda onların gerçekleşmesinin bireyin kendi inisiyatifinde bir tercih olduğunu belirtmektedir (Hofstede, 2001: 11).

Küçükerdoğan ritüellerin içine, taraftarların rakip takımları tutsalar bile, onları desteklemek için, ortak duygularla izlemeye geldikleri spor müsabakalarını da dahil

eder (Küçükerdoğan, 2009: 61). Ritüeller, sıklıkla reklamlarda da kültür aktarımı aracı olarak kullanılabilmekte ve markanın izler kitleyi etkilemesi yönünde araç olmaktadır. Bunun en belirgin örneği her yıl tekrarlanarak sunulan Coca Cola reklamlarındaki, ramazan sofralarıdır. Reklamda bütün aile fertleri iftar için hazırlanan masanın etrafında ezanın okunmasını beklemektedirler, bu süreçte masaların da hep markaya ait içecekler mevcuttur.

3.3.4. Değerler

Değerler, bir toplumda ya da grupta, inanç, ideoloji içinde ya da insanlar arasında kabul görmüş, her çeşit duygu, düşünce, norm, davranış veya kıymetler şeklinde tanımlanmaktadır (Çelikkaya, 1996: 168). Değerler, bireylerin yaşamında onlara rehberlik eden ilkeler olarak yer alır ve onları bir hedefe yönlendiren amaçların birer temsilcisidir; bireylerin doğru ile yanlışı ayırt ederken kullandıkları inanç kriterleridir. Yani toplum tarafından kabul gören davranış kaynaklarıdır (Kahraman, 2015: 3).

Schwartz ve Bilsky' değerleri aşağıdaki gibi tanımlamaktadır:

> "Her ne kadar insani değerler hakkındaki literatürün üstünkörü bir incelemesi olsa da değerler çok sayıda tanım sağlar; beş özellik vardır…
> Literatüre göre değerler,
> (a) kavramlar veya inançlardır,
> (b) bireyin hedefleri ve davranışlarıyla alakalıdır,
> (c) değişime açıktırlar,
> (d) seçime ve değişime rehberlik eder,

(e) önemlerine göre sıralanırlar.

Bu beş özellik insanın biçimsel özelliklerini tanımlamaktadır." (Schwartz ve Bilsky, 1987: 551)

Her kültürün kendine ait bir dizi değerleri bulunmaktadır, toplum değerlerde uzlaşmaktadır (Solomon vd., 2006: 113) ve bu toplumun zaman içinde neredeyse hiç değişmeyen istikrarlı bir geçmişi, değerleri, normları ve inançları vardır (Fang, 2005: 75). Değerler; iyi-kötü; temiz-pis; kibar-kaba; güzel-çirkin gibi zıtlıkları temele almaktadır.

Herkes tarafından kabul edilen küresel değerler mevcuttur: bunlar gerçeği ve adaleti arama, kendini koruma içgüdüsü ve kendine saygı gösterme, davranışlarının sorumluluğunu üstlenme, yardımlaşma, diğerlerine saygılı ve hoşgörülü olma, çevreyi ve diğer canlıları koruma (Kinnier, Kernes, Dautheribes, 2000: 4-17).

Hofstede, bireylerin hayatları süresince üç temel kaynaktan gelen tehlikelerle karşılaştıklarını, çözüm arayışında olduklarını belirtir. İlk tehlike, doğanın insanlara yaşattığı açlık, deprem gibi doğal tehditlerdir; insanlar, bu tehditlere karşı teknolojik gelişmelere sığınmışlardır. İkinci tehdit, insanın yine insanla yaşadığı problemlerden doğan tehlikelerdir, bu tehditler de hukukla çözülmeye çalışılmaktadır. Sonuncu tehdit ise insanın doğanın bilinmez yönlerine karşı korkusundan doğan tehlikelerdir. Bu tehdit karşısında da din ile çözüm arayışına girmişlerdir (Hofstede, 2005: 3). Bu noktada da dinin temelini oluşturan değerler ile dinden beslenen ritüeller ortaya çıkar, tanrı inancı ve tanrının toplumu koruyacağına dair olan güven örnek verilebilir.

Hofstede'in modelinde en zengin anlam içeren katman olan değerler, duyguları ifade eder (Hofstede, 2001: 11) ve duygular ancak davranışlarla birlikte dışa vurulurlar. Değerlere bağlı olarak ortaya çıkan ve böylece kültürün somutlaşmış halini gözler önüne seren unsurlar ise semboller, kahramanlar ve ritüellerdir (Hofstede, 2010: 7).

> "Başka bir deyişle, değerler sembolleri, kahramanları ve ritüelleri şekillendirir; semboller, kahramanlar ve ritüeller (kültürün davranışsal unsurları veya donanımı) değişebilir, ancak değerler (kültürün yazılımı) değişmez" (Fang, 2010: 157-158)."

Bebekler doğumda temiz bir bellekle dünyaya gelirler ve 10-12 yıl boyunca çevresindeki hemen her bilgiyi edinmektedirler. Bu tür çevresel bilgilerin birçoğu değerlerden oluşmaktadır, bireylerin öğrendikleri temel kültürel ögeler değerlerdir. Bu dönemlerde edinilen değerlerin bir çoğu bilinç altına yerleşmekte ve bu yüzden de doğrudan fark edilmeleri mümkün olmamaktadır, ancak davranışlar bu değerlerin göstergeleridir (Hofstede vd., 2010: 11). İlerleyen zamanlarda ise bireylerin takındığı tutumları ve gösterdikleri davranışların temelinde değerler vardır. Toplumsallaşma süreciyle çocuğun yalnız bakımı ve korunması değil, toplumun konuştuğu dil, inanç, değerler, yaşam biçimi aktarılır. Bu süreç her topluma kimliğini kazandıran kültürel değerlerin sürekliliğini sağlar.

Değerler, kültür aktarımında da önemli bir yere sahiptir. Örneğin sinemadaki sosyolojik yaklaşımları incelediğimizde, filmlerde toplumsal değerlerin nasıl yansıtıldığı ve somutlaştırıldığı, filmlerin toplumsal değerler üzerindeki etkisi,

toplumun özelliklerini ele alış biçimlerini değerlendirilebilmektedir (Özden, 2004: 154). Sinema bu noktada, hem toplumsal yapılara yön veren, kültürü yeniden üreten hem de var olan değerleri gösteren, tanıtan ve onları aktaran bir sanattır. Hatta bu etki zamanla '*heritage*' adı verilen, toplumun hem uyguladığı, hem de benimsediği alışkanlıklar ile toplumun tüm değerlerini ifade eder. Bu kavram kültürel miras filmlerini kapsayan yeni bir alanı gündeme getirmiş, kültürel değerlerin korunması ve aktarılması amaçlanmıştır. Fetih 1453 (2012), Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü? (2006), Atatürk (2023) bu tür filmlere örnek gösterilebilir.

3.4. Hakan: Muhafız Örneği

Hakan: Muhafız draması, 2016 yılında Sayfa6 yayınlarından çıkan Nilüfer İpek Gökdel'in kaleme aldığı "Karakalem ve Bir Delikanlının Tuhaf Hikayesi" adlı romandan uyarlanır. Dizini bölümleri farklı yönetmenler tarafından çekilmekte, böylece öykü her sezon, hatta sezon içinde birbirini takip eden bölümlerde, farklı bakış açılarıyla sunulmaktadır. Dört sezon boyunca diziyi çeken yönetmenler sırasıyla Can Evrenol (1. Sezon: 1., 2., 3., 9., 10. bölümler), Umut Aral (1. Sezon: 4., 5., 6., ; 2. Sezon: 1., 2., 3., ; 3. Sezon: 1., 2., 3., 4., ; 4. Sezon: 1., 2., 3. bölümler), Gönenç Uyanık (1. Sezon: 7., 8., ; 2. Sezon: 4., 5., 6. bölümler), Gökhan Tiryaki (2. Sezon: 7.,8., ; 4.Sezon: 6., 7., bölümler), Burcu Alptekin'dir (3. Sezon: 5., 6., 7., ; 4. Sezon: 1., 2., 3., bölümler).

Hakan: Muhafız draması İstanbul'da yaşayan Hakan isimli bir gencin değişen hayatını bizlere aktarır. Babasıyla Kapalıçarşı'da bir antika dükkanında çalışan Hakan, bir gün dükkana gelen müşteri sayesinde, dükkanda tarihi bir gömleğe sahip olduklarını öğrenir. Yakın arkadaşı Memo ile iş kurma hayalleri kuran Hakan, paraya

ihtiyaç duymaktadır. Suzan isimli müşteri gömleğe karşılık yüksek miktarda ücret ödeyebileceğini söyler. Bu gömlek muhafız soyundan gelen Hakan'a doğaüstü güçler kazandıracak 'tılsımlı' bir gömlektir ve gömleği giyerek İstanbul'un son muhafızı olan Hakan'ın hayatı altüst olur. Hakan'ın hayatındaki tüm değişimler sezonlar boyu sunulur (Üçer, Dağlı, Soyseven, 2020: 56).

Çalışmanın bu kısmında Hakan: Muhafız dramasında yer alan kültürel göstergeler incelenecektir. Aşağıda 1. ve 2. sezona ait semboller, ritüeller, kahramanlar, değerleri içeren tablo kültürel göstergeler tablolarının takibini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır.

TABLO 3.7. 1. VE 2. SEZON SEMBOLLER TABLOSU

Tarihi ve Milli:		**Yeme –İçme:**	**Gündelik Yaşam:**
Ayasofya Süleymaniye Cami Kapalı Çarşı Nuruosmaniye Camii İstiklal Caddesi Ortaköy Cami Mimar Sinan Türbesi Molla Zeyrek Camii Sultanahmet Meydanı Sultan Mahmut Bendi Eski İstanbul'dan kalma binalar Dikilitaş Boğaz Köprüsü Cumbalı evler Cevahir Minaresi Çiçek Pasajı Said Halim Paşa Yalısı Darüzziyafe binası Medrese Kümbet Eski mezar taşları İ.Ü. Rektörlük binası İstanbul Boğazı İstanbul Erkek Lisesi	Türk Bayrağı Fatih Sultan Mehmet ve İstanbul'un Fethi Tılsımlı gömlek (Arapça ve Selçuklu motifleri) Mimar Sinan (ad) Mimar Sinan'ın eserlerine sözlü atıf Mimar Sinan (kitap) EGM logosu/ Çift başlı kartal Geleneksel Türk sanatları (hat-işleme-çini) Osmanlı rakamlar Dokuma halı Eski Osmanlı Kostümleri Hançer	Çay İnce belli çay bardağı Türk kahvesi Tavuklu pilav Simit Tost Eminönü balık-ekmek Meyhane Rakı Pavyon Pazaryeri Seyyar satıcı Fasıl	Sokak kedileri Sokak müzisyenleri (klarnet) Tespih Vapur Nostaljik tramvay Eski rahle ve Kur'an-ı Kerim Güğüm-İbrik Güvercinler Kasketli adam İstanbul'u anlatan tablolar

TABLO 3.8. 1. VE 2. SEZON RİTÜELLER, KAHRAMANLAR, DEĞERLER TABLOSU

Ritüeller	Kahramanlar	Değerler
Babasın son sözü söylemesi Büfe kahvaltısı Çay, börek ikramı Çekirdek çitleme Dilek tavşanı Dua etmek Dışarıda ipe asılı çamaşırlar Evde hayvan/tavuk beslemek Galata'da balık tutmak Kahve falı Komşularla selamlaşma Mahalledeki çocuklarla top oynama Mezarlık ziyareti Müze ziyareti Öğüt vermek Pavyon eğlencesi Pazar alışverişi yapmak Renkli ev terliği Sepet sarkıtma Seyyar satıcıdan yemek yemek Teselli etmek Tokalaşmak Tütün sarma Veresiye çay alma "Tanrı misafiri" sözlü ifadesi	Hakan Harun Fatih Sultan Mehmet Mevlana Yunus Emre Mimar Sinan	Başarı Cesaret Dayanışma Dürüstlük Güven Hayırseverlik Konukseverlik Özgüven Sadakat Saygı Ve Hürmet Vefa Yardımlaşma

3.4.1. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Özeti ve Künyesi

Oyuncu kadrosu: Çağatay Ulusoy (Hakan), Hazar Ergüçlü (Zeynep), Yurdaer Okur (Kemal), Ayça Ayşin Turan (Leyla), Okan Yalabık (Faysal), Burçin Terzioğlu (Rüya), Mehmet Kurtuluş (Mazhar), Mehmet Yılmaz Ak (Tekin), Saygın Soysal (Mergen), Yücel Erten (Neşet Baba), Cem Yiğit Üzümoğlu (Emir), Cihat Süvarioğlu (Yasin), Helin Kandemir (Ceylan), Defne Kayalar (Suzan Bayraktar), Hülya Duyar (Kamuran), Ecem Erkek (Sıla), Cankat Aydos (Memo), Fatih Dönmez (Orkun).

Tür: Fantastik, gerilim, aksiyon ve macera.

Yönetmenler: Can Evrenol, Umut Aral, Gönenç Uyanık.

Senaristler: Jason George, Yasemin Yılmaz, Emre Özpirinçci, Kerim Ceylan, Atilla Ünsal, Aşkım Özbek, Binnur Karaevli, Volkan Sümbül.

Yayın tarihi: Birinci sezon 14 Aralık 2018

Yapımcı: Alex Sutherland.

Yayın yeri: Netflix

Özet: İstanbul Kapalı Çarşı'daki antikacı işini büyütmek ve rol modeli olan Faysal Erdem gibi güçlü olmak isteyen Hakan, ölümsüz bir düşmandan İstanbul'u kurtarmak zorunda olduğunu anlar. Hakan, ona verilen görev nedeniyle şehirdeki diğer insanlardan çok farklı ve özel bir konumdadır. Fatih Sultan Mehmet'ten beri İstanbul'u tehdit eden yedi kişilik gizemli ölümsüzler grubu farklı bir boyuttan İstanbul'a gelmiştir. Son muhafız Hakan, ölümsüzleri durdurup İstanbul'u kurtarmaya çalışır. İlk sezonda Hakan, 'Tılsımlı Gömlek' ile tanışır ve 'Sadıklar' olarak bilinen bir grupla tanışır. Sadıklardan eczacı Kemal ve kızı Zeynep, Hakan'a İstanbul'u korumak için sadece tılsımlı gömleğin yeterli olmadığını, ölümsüzün kim olduğunu anlamak için 'erdem yüzüğü'ne ve ölümsüzü ortadan kaldırmak için 'hançer'e ihtiyacı olduğunu

söylerler ve ona bu kutsal objeleri bulması sürecinde yardımcı olurlar. Hakan, rol modeli Faysal Erdem'in yanında güvenlik görevlisi olarak çalışırken Leyla ile aşk yaşamaya başlar. Yaşadığı bu birliktelik nedeniyle İstanbul'u koruma görevini riske atar (IMDB)[32].

Bölüm Özetleri:

1. Sezon 1. Bölüm 46 dakika.

Yeni bir iş girişimi için umutsuzca fırsat kollayan Hakan'ın yoluna muhtemelen çok kıymetli olan tılsımlı bir gömlek çıkar.

1. Sezon 2. Bölüm 34 dakika.

Hakan, Muhafız'a dair anlatılanlara inanmakta zorlanır. Ölümsüzün ona ulaşmasını engellemek için yerinden ayrılmaması söylense de o, Memo'yu bulmak için gizlice çıkar.

1. Sezon 3. Bölüm 36 dakika.

Hakan ve Zeynep, yüzüğü koruyan bir Sadık ile buluşmak üzere ellerindeki adrese gelir. Ancak tek buldukları, ücra bir köşedeki köhne bir evdir.

1. Sezon 4. Bölüm 45 dakika.

Hakan, Faysal Erdem'in Ayasofya projesini almasını kutlamak için düzenlenen bir partide yeni işine başlar. Zeynep ise yüzük taşını bulmak için ipuçlarını takip eder.

1. Sezon 5. Bölüm 46 dakika.

Hakan kendi geçmişini öğrenmek için Büyükada'yı ziyaret ederken Zeynep ve Kemal, yüzük taşını aramak için Mimar Sinan'ın türbesine gider.

1. Sezon 6. Bölüm 38 dakika.

[32] (https://www.imdb.com/title/tt7668518/: erişim tarihi: 12 Temmuz 2023)

Hakan, yeni aşkı ve Muhafız olarak sahip olduğu görevler arasında seçim yapmakta zorlanır. Emir'i eve geri gönderen Kemal, hançeri aramak üzere dışarı çıkar.

1. Sezon 7. Bölüm 42 dakika.

Müzenin güvenlik sistemini aşmak için daha iyi bir yol bulmaya zaman olmadığından Zeynep, Hakan'ın planını kabul eder. Ama bu plan riskleri de beraberinde getirir.

1. Sezon 8. Bölüm 42 dakika.

Zeynep, babası için Timur'dan yardım ister. Faysal Erdem, Mazhar'ın son eylemlerini tasvip etmez. Leyla, Hakan'la ilişkisi nedeniyle kendini çelişkide hisseder.

1. Sezon 9. Bölüm 35 dakika.

Hakan, suç mahallinden uzaklaştırılırken beklenmedik bir şey görür. Ölümsüz hakkında daha fazla şey öğrenmek isteyen Kemal, statüsünü ve daha pek çok şeyi riske atar.

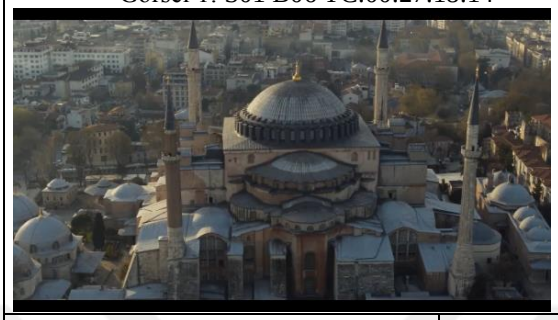
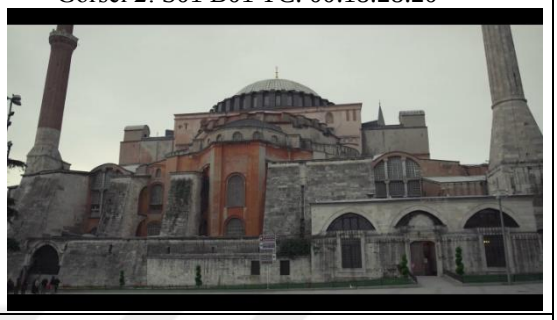
1. Sezon 10. Bölüm 31 dakika.

Gözü aşktan başka bir şey görmeyen Hakan, eğitimini ve Muhafız görevlerini savsaklar. Leyla ona ölümsüzün kanının gizli bir güce sahip olduğunu söyler[33].

[33] (https://www.netflix.com/tr/title/80189829 erişim tarihi: 10 Ekim 2023)

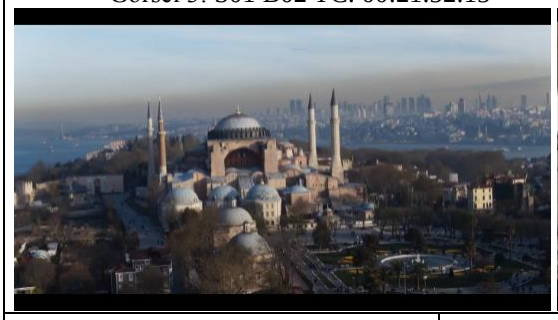
3.4.2.Hakan: Muhafız Birinci Sezon Semboller

TABLO 3.9. HAKAN: MUHAFIZ 1. SEZON TARİHİ - MİLLİ SEMBOLLERİ GÖSTERİR TABLO

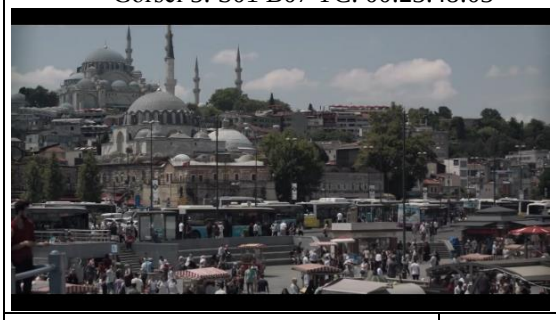
<table>
<tr><td colspan="2">Görsel 1: S01 B06 TC:00:27:18:14  Görsel 2: S01 B01 TC: 00:18:28:20 </td></tr>
<tr><td>Gösteren</td><td>Gösterilen</td></tr>
<tr><td>Görsel 1: Drone ile kaydedilen Ayasofya görseli. Cami üst açıdan kaydedilmiştir.

Görsel 2: 2. görselde cami alt açı kaydedilmiştir.</td><td>Ayasofya, dünya mimarisinin önemli eserlerinden bir tanesidir, dünya kültür miras listesinde yer alan kültürel simgelerden biridir. Büyük Kilise adıyla ilk inşa edildiğinden sonra beşinci yüzyılda Sophia olarak anılmaya başlanmıştır. Thela Sophia'ya, Hıristiyan inancındaki Kutsal Hikmet'e adanmıştır ve uzun süre Ayasofya'ya Büyük Kilise denilmiştir.

Ayasofya, Doğu Roma ve Osmanlı imparatorluklarına ev sahipliği yapmış, kozmopolit yapısıyla 1500 yıldır heybetini koruyan, çarpıcı ve eşsiz süslemeleri ile hem Bizans etkilerini taşımakta hem de Osmanlıdan izler barındırmaktadır. Ayasofya barındırdığı kültürel değerler açısından, İstanbul'a en fazla ziyaretçi çeken müzelerin başındadır (Deniz ve Savaşkan, 2018: 92).</td></tr>
</table>

Görsel 3: S01 B02 TC: 00:21:52:15	Görsel 4: S01 B01 TC: 00:08:45:02
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 3: Ayasofya, drone ile kaydedilmiştir. Kamera küçük bir açıyla kısa süreli Ayasofya Camii'yi uzaktan kaydeder. Görsel 4: Ayasoyfa Camii alt açıdan kaydedilmiştir. Faysal ve kalabalık bir grup açılışa katılmıştır.	İstanbul'un Fethi'nin ardından camiye dönüştürülüp ismi Ayasofya olarak değiştirilmiştir. Atatürk'ün önerisi ve Bakanlar Kurulu'nun kararıyla 1935 yılında müzeye çevrilmiştir. 2020 yılındaki kararla ibadete açılana kadar müze olarak varlığını sürdüren Ayasofya, Türkiye'nin kültür turizmi kapsamındaki önemli müzelerinden bir tanesidir (Deniz ve Savaşkan, 2018: 92). "Eğer dünya tek bir insan olsaydı, kalbi Ayasofya olurdu." Faysal karakteri, bu sözüyle Ayasofya'nın medeniyetler perspektifinde ne kadar önemli bir eser olduğunu vurgulamıştır.

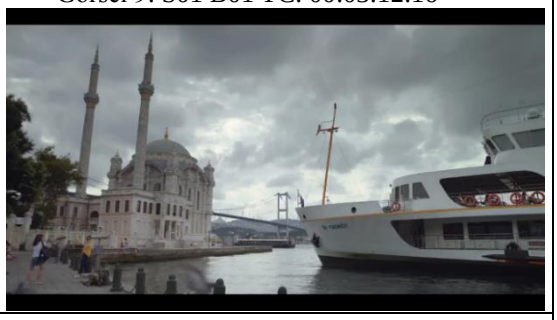
Görsel 5: S01 B07 TC: 00:23:48:03	Görsel 6: S01 B01 TC: 00:03:23:09
	

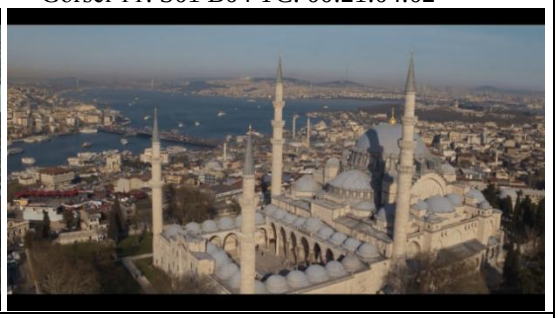
Gösteren	Gösterilen
Görsel 5: Rüstem Paşa Camii, önünde otobüs durakları ve halk, arkasında ise Süleymaniye Camii ile Eminönü gösterilmektedir.	Eminönü, yüzyıllardır Asya ile Avrupa aynı zamanda Akdeniz ile Karadeniz arasında, deniz ve kara yolunun ticaretinin kesişim noktası konumundadır (Kiper, 2015: 429). Türk pazar kültürünün sembolize edildiği bir mekan olarak Eminönü, hem turistlerin uğrak mekanı hem de yerli halkın alışveriş kültürünü devam ettirdiği yer olarak İstanbul ile özdeşleşmiş bir yapıdır.
Görsel 6: 2. görselde ise Kapalı Çarşı'nın tarihi girişi gösterilmektedir.	Kapalı Çarşı Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılan, halkın kıymetli eşyalarını uygun bir fiyatla sattığı dükkanlar anlamında gelen iki adet bedestenden oluşmaktadır. Zamanla yeni çarşılar eklenmesi ve üstlerinin örtülmesiyle bugünkü çarşılar bütününe dönüşmüştür (Bal ve Taşdemir, 2011: 8). Neşet karakteri dramada '600 yıllık' tarih ifadesiyle tarihsel değeri vurgulamıştır.

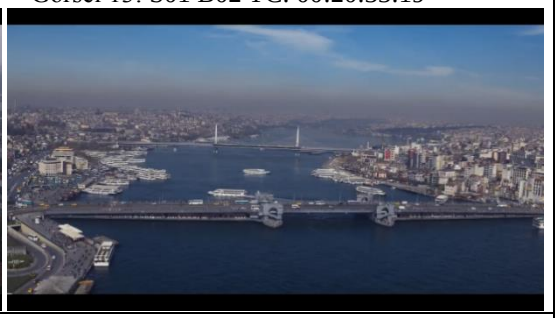
Görsel 7: S01 B04 TC: 00:25:19:23

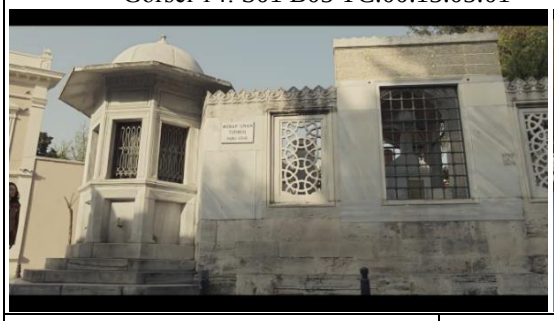


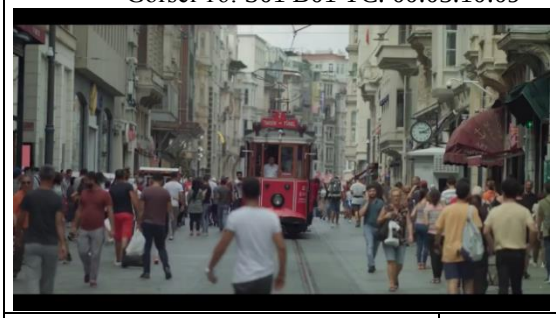
Gösteren	Gösterilen
Görsel 7: İstanbul Erkek Lisesi alt açı çekilmiştir. Öğrenciler çerçeveye dahil edilmemiştir. Sadece bina gösterilmektedir.	İstanbul Erkek Lisesi, Numune-i Terakki adıyla Mehmet Nadir Bey tarafından 1884 yılında kurulmuştur (Toplumsal Tarih, 2009: 10-11). Yapı, hem Osmanlı hem Cumhuriyet tarihine tanıklık ederken, Birinci Ulusal Mimarlık Akımının tüm özelliklerini taşımaktadır. Dramada okul binası Tarih bölümünde akademisyen olan Zeynep'in çalıştığı üniversite olarak verilmiştir.

Görsel 8:S01 B07 TC: 00:00:52:05	Görsel 9: S01 B01 TC: 00:03:12:16
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 8: Müze olarak kullanılan tarihi bir binanın bahçesi gösterilmektedir. Görselde müzeyi ziyaret edip fotoğraf çeken turistlere yer verilmektedir. Görsel 9: Vapur ve iskelede yer alan bir camiden oluşan kompozisyon sunulmaktadır.	Şehzade Mehmed Medresesi, Kanuni Sultan Süleyman tarafından yaptırılmıştır. 1548 yılında yapılan eser, Şehzade Camii'nin bir eklentisidir (Kanal, 2014: 251-294). Kubbeli yapılara örnek olarak verilen mimari yapı dramada Hakan, Kemal, Zeynep ve Ceylan, Muhafız nesline ait hançeri müzeden geri almak için plan yaptıkları sahnede kullanılmıştır. 1848'de Sultan Abdülmecid döneminde inşasına başlanan Büyük Mecidiye Camii Boğaziçi'nin siluetine damga vuran yapılardan biridir. Günümüzde Ortaköy Camii olarak bilinmektedir (Can ve Tunç, 2016: 198 - 239).

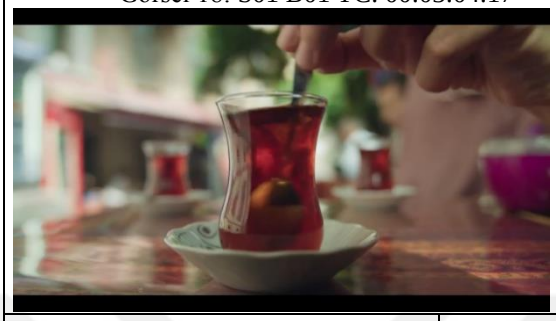
Görsel 10: S01 B06 TC: 00:06:31:16	Görsel 11: S01 B04 TC: 00:21:04:02
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 10: Drone görüntüleriyle Galata Kulesi, diğer binalarla birlikte çevresindeki yapılarla sunulmaktadır. Görsel 11: Süleymaniye Camii ve uzaktaki Haliç kompoziyon olarak sunulmaktadır. Video, drone ile kaydedilmiştir.	1348 yılında Cenevizliler tarafından yaptırıldığı, deprem sonrasında 1445 yılında 2. Murad tarafından tamir ettirildiği iddia edilen Galata Kulesi (Sağlam, 2020: 54), dramada bir dekor konumundadır. Sahneler arası geçiş yapmak için dolgu planı olarak kullanılan İstanbul simgelerinden biridir. Kanuni Sultan Süleyman'ın emriyle Mimar Sinan tarafından 1550'de yapılan Süleymaniye Camii ve Külliyesi, ekonomik ve kültürel işlevleriyle klasik dönemin simgesidir (Olgun, 2011: 112). Aynı zamanda Ayasofya'ya olan benzerliğiyle de tartışılan caminin Cevahir Minaresine Hakan ve Zeynep, yüzüğün kayıp taşını bulmak için buradaki geldikleri sahnede yer verilmiştir.

Görsel 12: S01 B09 TC: 00:26:09:22	Görsel 13: S01 B02 TC: 00:20:33:19
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 12: Drone ile cami ve uzaktan Haliç kaydedilmiştir. Videoda yer alan Camii, Molla Zeyrek Camii'dir. Görsel 13: Galata Köprüsü drone ile kaydedilmiştir. Kadrajda Haliç, Galata Köprüsü ve Eminönü İskelesi yer almaktadır.	Pantokrator Manastır'ının merkezinde yer alan Molla Zeyrek Camii, dönemin İmparatoriçesi İrene tarafından 1118-1136 yılları arasında yaptırılmış (Gautier, 1974: 5), İstanbul'un fethinden sonra Fatih Sultan Mehmet tarafından ilk medreseye çevrilmiş, daha sonra cami olarak anılmaya başlanmıştır (Esmer, 2014: 44-54). Altın Boynuz adıyla da bilinen Haliç'e İstanbul'un fethinden sonra Fatih Sultan Mehmet tarafından tersane kurulması sağlanmış, bugüne kadar gelen sanayinin temelleri atılmıştır. Sultan II. Bayezid Haliç üzerine bir köprü yaptırmaya karar vermiş hatta bu iş için Leonardo da Vinci'ye bile görev verildiği bilinmektedir (Alsan, 2018: 203-219). 3000 yıllık İstanbul tarihinin orta noktası sayılan şehir simgelerindendir. Haliç deniz ticareti ve sanayisinde oldukça önemli ve söz sahibi bir bölge haline gelmiştir. Daha sonra Haliç çevresine, çarşılar ve hanlar yapılmaya başlanmıştır. Doğal yapısı ve taşıdığı kültürel, tarihi, sosyal değerler Haliç'in özel bir kimliği olmasını sağlamıştır. İstanbul'un en eski yerleşim yerlerinden olması birçok kentsel imaj ögesinin bir arada bulunmasında etkili olmuştur (Ural ve Edirne, 2023: 2380).

Görsel 14: S01 B05 TC:00:13:05:01	Görsel 15: S01 B04 TC: 00:26:58:17
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 14: Mimar Sinan Türbesi yakın çekim kaydedilmiştir. Türbenin tamamı değil belirli bir bölümü sunulmaktadır.	Mimar Sinan Türbesi, yüzüğün kayıp taşını ararken Zeynep ve babası Kemal'in araştırma için geldikleri türbedir. Milli değeri olan Mimar Sinan, Türk kültürüne sayısız katkıda bulunmuştur. Hikayenin akışında hem kendisine hem de eserlerine drama içinde bolca atıfta bulunulmuştur.
Görsel 15: Uzaktan başlayan drone kaydı ile Said Halim Paşa Yalısı gösterilmektedir. Kamera denizden başlayarak giderek yalıya yaklaşır.	Said Halim Paşa Yalısı, Sadrazam Said Halim Paşa tarafından, 19.yy'ın son çeyreğinde, neo-klasik tarzda, mimar Pertraki Adamantini'ye yaptırılmıştır. Yine Osmanlı dönemi mimarisine örnek olan yapı dramada Hakan'ın Faysal'a düzenlenen suikasti engellediği sahnede yer almıştır.

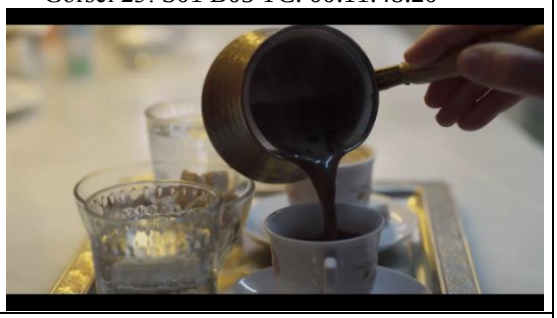
Görsel 16: S01 B01 TC: 00:03:10:09	Görsel 17: S01 B03 TC: 00:11:40:08
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 16: İstanbul'un en çok turist çeken caddelerinden biri olan İstiklal Caddesi'ndeki insanlar ve tarihi tramvay gösterilmektedir.	1840'lardan sonra Pera ve Beyoğlu ile birlikte, 'Moğoli Odos' ve 'Grand Rue de Pera' adlarıyla anılan Cadde-i Kebir, bildiğimiz adıyla İstiklal Caddesi de genişlemiştir (Koç, 2019: 12). 15. yüzyılın sonlarından itibaren Müslümanların yerleşmesinin, Avrupa'dan gelenlerin, kendi kültürlerini getirmesi üzerine bir alışveriş ve kültür merkezi haline dönüşmüştür.
Görsel 17: Tarihi ahşap evler, cumbalı yapılarıyla birlikte sunulmuştur. Görüntü alt açıdan çekilmiştir.	Geleneksel Türk evinin en belirgin ögesi cumbalar, dünyanın hiçbir yerinde, hiçbir mimarlık sanatında konut mimarisi ile bu kadar bütünleştirilememiştir. Bu öge, evi cephesini ve sokağını güzelleştiren bir öge olmasıyla birlikte, Türk toplumunun sembolü olarak günümüze kadar gelmişlerdir. Cumbalar, Türk toplumunda aile-toplum arasındaki mahremiyet ilişkisini de anlatır (Akın, 1995: 509).

TABLO 3.10. HAKAN: MUHAFIZ 1. SEZON YEME-İÇME KÜLTÜRÜ SEMBOLLERİNİ GÖSTERİR TABLO

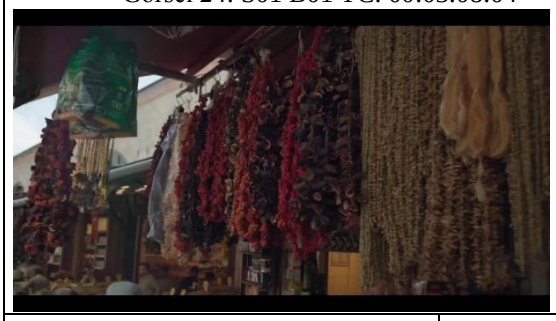
Görsel 18: S01 B01 TC: 00:03:04:17	Görsel 19: S01 B01 TC: 00:03:52:11
	

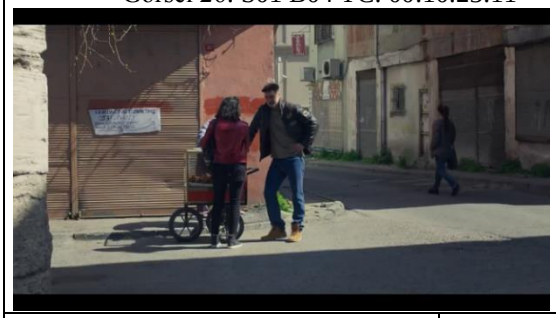
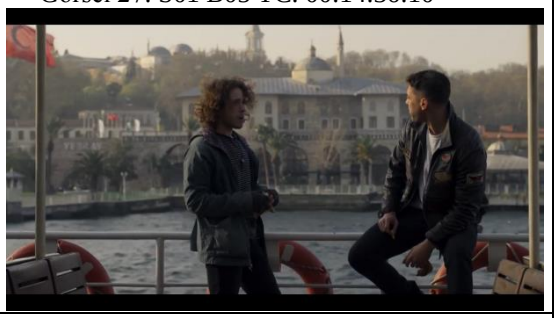
Gösteren	Gösterilen
Görsel 18: Yakın çekimde ahşap bir masa ve üç adet çay bardağı gösterilmiştir. Öndeki bardaktaki çay, kimliksiz bir el tarafından karıştırılmaktadır.	Sabahın erken saatlerinde başlayan çay alışkanlığı, gece geç saatlere kadar sürer. Özellikle ince belli bardakta içilen çay, Türk kültürüyle özdeşleşmiş gündelik bir alışkanlıktır. Çay kültürümüzde içecek dışında da anlamlara sahiptir. Sohbet öncesi çay demlenir, yoğun iş saatlerinde çay molası verilir…
Görsel 19: Çay tepsisiyle servis yapan çaycı ile tepsiden çay alan ana karakter Hakan gösterilmektedir. İki karakter, boy plan olarak hanın terasında kaydedilmiştir. Arkada ise Türk bayrağı yer almaktadır.	Gazeteci Gerald Robbins, çayın Türk hayatındaki önemini şöyle ifade eder: "...Örneğin başkent Ankara'da, Türk tipi bardaklarda sunulan çay ikramından önce hiçbir şey başlamaz. Çayın yanında sigara sunulması, ardından dostça ya da filozofça uzun uzun laf edilmesi yerleşik iş kültürünün tarifi olmuştur" (Akt., Hızlan, 2005).

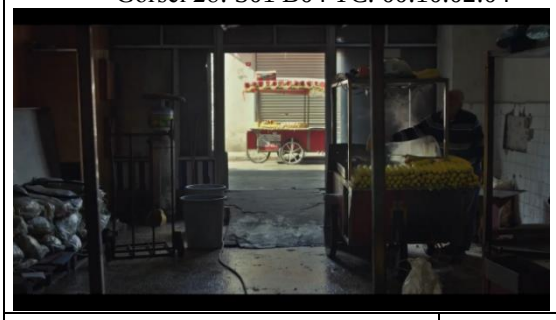
Görsel 20: S01 B01 TC: 00:26:54:15	Görsel 21: S01 B05 TC: 00:04:32:22
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 20: Çay ocağında sarılmış halde ilerleyen iki karakter gösterilmektedir. Bel plan çekilen bu plandaki karakterler Neşet ve Hakan'dır. Görsel 21: Ahşap tezgah üzerinde dizilmiş, ince belli çay bardaklarına çay dolduran çaycı gösterilmektedir.	Çay, zaman içinde dostluk ve misafirperverliğin sembolü haline gelmiş, gündelik hayat bu içeceğin etrafında şekillenmiştir. Yukarıdaki görselde Hakan ile babası Neşet bir saldırıdan çıkmıştır. Neşet yaralıdır, tesadüfi olarak bir çay ocağından geçmişlerdir. Bu da çay kültürün günlük hayatın her yerinde olduğunu ispatlar bir görseldir. Beykoz'daki cam fabrikasında, daha önce Avrupa'da üretilen cam bardaktan farklı olarak ayaksız, kulpsuz ve sapsız bir çay bardağı tasarlanmıştır. Günümüzde 'ince belli' adı verilen bu bardak kültürler arası birleşim ve araştırma ürünü gibidir (Küçükerman, 1998: 39).

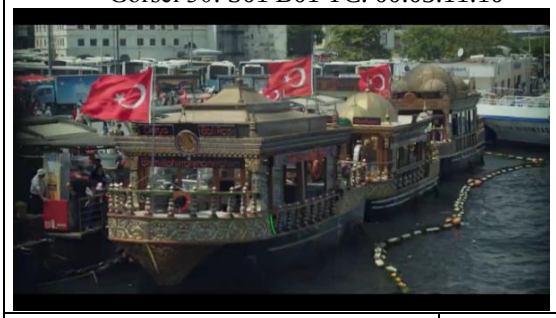
Görsel 22: S01 B01 TC: 00:04:00:01	Görsel 23: S01 B05 TC: 00:11:48:20
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 22: Kahve falı bakan biri ve karşısında falı dinleyen biri olmak üzere iki karakter sunulmuştur.	‘Türk kahvesi kültürü ve geleneği’ 2013 yılında, Unesco’nun “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesi”ne eklenmiştir.[34] Türk toplumunun örf, adet ve geleneklerinde Türk kahvesine rastlanması; kahvenin kültürel değer olduğunu göstermektedir. Kültürel miras olan kahve, toplumun her döneminde farklı anlamlar kazanarak Türkler’in yaşam biçiminin sembolü olmuştur.
Görsel 23: Kahve ikramı için fincanlara kahve dolduran bir el ve yakın çekim fincanlar gösterilmektedir.	Geleneklerle birleşen kahve; toplumun her kesimine hitap etmesiyle bütünleştirici bir özellik taşırken, ziyaretler, taziye evi, arkadaş ortamı gibi durumlarda sohbet aracı olarak sosyalleşmeyi desteklemektedir. Sohbet, misafirperverlik, dostluk gibi anlamlarla birlikte kahve falı gibi eğlence etkinliklerini de barındırır.

[34] (ich.unesco.org: erişim tarihi: 22 Ekim 2023)

Görsel 24: S01 B01 TC: 00:03:08:04	Görsel 25: S01 B01 TC: 00:03:09:07
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 24: Kurutulmuş sebzelerin ön plana çıktığı görselde, bu tarz ürünler satan bir aktar gösterilmektedir.	Gıdaların kurutularak saklanması, mevsimler boyu onları saklamak için insanın doğadan öğrendiği en eski yöntemlerden biridir. Yukarıdaki görselde bunu yemek kültürümüzün bir sembolü olarak sunmuşlardır. Bu plan, dolgu sahnesi çerçevesinde derinliksiz olarak kullanılmıştır.
Görsel 25: Sokak lezzetlerinden biri olan kestaneler bu görselde yakın çekim kaydedilmişlerdir. Kestaneler közlenmiş, soyulmuş ve tüketime hazır olarak sunulmuştur.	Ülkemizin hemen her yerinde yaygın olarak tüketilen sokak lezzetlerine örnek olarak kestaneyi vermek mümkündür. Közlenmiş kestanenin satılması ise İstanbul'daki kültürün tanıtımına katkı sağlamaktadır. Bunun nedeni ise çok fazla turist dolaşımının olduğu bir kent olarak İstanbul, sokak lezzetlerini farklı kültürlere sunarak kültürel mirasın korunması, tanıtımı ve sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır.

Görsel 26: S01 B04 TC: 00:10:23:11	Görsel 27: S01 B05 TC: 00:14:36:10
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 26: Hakan ve Zeynep seyyar bir simit tezgahının önünde durmuş simit almaktadırlar. Görselde iki ana karakter, bir simit tezgahı ve tenha bir sokak gösterilmektedir.	Evliya Çelebi Seyahatname'sinde İstanbul içinde semtlere göre değişen simit tiplerinden bahseder. Dramada da simit birkaç bölümde yer almaktadır. Maceradan önce ya da sonra ardışık olarak kullanılan simit planları, Türk halkıyla simidin bütünleşmesini temsil etmektedir.
Görsel 27: Görselde vapur ile iki yaka arasında yolculuk yapan Hakan ve Emir gösterilmektedir. Bu yolculuk esnasında vapurda simit tüketmektedirler. İkilinin arkasında Sepetçiler Kasrı yer almaktadır.	Türk yemek kültürünün önemli olgularından birisi olan simit, Osmanlı'dan bu yana varlığını sürdürmektedir. Simidin kültürümüzde birçok çeşidi de mevcuttur.

Görsel 28: S01 B04 TC: 00:10:02:04	Görsel 29: S01 B06 TC: 00:17:24:14
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 28: Görselde depo içerisinde tezgahında mısır pişiren mısırcı ile kapının önünde konumlandırılmış, satışa hazır mısırların yer aldığı tezgah gösterilmektedir.	Sokak lezzetlerinden bir tanesi de mısırcılardır. Dramada mısırcılarla doğrudan bir etkileşim kurulmaz. Ancak kalabalığın yer aldığı dolgu sahnelerinde mısırcılarla karşılaşmaktayız. Örneğin Sultan Ahmet Meydanı'ndaki sahnede kalabalığın merkezinde yer alan bir mısır standı vardır.
Görsel 29: Görselde Emir ve pilavcı, pilav tezgahının önündedirler. Emir hem yemek yemekte hem de sohbet etmektedirler.	Mazhar'ın geçmişini araştıran Emir, Mazhar'ın evini bulmaya çalışırken pilavcı ile karşılaştır. Sokak lezzetlerinden biri olan tavuklu pilavı yerken, pilavcı ile sohbet etmeye Mazhar hakkında bilgi almaya çalışmaktadır. Pilavcı, tüm bildiklerini Emir'e anlatır. Bu diyalog, sokakta yemek yeme kültürünün sadece bir tüketim olmadığını, aynı zamanda bireyler arası etkileşimi desteklediğini de göstermektedir.

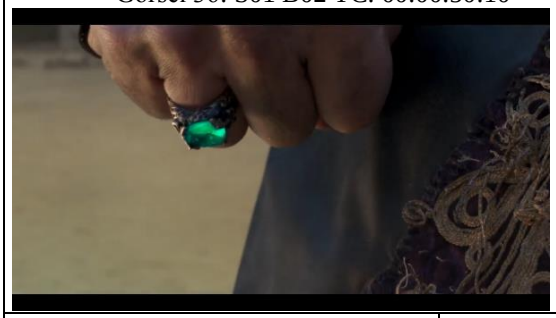
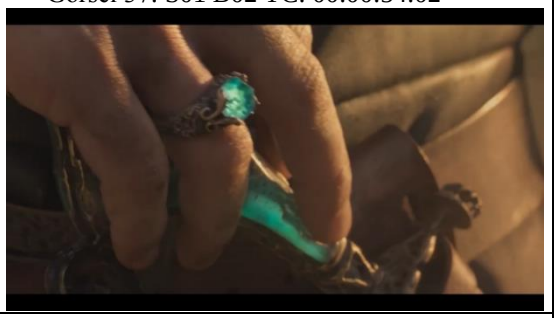
Görsel 30: S01 B01 TC: 00:03:11:10	Görsel 31: S01 B06 TC: 00:06:39:00
	

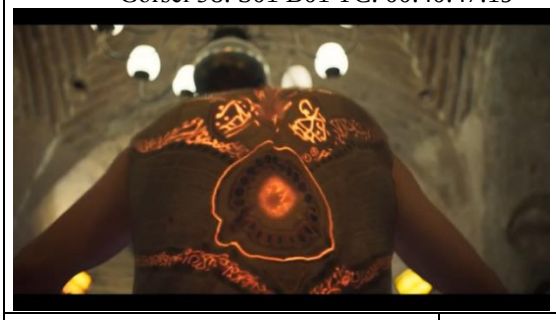
Gösteren	Gösterilen
Görsel 30: Görselde Eminönü İskelesi'ne yanaşmış satış yapan, süslemeleriyle ön plana çıkan üç adet balıkçı teknesi gösterilmektedir.	Turistlerin çokça rağbet gösterdiği bir sokak lezzeti olan balık ekmek, teknelerin Eminönü'nün deniz kıyısında olması, yemek yerken izlenebilecek güzel manzaralara sahip olması, turistik alanlara kolay ulaşımı olması ve yakın olması nedeniyle tercih edilmektedir. Bu sayede yemek dışında sosyal bir etkileşimde sayılmaktadır. Aynı zamanda gemilerdeki oymalar ve süslemeler de turistlerin ilgisini çekmektedir.
Görsel 31: 2. görselde Emir ve Hakan, bir büfede buluşmuşlardır. Büfe çalışanı çocuk siparişleri getirmiştir. Arkada ise diğer siparişleri hazırlayan bir personel görülmektedir.	Dramanın birkaç bölümünde karakterler tost yerken gösterilmektedir. Yukarıdaki görselde tost yemek için büfeye gidilmiştir. Emir ve Hakan tost yerlerken bir yandan da sohbet etmektedirler. Büfe tostu ve çay, burada sokak lezzetlerini temsil etmektedir. Çay örneğinde de değinildiği üzere günün erken saatlerinde yapılan büfe kahvaltısında içecek olarak yine çay tercih edilmiştir.

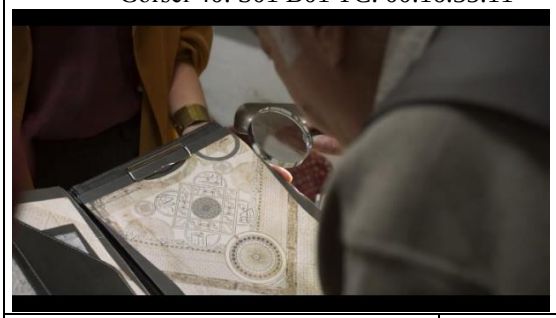
TABLO 3.11. HAKAN: MUHAFIZ 1. SEZON DİĞER SEMBOLLERİ GÖSTERİR TABLO

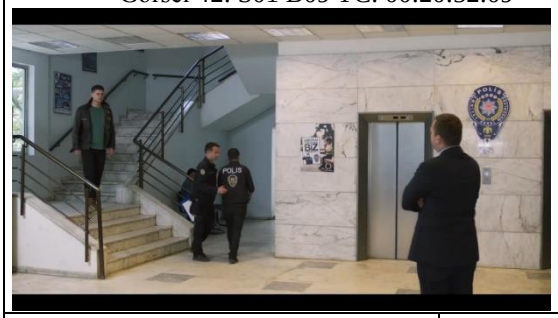
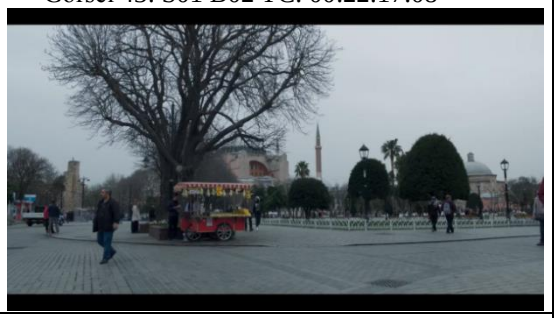
Görsel 32: S01 B01 TC: 00:04:43:04	Görsel 33: S01 B01 TC: 00:37:25:08
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 32: Görselde yakın çekim iki adet keçi heykeli yer almaktadır.	Keçi, Türklerin kullandığı önemli hayvan figürlerindendir. Türkler için 'yüceliği, erişilmez yerlere erişebilirliği' cesareti ve özgürlüğü temsil eder (Aksoy, 2022: 126).
Görsel 33: Kemal, Zeynep ve Hakan yer altında bir odada oturmaktadırlar.	Orhun Abideleri'ndeki, Kültigin Anıtı'nın üzerinde keçi figürü resmedilmiştir. Buradaki figür ölümsüzlüğü, bereketi ve zenginliği temsil eder (Somuncuoğlu, 2008: 149).

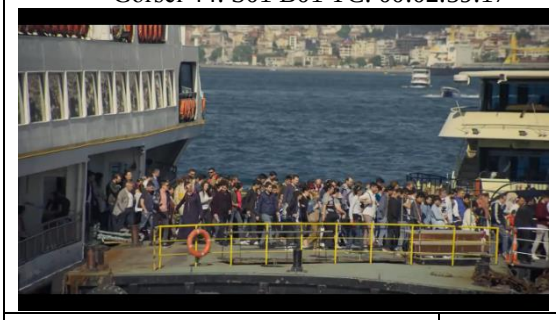
Görsel 34: S01 B04 TC: 00:10:02:04	Görsel 35: S01 B01 TC: 00:06:34:09
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 34: Görselde Neşet ve Hakan, kapalı çarşıda otantik ürünler sattıkları dükkandadırlar. Odanın her yeri otantik eşyalarla dekore edilmiştir. Görsel 35: Hakan, sırtında antika bir halı taşımaktadır.	Görselde çeşitli otantik semboller yer almaktadır. Bunlardan en dikkat çeken tespihlerdir. İslamiyet'le birlikte, önceleri Allah'ı zikretmek amacıyla kullanılan tespihler, daha sonra bir aksesuar dönüşerek Türk kültüründeki yerini almıştır. Halı bütün toplumlarda mevcut bir kültürel öge olmakla birlikte; her toplumun kendisine ait dokuma tekniği, renkleri ve kültüründen doğan motiflerle bezenmiş özel halıları vardır (Koca, 2012: 2). Halılar, göçebe hayattan bu yana binlerce yıldır Türk kültürünün bir parçasıdır.

Görsel 36: S01 B02 TC: 00:00:50:10	Görsel 37: S01 B02 TC: 00:00:54:02
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 36: 1. görselde yakın planda turkuaz taşlı bir yüzük takan sağ el görülmektedir.	Dünyada Türk mavisi olarak adlandırılan yeşil ve mavinin ortak bir tonu olan turkuaz rengi, dramada kutsal objelerde simgeleştirilmiştir. Turkuaz rengi, Göktürklerin milli sembollerinden bayrağının rengidir ve göğü simgeler.
Görsel 37: 2. görselde işlemeli bir hançerin kabzasından tutan turkuaz taşlı yüzük takan sağ el görülmektedir.	Muhafıza ait olan, turkuaz renkteki hançer ve yüzük, İslam ile özdeşleşmiş yeşil renk ve Türkler ile anılan turkuaz renk üzerinden Müslümanların ve Türklerin savaşçı toplumlar olduğunu sembolize eder.

Görsel 38: S01 B01 TC: 00:40:47:19	Görsel 39: S01 B01 TC: 00:00:58:00
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 38: Görselde Hakan sırt çekimde görülmektedir. Sırtındaki yelek üzerinde yer alan motifler ışıldamaktadır.	İnsanın içinde yaşadığı çatışma hali, onu ya iyiliğe ve güzelliğe ya da kötülük ve çirkinliğe götürmektedir. Mevlana, bu durumu iç hesaplaşmadan geçmeyen insanın hamlık noktasında kalacağını söyleyerek vurgular. Mevlana'nın "hamdım, piştim, yandım" ifadesi burada gömlekle sembolize edilir. Hakan, gömleğin aleviyle bütünleşip olgunluğa erişip, dünyevi dertlerinden kurtulmuş, bir koruyucu olmuştur (İmamoğlu, 2014: 12).
Görsel 39: Görselde gömleğin detayları yakın çekimde sunulmaktadır.	Padişahlar savaşlara katılmadan önce uğur getireceğine inandıkları tılsımlı gömlekleri yanlarında götürürlerdi. Tılsımlı gömleklerin üzerinde çeşitli aksiliklere karşı padişahı koruyacak motifler işlenirdi. Şifacılar, önceki dönemdeki şamanlar, bu motifleri gömleklere işlerlerdi. Bu motiflerin ayrıca sanatsal bir yapısı da vardır. Totem, sembol, dini göstergeler ve batıl itikat sanatla bütünleşir.

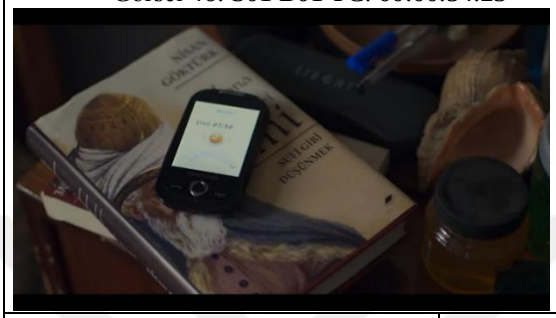
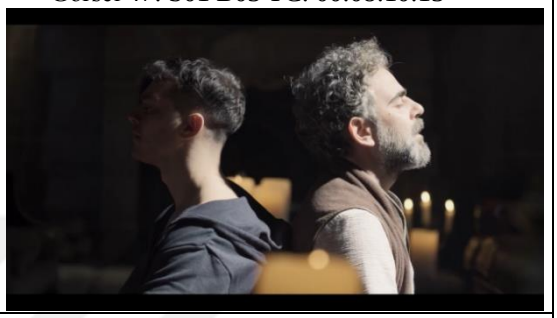
Görsel 40: S01 B01 TC: 00:16:35:11	Görsel 41: S01 B01 TC: 00:40:42:13
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 40: İlk görselde Neşet, bir dosya içinde yer alan motifleri incelemektedir. Dosyada bir gömlekten parça yer almaktadır. Görsel 41: İkinci görselde gömlek yakın çekim sunulmaktadır. Gömlek üzerinde yer alan dualar gösterilmektedir.	Gömleklerin üzerindeki metinler ve bu metinlerin hangi kaligrafi (Karaalp, 2017) tarzında yazılacağı din adamları ve şifacılar tarafından belirlenirdi. Gömlekler hattatlar tarafından aharlanarak kağıt gibi incelir, işlenebilir hale gelirdi. Daha sonra nakkaşlar kağıt gibi sert hale gelen gömleği motifler ve dualarla süslerlerdi. Gömleklerin yüzey düzenlemesi, Kur'an sayfasının düzeni, bezemesi, sayfa kenarının tığları itibariyle büyük benzerlik gösterirdi. Tercih edilen sembollerin renkleri ise Orta Asya Türklerinden bu yana sıklıkla kullanılan siyah, beyaz, kırmızı ve altın rengidir (Çelikbaş, 2020: 244).

Görsel 42: S01 B09 TC: 00:20:52:09	Görsel 43: S01 B02 TC: 00:22:17:08
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 42: Hakan ve Faysal, karakolda karşılaşırlar. Görselde ayrıca iki adet polis gösterilmektedir.	Türk kültürünün en eski iktidar sembollerinden birisi çift başlı kartal sembolüdür. Anadolu Selçuklu Devleti'ne ait bu sembol, kudret, kuvvet gibi anlamlar barındırmaktadır (Özel, 2018: 551). Emniyet Genel Müdürlüğü logosunda yer almasıyla birlikte Türk toplumunun gücünü simgelemektedir.
Görsel 43: Görselde Sultan Ahmet Meydanı gösterilmektedir. Büyük ağacın arkasında Sultan Ahmet Camii yer almaktadır.	Sultanahmet Meydanı, tarihi bir değer olmasının yanında turizm açısından da önemli meydandır. Meydan, çevresindeki yapıların tarihsel, kültürel, mimari değere sahip olmalarından dolayı İstanbul'un en çok turist çeken bölgesidir (Şenel, 2013: 57).

Görsel 44: S01 B01 TC: 00:02:59:17	Görsel 45: S01 B01 TC: 00:03:19:17
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 44: Vapurdan inen yolcular gösterilmektedir. Görsel 45: 2. görselde siyah ve beyaz iki kedi gösterilmektedir.	İstanbul 2 parçalı bir şehir olduğu için iki yaka arası ulaşımda kullanılan vapurlar, şehrin en önemli kültürel simgelerindendir. Turistler için vapurlar, İstanbul Boğazı'nda, İstanbul'un güzelliklerinde göz atabilecekleri bir deneyim aracıdır. Türkler, göçebe oldukları dönemlerden beri hayvanlarla birlikte yaşadıkları için hayvanlarla farklı bir bağ kurmuşlardır.

3.4.3.Hakan: Muhafız Birinci Sezon Kahramanlar

TABLO 3.12. HAKAN: MUHAFIZ 1. SEZON KAHRAMANLARI GÖSTERİR TABLO

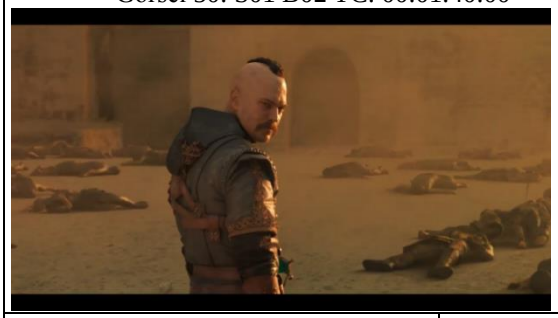
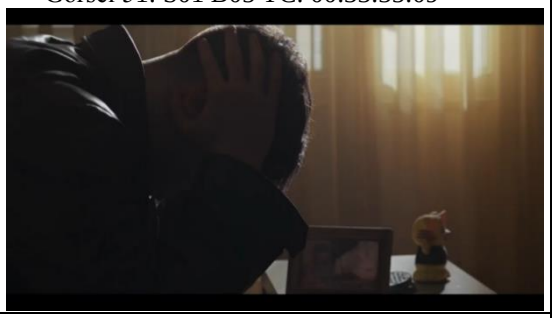
<table>
<tr><td colspan="2">Görsel 46: S01 B01 TC: 00:00:54:23  Görsel 47: S01 B03 TC: 00:08:10:13 </td></tr>
<tr><td>Gösteren</td><td>Gösterilen</td></tr>
<tr><td>Görsel 46: Mevlana’nın Sufi Gibi Düşünmek adlı kitabının üzerinde ışığı yanan bir telefon gösterilmektedir. Zemin dağınıktır. Telefonun alarmı çalmaktadır.

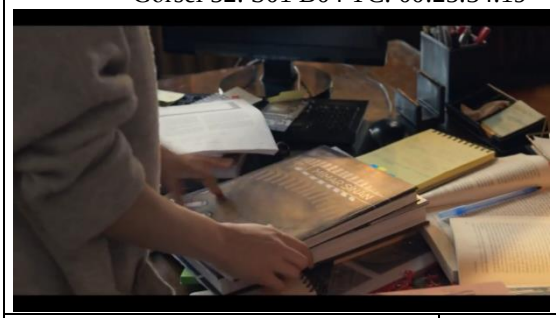
Görsel 47: Hakan ve Kemal sırt sırta vermişlerdir. Çevrelerinde mumlar yanmaktadır.</td><td>Mevlana, bin yıllık Türk kültürünün en büyük değerlerinden biridir. Anadolu’da kurulmaya başlayan yeni kültür unsurları arasında birleştirici bir etkiye sahiptir.

Mevlana, öğretileriyle ilk sezonda sıklıkla kullanılmıştır. İnsan, akıl ve olgunlaşma üzerine metaforlara yer verilmiştir. Öğretilerin anlatıldığı sahnelerde yine Mevlana’nın ‘Hamdım, piştim, yandım’ cümlesine ateş ile gönderme yapılmıştır.</td></tr>
</table>

Görsel 48: S01 B02 TC: 00:00:30:14	Görsel 49: S01 B01 TC: 00:40:02:23
	

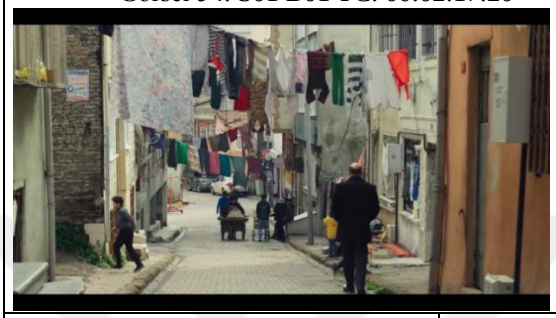
Gösteren	Gösterilen
Görsel 48: Fatih, kaftanıyla koridorda yürümektedir. Karakter bel planda gösterilmektedir.	Fatih Sultan Mehmet, Osmanlı İmparatorluğu'nun önemli padişahlarından biridir ve 21 yaşında İstanbul'u fethederek Bizans İmparatorluğu'na son vermiştir. Bu büyük zaferle birlikte İstanbul, Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olmuştur. Dramada, Fatih Sultan Mehmet, sembolik olarak kullanılarak hikaye örgüsü ve özellikle kurmaca kahraman Harun bağlamında yer almıştır.
Görsel 49: Hakan, gömleğiyle durmaktadır. Göğüs planda sunulan Hakan kollarını açmış bir şekilde Kemal'in amorsundan sunulmaktadır.	Hakan kökleri çok eskilere dayanan ve şehri korumakla görevli, gizemli ve kadim "Hakan: Muhafız" kanından gelenlerin sonuncusudur. İstanbul'u koruma görevi ve Hakan: Muhafızları ölümsüz yapan tılsımlı gömlek Hakan'ın büyük dedesi Akıncı Harun Bey'den kalmıştır. Hakan, kurmaca bir kahramandır.

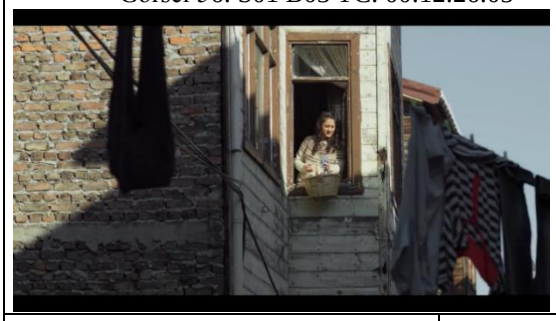
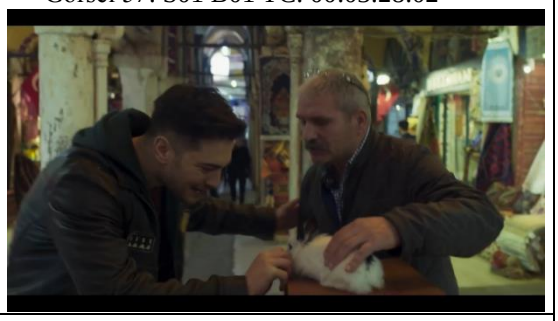
Görsel 50: S01 B02 TC: 00:01:40:00	Görsel 51: S01 B05 TC: 00:33:35:09
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 50: Savaş sonrası cesetlerin arasında bel plan sırtı yarım dönük Hakan'ın dedesi Harun gösterilmektedir. Harun deri kıyafet içerisindedir.	Harun Bey, Padişah Fatih Sultan Mehmet tarafından İstanbul'u koruma görevi verilen bir akıncıdır. Kahraman, kurmaca olarak yaratılmıştır. Akıncılar, Osmanlı döneminde orduda Türklere özel bir askeri sınıftır. Akıncı olabilmek için kişi Türk olmalıdır. Burada Türklük olgusu da vurgulanmıştır.
Görsel 51: Hakan ellerini kafasının arasına koymuş durmaktadır. Görselde Mazhar Fuat'ın seslendirdiği 'Adımız Miskindir Bizim' şarkısı çalmaktadır. Masanın üzerinde çocukluğundan kalma bir oyuncak ve ailesinin fotoğrafı yer almaktadır.	Türk edebiyatının önemli isimlerinden Yunus Emre, halk şiiri geleneğinde büyük etkisi olan tasavvuf şairidir. Öğretileri, insanlık, sevgi, hoşgörü ve insan ilişkileri gibi evrensel temaları ele alır. Yukarıdaki sahnede, Yunus Emre'nin şiirinden bestelenen, 'Adımız Miskindir Bizim' isimli şarkı hem Yunus Emre'nin kültür değerini hem Türk ezgileri kullanılması bakımından önem taşımaktadır.

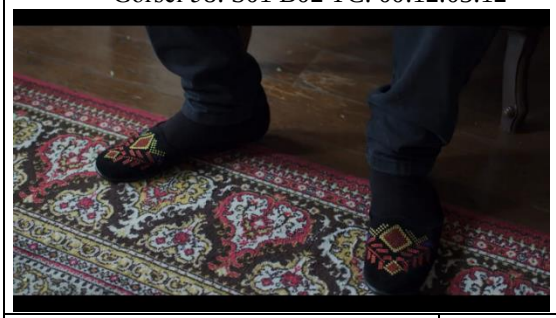
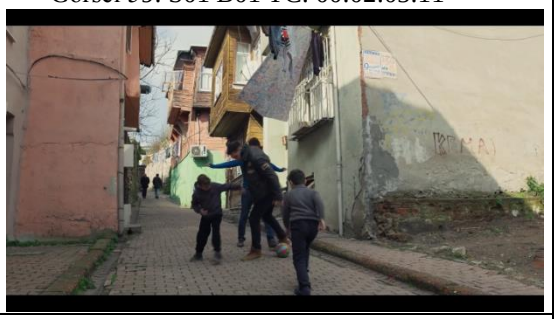
Görsel 52: S01 B04 TC: 00:25:34:19	Görsel 53: S01 B05 TC: 00:13:47:11
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 52: 1. görselde yakın çekim Mimar Sinan'ın kitabı gösterilmektedir.	Mimar Sinan, klasik Osmanlı döneminde mimarlık tarihinde tanınan en önemli isimlerden biridir. 1538-1588 yılları arasında Hassa Mimarlar Ocağı'nın başında bulunan Mimar Sinan, Osmanlı mimarlığının en yoğun mimari faaliyetlerinin gerçekleştiği dönemde yaşamıştır.
Görsel 53: 2. görselde Zeynep bel plan, Kemal göğüs plan Mimar Sinan Türbesi'nin önündedirler.	"Yaptığın İşi Gönlünde Hissedersen Irmaklar Çağlar İçinde" Mimar Sinan Mimar Sinan'ın sözleri, eserleri, dehası drama boyunca sık sık atıfta bulunulmuştur. İstanbul'un mimarisini ve tarihsel anlamda onu özgün kılacak yapılarla donatması bakımından kültürel bir semboldür.

3.4.4. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Ritüeller

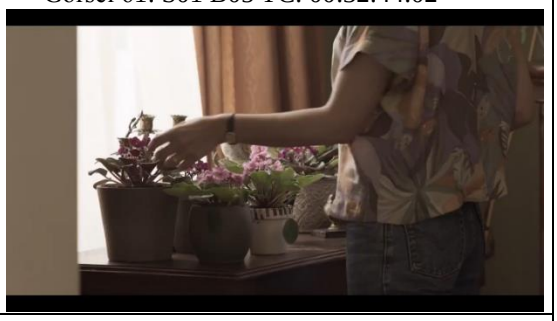
TABLO 3.13. HAKAN: MUHAFIZ 1. SEZON RİTÜELLERİNİ GÖSTERİR TABLO

Görsel 54: S01 B01 TC: 00:02:17:20	Görsel 55: S01 B01 TC: 00:02:09:22
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 54: Eski binaların, top oynayan çocukların, çocuklara doğru yürüyen bir adamın, el arabasıyla eşya taşıyan çocukların, simitçinin, oturan kadınların, ip üzerine serilen çamaşırların olduğu bir sokak sunulmaktadır. Görsel 55: Cumbalı evin camından bakan komşuları.	Sokağa çamaşır asmak, kültürel farklılıklara bağlı olarak değişen bir uygulamadır. Bazı toplumlarda kabul edilebilirken diğerlerinde ise daha az yaygın veya hoş karşılanmayan bir davranış olarak algılanabilmektedir. Özellikle şehirlerde dar yaşam alanlarına sahip olan kişiler arasında daha yaygın olarak görülmektedir. Komşuların pencereden Hakan ile selamlaşması, mahalle kültürünün bir özelliği olan mahalle fertleri arasındaki ilişkinin gücünü temsil eder. Bireyler bağımsız olsalar da, mahalle toplumu içerisinde grubun ögelerini temsil eder. Bu nedenle sembolik olarak da olsa komşular birbirlerine gün içinde neler yapacaklarını paylaşırlar.

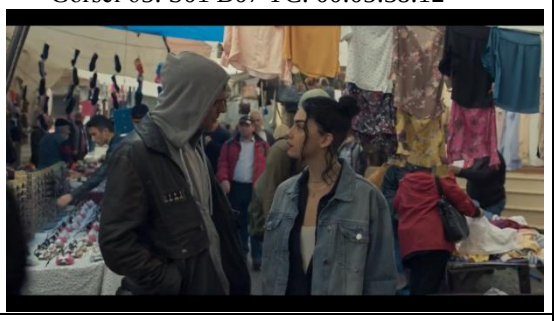
Görsel 56: S01 B03 TC: 00:12:26:05	Görsel 57: S01 B01 TC: 00:03:28:02
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 56: Sıla aşağıya sepet sarkıtmaktadır.	Kentleşmenin getirdiği yüksek katlı binalarda oturmak, sokakla hane arasındaki ilişkiyi zorlaştırmıştır. Mahalle kavramının getirdiği dayanışma kültürü de burada devreye girer. Evinde oturan yaşlılar, aşağıya sepet sarkıtarak mahallenin çocuklarından ya da gençlerinden yardım isterler. Yukarıdaki plan bunu sembolize ettiği için kullanılmıştır. Mahalle bakkalı da sarkıtılan sepet ile eve servis yapmaktadır.
Görsel 57: Hakan, Kapalı Çarşı'da niyetçinin tavşanını sevmektedir.	Tavşan, Göktürk dönemi ve İslamiyet sonrası Türklerde iyi şans ve bolluk simgesi olarak görülmüştür (Çoruhlu, 1999: 156). Dramada kullanılan niyet tavşanı bir tür falcılık sayılır ve Hakan'ın yakın zamanda üstleneceği şehri koruma görevine gönderme yapmaktadır.

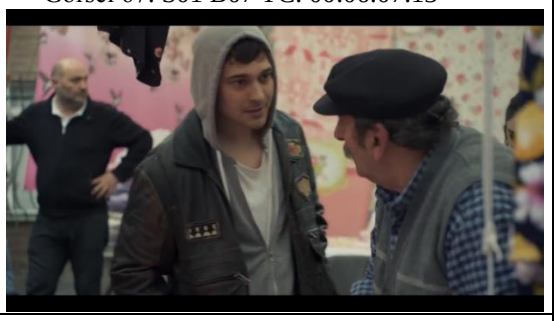
Görsel 58: S01 B02 TC: 00:12:03:12	Görsel 59: S01 B01 TC: 00:02:05:11
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 58: Hakan'ın ayakları yakım çekim gösterilmektir. Hakan, komşusunun verdiği terlikleri giymekte ve işlemeli bir halıya basmaktadır.	Ev terliği, Türk kültüründe misafirin kendisini evinde hissetmesi için sunulur. Misafiri rahat hissettirmek amaçlanır. Halı kültürü de tarih boyunca oluşturduğumuz engin kültürümüzün ana unsurlarından birisi olarak, renkleri ve sembolleriyle toplumda olarak özel bir öneme sahiptir.
Görsel 59: Hakan ve Memo, sokakta çocuklarla top oynamaktadırlar. Sokaktaki eski binalar, iki bina arasına serilen çamaşırlar gösterilmektedir.	Hakan ve Memo, işlerine giderken sokaktaki çocuklarla futbol oynamaya başlamışlardır. Sokak kültürünün bir parçası olan 'çocukların sokakta oynaması' bir ritüel sayılmıştır. Kahramanların çocuklarla top oynaması ise, komşuluk ilişkilerini güçlendirmeyi, mahalle kültürünü yaşatmayı sembolize etmiştir.

Görsel 60: S01 B03 TC: 00:14:01:09	Görsel 61: S01 B05 TC: 00:32:44:02
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 60: Leyla'nın amorsunda Kamuran göğüs planda gösterilmektedir. Kamuran'ın evindedirler.	Türklerdeki misafirperverliğin bir göstergesi de eve gelen misafirlere ikramlar sunmaktır. Görseldeki sahnede Leyla, davet edilmeden girdiği Hakan'ın komşusu Kamuran'ın evinde ona bu göstergeye yönelik olarak acıktığını ve Tanrı misafiri olduğunu söylemiştir. Türk kültür ve inancında misafir her zaman önemli bir yer tutmuştur. Anadolu'nun birçok yerinde hala misafire sorulmadan sofra kurulur.
Görsel 61: Görselde çiçeklere dokunan bir kadın gösterilmektedir.	Türklerde, saksı bitkiciliği ev dekorasyonunda vazgeçilemeyen bir süsleme tarzı olmuştur. Evleri süsleyen çeşitli bitkiler, teknolojiyle birlikte yaşadığımız günümüz dünyasında doğanın eksikliğini gidermek açısından da bir sembol görevi görmüşlerdir.

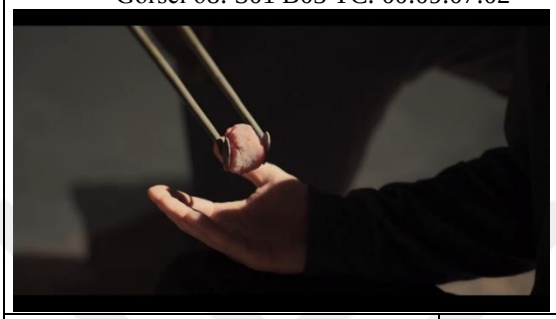
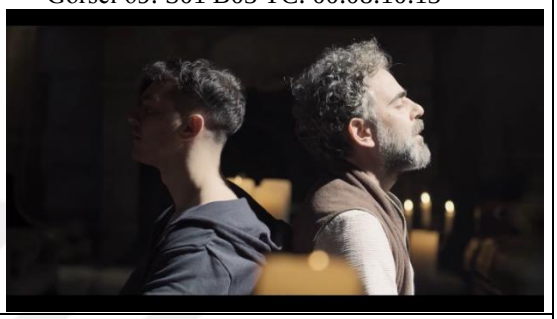
Görsel 62: S01 B05 TC: 00:16:34:08	Görsel 63: S01 B08 TC: 00:09:18:06
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 62: Görselde iki katlı bir yapının önünde bekleyen iki atlı bir fayton yer almaktadır. Faytonda bir arabacı, Hakan ve Emir oturmaktadır.	Avrupa'dan gelen ve 1825'e kadar sadece hükümdarlar tarafından kullanılmasına izin verilen faytonlara ise, bu tarihten sonra saray ve devlet erkanının da kullanmasına izin verilmiştir (Şahin, 2005: 170). Zamanında içinde halk tarafından da kullanılmıştır. Günümüz İstanbul'unda araç trafiğinin yerinin adada faytonlar almıştır. Görselde Hakan ve Emir, Emir'in ailesinin evi dekoru olarak kullanılan Sergüzeşt Oteli'nin önünde durmuşlardır.
Görsel 63: Görselde köprüde parmaklıklara yaslanarak balık tutan balıkçılar ve arkalarından geçen tramvay gösterilmektedir.	Basit araçlarla, herkes tarafından kolaylıkla yapılabilen olta balıkçılığı aslında bireysel bir avcılık şeklidir. Karaköy ile Eminönü semtleri arasındaki Galata Köprüsü'nde çok uzun yıllardır yapılan bu tip balık avcılığı insanları bir araya getiren bir iletişim köprüsüne dönüşmüştür.

Görsel 64: S01 B08 TC: 00:12:12:1	Görsel 65: S01 B07 TC: 00:05:38:12
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 64: Görselde kalabalık bir mekanda öndeki iki kişi alkol tüketmektedir. Arkada ise bulanık diğer müşteriler yer almaktadır.	Fransızca kökenli "pavillon" sözcüğüne dayanan pavyon terimi, 19. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkıp 1950'lere kadar elit kesimin takıldığı, pahalı ve kaliteli gece kulüpleri olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir (Erdir, 2014: 1088). Pavyonlar daha sonra kaliteli yerler olmaktan uzaklaşıp gece hayatının yaşandığı mekanlara dönüşmüştür (Çetin ve Sağlık, 2021: 613).
Görsel 65: Görselde Zeynep ve Hakan, Pazar yerinin ortasında konuşmaktadırlar. Arkalarında alışveriş yapan halk ve satış yapan pazarcılar yer almaktadırlar.	Tarihi çok eskiye dayanan pazarlar sadece ekonomik ihtiyaçların giderildiği yerler değil, insanların iletişim ve etkileşim kurduğu kültürel alanlardır. Pazarlar, insanların mallarını alıp satması aracılığıyla yoğun olarak sosyalleştiği yerlerdir. Bu nedenle pazarlar değişik sosyal grupların ve bireylerin bir araya geldiği mekanlardır.

Görsel 66: S01 B07 TC: 00:06:56:15	Görsel 67: S01 B07 TC: 00:06:07:13
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 66: Yeşil arabalı bir seyyar satıcı, arka planda ise diğer sabit tezgahlar gösterilmektedir.	Osmanlı Devleti'nde de önemli bir ticaret figürü olan seyyar satıcılar tezgahlarına sığdırabildiği kadar malı yanlarına alarak mahallelerde gezer ve bağırarak ürün satarlar. Bu satıcılara 'gezici satıcı' (Ataman, 1997: 206), ya da 'sokak satıcıları' (Evren, 1997: 152) da denilebilmektedir. Osmanlıdan günümüze kadar sokak satıcılığı hala devam etmekte ve günlük yaşamın bir parçasıdır.
Görsel 67: Hakan, esnaflardan biriyle sohbet etmektedir.	Görselde Hakan'la birlikte görülen satıcı, kasketi ve kıyafetiyle yerel bir figürdür. Görselde Hakan ile satıcı arasında bir dayanışma kurulmuş, Hakan araştırdığı biri için satıcıdan yardım istemiştir.

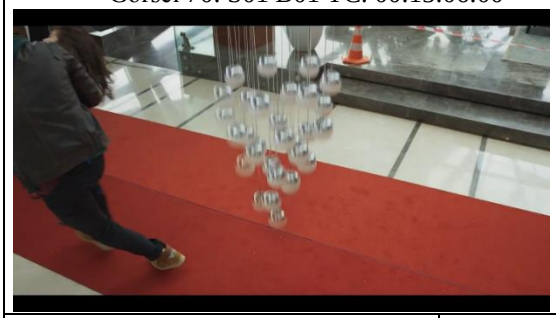
3.4.5. Hakan: Muhafız Birinci Sezon Değerler

TABLO 3.14. HAKAN: MUHAFIZ 1. SEZON DEĞERLERİ GÖSTERİR TABLO

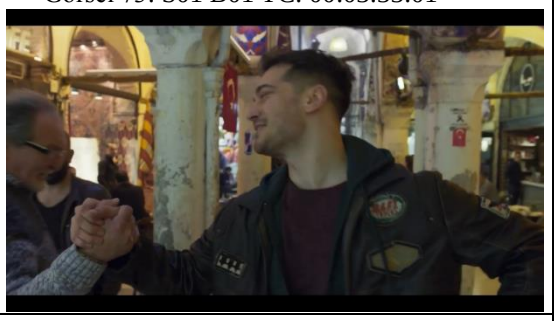
<table>
<tr><td colspan="2">Görsel 68: S01 B03 TC: 00:09:07:02  Görsel 69: S01 B03 TC: 00:08:10:13 </td></tr>
<tr><td>Gösteren</td><td>Gösterilen</td></tr>
<tr><td>Görsel 68: Görselde Hakan’ın avucuna köz koyulmaktadır.

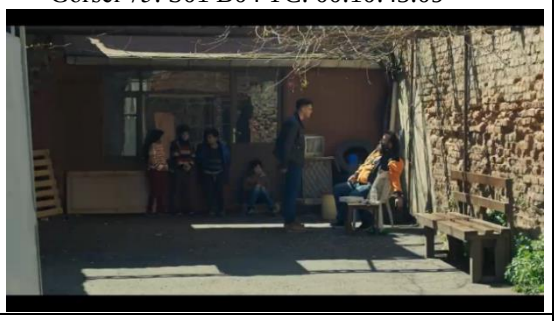
Görsel 69: Kemal ve Hakan, sırt sırta vermiş Kemal Hakan’a tavsiyeler vermektedir.</td><td>Sahnede Kemal, Mevlana’nın düsturundan, ‘Sen ateştensin, aslına ulaşma yolunu tut’ sözünü alıntılayıp akıl ve bedeni olgunlaştırmak için çabalamasını öğütleyerek, Hakan’a ‘ateşe girmeyi, yanmayı göze al’ ifadesini kullanmıştır.

Kemal, Mevlana’nın ‘Öfke rüzgar gibidir, bir süre sonra diner; Ama dallar kırılmıştır bile’ sözünü alıntılar ve affediciliği teşvik eder. Mevlana’ya göre acı, acı ile; yani kötü, kötü ile birleşir. Burada Mevlana’nın bakış açısından öfkenin daha büyük problemler doğuracağı bu nedenle intikam duygusundan arınmasını telkin eder.</td></tr>
</table>

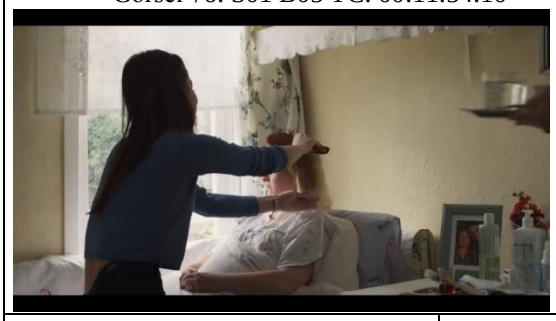
Görsel 70: S01 B01 TC: 00:15:06:00	Görsel 71: S01 B01 TC: 00:26:26:14
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 70: Görselde yere düşen bir avize ve altında koşan biri gösterilmektedir.	Bu sahnede Hakan, üzerine avize düşmek üzere olan bir çocuğu kendi canı yaralanmasının pahasına kurtarmıştır. Toplumların sosyal yapısı insanların karakter yapısı sayesinde şekillenmektedir. Türk toplumunda sorumluluk, merhamet, iyilik değerleri ilk Türk devletlerinden beri toplumsal hafıza olarak devam etmektedir (Yıldırım, 2017: 1).
Görsel 71: Görselde Neşet, Hakan'a seslenmektedir.	Baba figürü Neşet, koruyucu tipik Türk babasını canlandırmaktadır. Hakan'a yapılan saldırıyı önüne geçerek kendisini feda ediyor. Sahnede Cem Karaca'nın 'Bu Son Olsun' isimli şarkısıyla, babaya yüklenen toplumsal ve kültürel anlam pekiştirilmektedir.

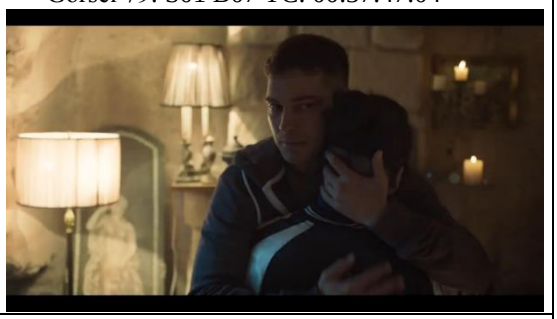
Görsel 72: S01 B02 TC: 00:13:18:08	Görsel 73: S01 B01 TC: 00:03:33:01
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 72: Kemal, hemşirenin amorsundan bel plan görülmektedir.	Kemal, işe yeni başlayan hemşireyi sakinleştirmeye çalışırken, karakterin toyluğuna vurgu yapıp ona tavsiyeler verir. Kemal, toplumdaki bilge figürünü temsil etmektedir.
Görsel 73: Hakan, Kapalı Çarşı'da bir esnafla tokalaşmaktadır. Tokalaşma bilekten kavrama şekliyle gerçekleşmektedir.	Kültürümüzde iletişim kurma araçlarından biri selamlaşma ve tokalaşmadır. Hakan'ın esnafla tokalaşmasında, karşısındaki kişiyle arasında denklik kurma ifadesi de yatmaktadır.

Görsel 74: S01 B02 TC: 00:12:10:02	Görsel 75: S01 B04 TC: 00:10:45:09
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 74: Görselde komşu Kamuran, Hakan'ın karşısındadır. Kamuran, bel planda Hakan'ın amorsundan görülmektedir.	Hakan, polis tarafından aranırken komşu Kamuran'ın evine gelir. Kamuran, Hakan'a ne şartta olursa olsun, yardıma ihtiyacı olduğunda kendisinin onu destekleyebileceğini ifade eder. Kamuran'ın karakteristik özelliği, Türk insanın gönül bağı kurduğu insanlara yardımdan çekinmediğini temsil eder.
Görsel 75: Görselde geniş planda dört çocuk, Hakan ve karşısında sandalyede oturan biri gösterilmektedir.	Korunmaya muhtaç kimsesiz çocukları, onları doğruluğa iyiliğe yönlendirmek, hem psikolojik hem de fiziksel olarak kötülüğe uğramamaları için onları korumak toplumsal ve sosyal çevreden öğrenilen bir davranış biçimidir. Çocukların toplumun yapı taşları olduğu düşünüldüğünse ise bu nedenle de düzgün yetiştirilmeleri son derece önemlidir. Dramanın bu sahnesinde Hakan kimsesiz çocukların, hırsızlık yaptırılmasına karşı çıkarak çocukları korumaya çalışmaktadır. Onları Çalıştıran kişin elinden kurtarmaktadır.

Görsel 76: S01 B05 TC: 00:11:54:10	Görsel 77: S01 B05 TC: 00:15:33:12
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 76: Görselde bel planda Leyla, annesinin saçını taramaktadır.	Akrabalık ilişkilerinin sahnelendiği bu karede, aile bağlarının sağlam bir temeli olduğu, koşulsuz sadakatin vurgulandığı görülmektedir. Hasta anneye, teyze karakteri bakmakta, onların geçimini ise Leyla karakteri sağlamaktadır. Aynı karede, Türk kültüründe hasta ziyaretinde bayram kutlamalarında her daim bulunan kolonya sehpa üzerine yerleştirilmiştir.
Görsel 77: Kemal, görme engelli bir adama sorular sormaktadır. Leyla arkalarında durmaktadır. Kemal, Leyla ve görme engelli adam, Mimar Sinan Türbesi'nin önündedirler.	Görseldeki sahnede Kemal ve Zeynep, bir adres ararken görme özürlü bir adam, onlara yardımcı olmaya çalışmaktadır. Bu da Türk toplumunda, bireylerin yardımseverliğini göstermektedir.

Görsel 78: S01 B07 TC: 00:07:59:16	Görsel 79: S01 B07 TC: 00:37:47:04
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 78: Görselde Hakan ve önünde anne, çocuk yer almaktadır.	Yukarıdaki sahnede Ceylan karakterinin çığlıklarını duyan, sokaktan geçmekte olan bir anne ve çocuk durup yardımcı olmaya çalışır. Bu da bize, Türk insanın tanımasa bile zor durumdaki insanlara kayıtsız kalmadığını ve yardım etmeye çalıştığını temsil eder.
Görsel 79: Hakan, Leyla'ya sarılmaktadır. Hakan ve Leyla göğüs planda gösterilmektedir.	Görselde, Kemal'in ölümünden sonra Hakan'ın Zeynep'i teselli ettiğini görmekteyiz. Hakan'ın Zeynep'e sarılması, kültürümüzde yer alan, acıyı paylaşma ve dayanışma anlayışını yansıtmaktadır.

3.4.6. Hakan: Muhafız İkinci Sezon Özeti ve Künyesi

Oyuncu kadrosu: Çağatay Ulusoy (Hakan), Hazar Ergüçlü (Zeynep), Ayça Ayşin Turan (Leyla), Okan Yalabık (Faysal), Burçin Terzioğlu (Rüya), Saygın Soysal (Mergen), Ayşe Melike Çerçi (Piraye), Boran Kuzum (Okhan), Engin Öztürk (Levent), Cihat Süvarioğlu (Yasin), Helin Kandemir (Ceylan), Çiğdem Selışık Onat (Azra), Kubilay Karslıoğlu (Serdar), Hakan Ummak (Can), Miray Daner (Kahin), Yiğit Kirazcı (Muhafız).

Tür: Fantastik, gerilim, aksiyon ve macera.

Yönetmenler: Umut Aral, Gönenç Uyanık, Gökhan Tiryaki

Senaristler: Cansu Çoban, Atasay Koç, Uğraş Güneş, Jason George, Atasay Koç, Ayşin Akbulut, Yasemin Yılmaz

Yayın tarihi: İkinci sezon 26 Nisan 2019

Yapımcı: Alex Sutherland.

Yayın yeri: Netflix

Özet: Dizinin ilk sezonunda kendisine verilen muhafızlık görevini istemeyerek kabul eden Hakan, ikinci sezonda da bu zoraki görevi kabul edemediği için sevdiklerini ve kendine sadık olanları kaybettiğini anlar. Hançer ve tılsımlı gömlek güçlerini kaybeder. Zeynep, babası Kemal'in ölümünden sonra sadık olma görevinde ipleri koparma noktasına gelir. Bu sırada başka sadıklar ortaya çıkar ve yedi ölümsüzün öldürülmesinde Zeynep'in yerini alırlar. Hakan'ın ağabeyi Levent ile tanışır. Levent,

eline geçen ilk fırsatta İstanbul'u yok etmek için büyük bir salgın planlayan ölümsüzlerle işbirliği yapar ve muhafız soyundan gelen kanını onlarla paylaşır. Faysal, salgını hazırlayan Rüya ve ölümsüzlerle aynı fikirde olmadığı için Hakan ve sadıklarla iş birliği yapar. Tılsımlı objelerin gücünü geri kazanabilmesi için Zeynep'le birlikte Kahin ile iletişime geçerler. Hakan'ın muhafızlık görevini sahiplenmesiyle tılsımlı objeler eski güçlerine kavuşur. Levent ile Hakan Yedikule surlarında buluşup kavga ederler. Hakan, Faysal ve sadıklar ölümsüzleri durdurmak için salgın hazırlığı yaptıkları tesisi basar. Yine de Levent tesisten aldığı numuneyi İstanbul'un içme suyuna karıştırır (IMDB)[35].

Bölüm Özetleri:

2. Sezon 1. Bölüm 40 dakika.

Faysal, Hakan'ın Ayasofya olayına karıştığını kamuoyuna açıklar. Kederli Zeynep, Derya'yla yüzleşir ve şehirde yakında gerçekleşecek olan saldırıyı öğrenir.

2. Sezon 2. Bölüm 39 dakika.

Hakan müze soygunu ve ölümsüzlerin ölümcül planı arasında bir bağlantı bulur. Faysal'ın etkisi altında cebelleşen Leyla, Hakan'ı tehlikeye atar.

2. Sezon 3. Bölüm 41 dakika.

Zeynep, ölümsüzlerin saldırı hedefini belirlemek için Leyla'dan yardım ister. Rüya'nın durumu kötüleşirken Faysal, Hakan'ın peşine düşer.

2. Sezon 4. Bölüm 50 dakika.

Hakan ve Sadıklar, Leyla'yı pazarlık kozu olarak kullanan Faysal'a karşı bir plan yapar. Ama şoke edici bir ihanet, planı bozar.

[35] (https://www.imdb.com/title/tt7668518/: erişim tarihi: 12 Temmuz 2023)

2. Sezon 5. Bölüm 44 dakika.

Hakan, Levent'i bulup intikam amaçlı seri suçlarını durdurmaya çalışırken başka bir ölümsüz, Leyla'nın zihninin kontrolünü ele geçirir.

2. Sezon 6. Bölüm 51 dakika.

Mergen'le bir olup Hakan'a komplo kuran Rüya ve Faysal arasındaki gerilim doruğa çıkar. Leyla'nın kaderi pamuk ipliğine bağlıdır.

2. Sezon 7. Bölüm 48 dakika.

Rüya, büyük planında Levent'i piyon olarak kullanır. Zeynep ve Azra tılsımlı objelerin güçlerini kaybetmekte olduğunu öğrenir.

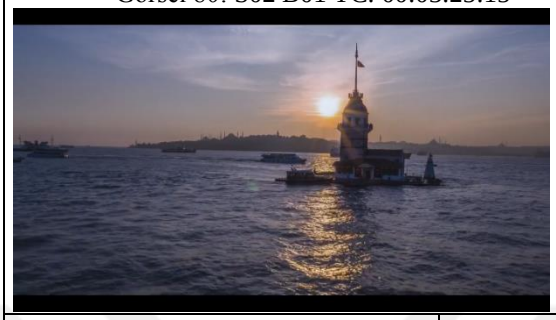
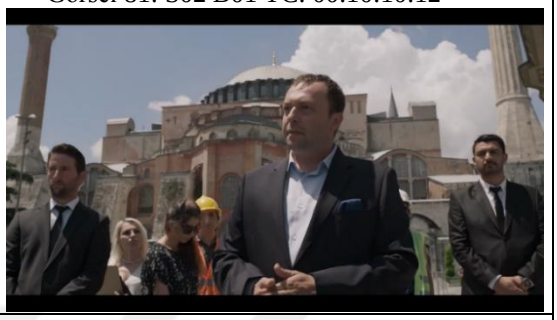
2. Sezon 8. Bölüm 47 dakika.

Kâhin, tılsımlı objeleri eski güçlerine yeniden kavuşturmak için gerekenleri Zeynep ve Hakan'a söyler. Şiddetli bir hesaplaşmada iki tarafta da kan dökülür[36].

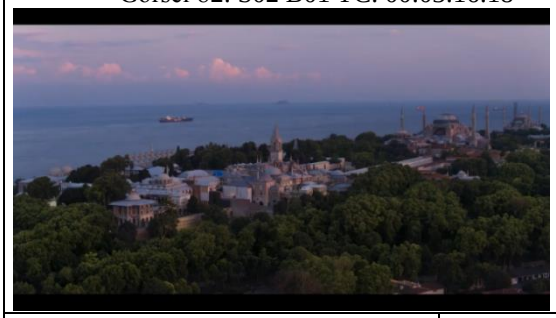
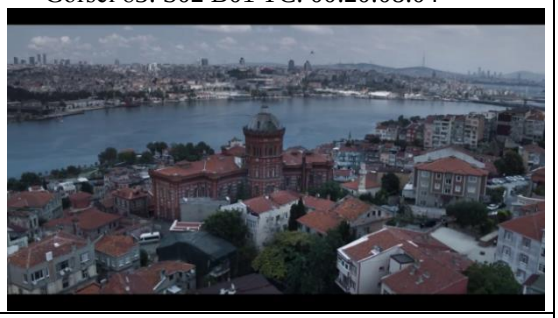
[36] (https://www.netflix.com/tr/title/80189829 erişim tarihi: 10 Ekim 2023)

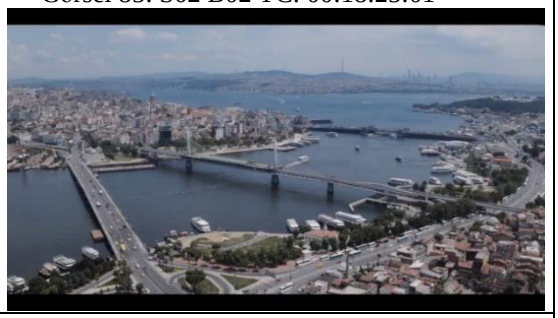
3.4.7. Hakan: Muhafız İkinci Sezon Semboller

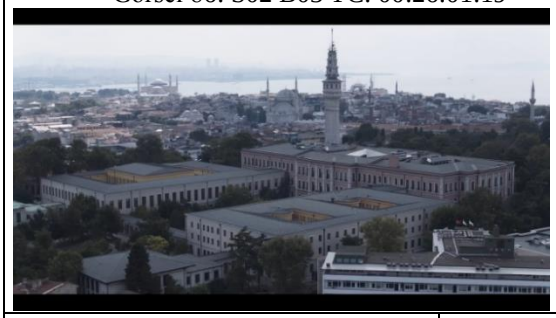
TABLO 3.15. HAKAN: MUHAFIZ 2. SEZON TARİHİ-MİLLİ SEMBOLLERİ GÖSTERİR TABLO

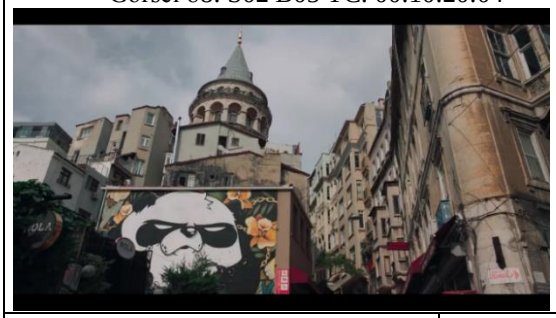
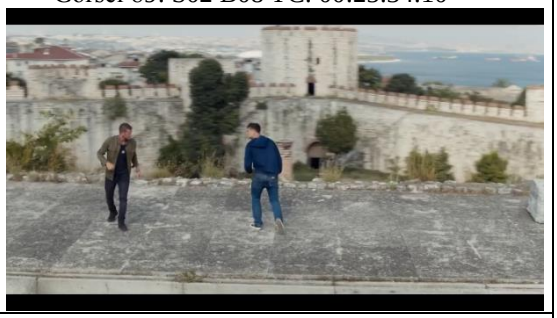
Görsel 80: S02 B01 TC: 00:03:25:15	Görsel 81: S02 B01 TC: 00:10:10:12
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 80: Görselde gün batımında Kız Kulesi gösterilmektedir.	Kız Kulesi, İstanbul Boğazı'nın Marmara Denizi'ne açıldığı yerde, Salacak'a 100 metre mesafede bir kuledir. Kent sembolü olma özelliği taşıyan tarihi yapı bir kültür varlığıdır. Öyle ki günümüzde İstanbul denilince akla gelen şehrin öncelikli simgelerinde biri niteliğindedir. Dramada sembolik olarak kullanılmıştır.
Görsel 81: Görselde, Faysal ve ekibi Ayasofya Camii'nin önünde gösterilmektedir. Plan alt açı çekilmiştir.	Ayasofya Camii, dramanın 1. sezon hikayesinde önemli bir yere sahiptir.

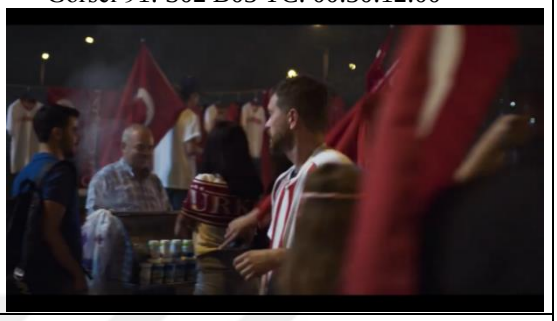
Görsel 82: S02 B01 TC: 00:03:16:18	Görsel 83: S02 B01 TC: 00:20:08:04
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 82: Görselde dronela çekilmiş Sarayburnu ve Topkapı Sarayı yer almaktadır.	Osmanlı Devleti'nin tarih sahnesindeki gücünün en etkileyici sembollerinden biri olan Topkapı Sarayı, İstanbul'da, Haliç ve Marmara Denizi'nin buluştuğu Sarayburnu olarak adlandırılan bölgede yer almaktadır.
Görsel 83: Görselde dronela çekilmiş Özel Fener Rum Ortaokulu ve Lisesi gösterilmektedir.	Özel Fener Rum Ortaokulu ve Lisesi, 1454 yılında kurulmuş olup hala aktif bir okuldur. Dramada kullanılan yukarıdaki görsel, hikaye açısından bir katkıya sahip olmasa da, İstanbul'un dil, din, ırk ayrımı yapmaksızın kültürlerarası köprü görevi gören bir kent olduğunu sembolize eder.

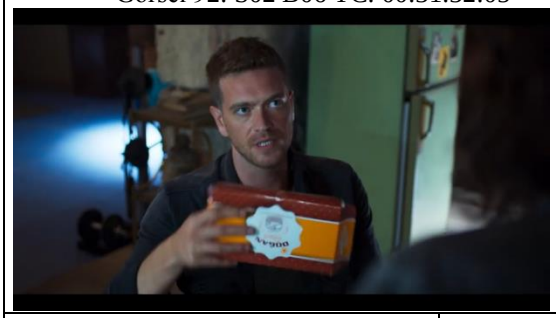
Görsel 84: S02 B01 TC: 00:17:51:08	Görsel 85: S02 B02 TC: 00:18:25:01
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 84: Görselde Molla Zeyrek Camii yer almaktadır. Camii, dronela kaydedilmiştir. Görsel 85: Görsel dronela kaydedilmiştir. Planda haliç bölgesi gösterilmektedir.	Molla Zeyrek Camii, ilk sezonda da olduğu gibi dolgu sahnelerinde derinliksiz olarak İstanbul'u tanıtmak amacıyla kullanılmıştır. İstanbul'un coğrafi ve tarihi özelliklerinin bir arada olması şehre özel bir kimlik kazandırmıştır. Haliç bölgesi, barındırdığı doğal güzellikler ve tarihi zenginliği ile önemli bir alt bölgedir.

Görsel 86: S02 B03 TC: 00:26:01:19	Görsel 87: S02 B04 TC: 00:27:23:02
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 86: 1. görselde İstanbul Üniversitesi Merkez Binası yer almaktadır. Plan, dronela çekilmiştir.	İstanbul Üniversitesi Merkez Binası, Osmanlı döneminde İstanbul'a yapılan ilk saray olan Eski Saray'ın yerine kurulmuştur (Günergün, Kadıoğlu, 2006: 135-163). Hem eğitim kurumudur hem de mimarisi ve konumuyla turistlerin dikkatini çekmiştir. Çeşitli kaynaklarda farklı adlarla anılan Beyazıt Yangın Kulesi, dönemin İstanbul'unda sık sık çıkan yangınları kısa sürede duyurabilmek için inşa edilmiştir (Tarakçı, 2020: 2).
Görsel 87: Hakan ve Ceylan, Sultan Mahmut Bendi'nin üzerinde yürümektedirler.	Sultan Mahmut Bendi, II. Mahmut tarafından yaptırılmış, yapımı 1839'da tamamlanmıştır (Karaton ve Yetkin, 2014: 1010). Yeni Bent de denilen bent Acıelma Deresi'nin üzerinde yer alır (Görcelioğlu, 1985: 56). Dramada, bent takas mekanı olarak kullanılmıştır.

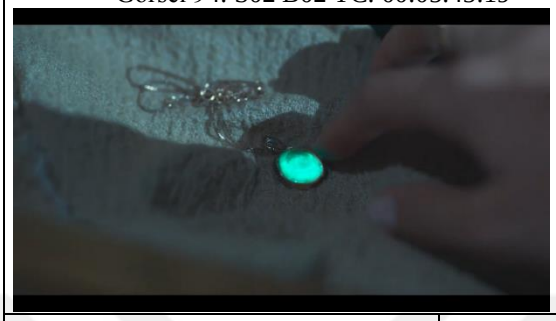
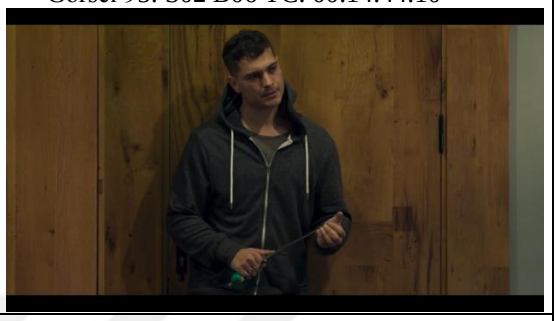
Görsel 88: S02 B05 TC: 00:10:20:04	Görsel 89: S02 B08 TC: 00:25:34:10
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 88: Görselde, alt açı Galata Kulesi yer almaktadır. Sıkışık sokakların da gösterildiği görselde, Kule'nin önündeki sinir panda grafitisi de çerçeveye dahil edilmiştir.	Tarihi Galata Kulesi'ni ve modern sanatlardan biri olarak nitelendirebileceğimiz grafitiyi aynı kadrajda kullanan plan, İstanbul'un ve dolayısıyla İstanbul'daki kültürün diğer kültürler ve sanatlar arasında bir köprü olduğunu sembolize etmiştir.
Görsel 89: Levent ve Hakan, Yedikule surlarında karşılaşmışlardır.	İstanbul'un en eski sınırlarından olan Yedikule; Osmanlı döneminde inşa edilen kule ve surlar şehrin ortak kültür mirasının en önemli eserlerinden biridir.

TABLO 3.16. HAKAN: MUHAFIZ 2. SEZON YEME-İÇME KÜLTÜRÜ SEMBOLLERİNİ GÖSTERİR TABLO

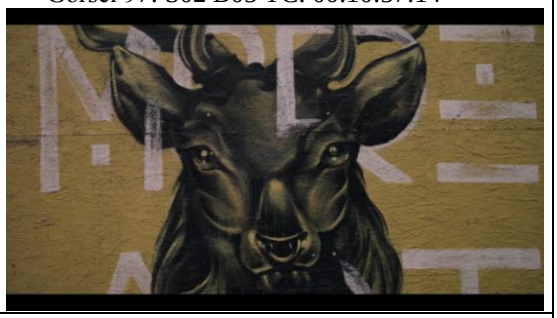
Görsel 90: S02 B01 TC: 00:09:29:21	Görsel 91: S02 B03 TC: 00:30:12:00
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 90: Görselde, çay ikram edilmektedir. Üç adet ince belli bardağa koyulmuş çaylar masaya konulmaktadır.	Çay, kahve kadar eski bir geçmişe sahip olmasa da, kısa sürede oluşturduğu kültür ile Türklerin sosyal yaşamında, misafirperverlik sembolü olarak yer edinmiştir.
Görsel 91: Levent, milli maç öncesi kalabalığın içinde yürümektedir. Levent'in arkasındaki seyyar satıcılar ve bayraklı taraftarlar kadraja alınmıştır.	Diğer kültürlerde olduğu gibi spor müsabakalarının düzenlendiği yerlerin önünde yer alan seyyar yemek tezgahları, yeme alışkanlığından öte birliktelik duygusuyla beraber doğan bir paylaşımdır. Maçlara gidince bu tezgahlardan yemek yemek bir ritüel sayılmaktadır.

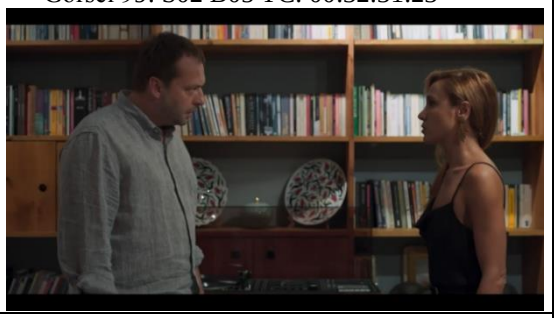
Görsel 92: S02 B06 TC: 00:31:32:05	Görsel 93: S02 B07 TC: 00:15:54:23
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 92: Levent, bel planda oturmaktadır. Zeynep'in amorsunda oturan Levent, börek kutusu tutmaktadır.	Levent, sarnıca elinde bir kutu börekle gelmiştir. Burada anlatılmak istenen misafirliğe gidilen yere eli boş gitmemektir. Misafirliğe gidecek kişiler, ev sahibine yük olmamak için kendi yemeğini de götürerek sinerji oluştururlar.
Görsel 93: Hakan, kapişonlu kıyafetiyle yürümektedir. Seyyar satıcının yer aldığı planda kadrajdakiler diz plan yer almaktadır.	Hemen her çeşit gıdaların satılabildiği seyyar tezgahlara yukarıdaki görselde temsil edildiği gibi gerek halk gerekse turistlerin ilgisi büyüktür.

TABLO 3.17. HAKAN: MUHAFIZ 2. SEZON DİĞER SEMBOLLERİ GÖSTERİR TABLO

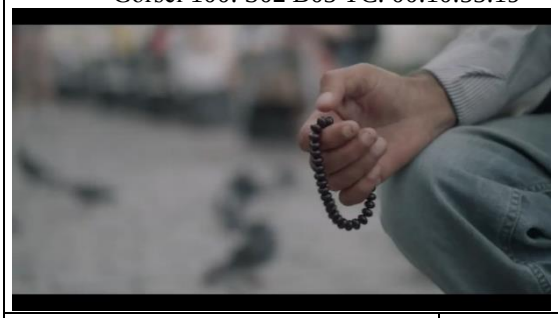
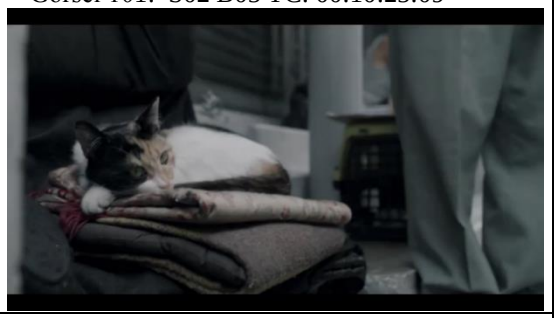
Görsel 94: S02 B02 TC: 00:05:45:19	Görsel 95: S02 B06 TC: 00:14:44:10
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 94: Görselde turkuaz taşlı bir kolye gösterilmektedir. Kolye taşı parlamaktadır.	Kolye, muhafızın ölümsüzlerle savaşırken kullandığı kutsal araçlardan biridir. Kolye taşı bir ölümsüzle temas edildiğinde turkuaz renge dönmektedir.
Görsel 95: Hakan, bel plan, sırtı ahşap kapıya dayalı elinde hançer tutmaktadır.	Hançer'in taşı, yüzük ve kolyede olduğu gibi turkuaz renktedir. Rengin Fransızca'daki anlamından yola çıkarak, kolye, yüzük ve hançer Türklere ve Osmanlıya ait olarak sembolize edilmiştir.

Görsel 96: S02 B07 TC: 00:11:57:19	Görsel 97: S02 B05 TC: 00:10:57:14
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 96: Leyla, amors planda elinde gömleği tutmaktadır. Gömleğin üzerindeki sembol mavi renkte parlamaktadır.	Dualar ve ayetlerle bezenmiş tılsımlı koruyucu gömleklere inanış Osmanlı döneminde görülmüştür Bu inancın etkisi dramaya yansıtılmıştır. Hakan'ın üzerinde vücut bütünlüğünü her türlü tehlikeli durumda koruma altına alan bir gömlek vardır. Benzeri gömleklerin Topkapı Sarayı Müzesinde sergilenir durumda olması, hikayedeki motiflere turizm elçisi rolü biçilmesini sağlamıştır.
Görsel 97: Dergi üzerinde yakın çekim keçi çizimi gösterilmektedir.	Keçi figürü eski Türklerde ölümsüzlüğün sembolüdür. Sokaktaki keçi grafitisi ise dramanın kötüleri 'ölümsüzler'in sokaklarda gezdiği ve halkı gözaltında tuttuğunun sembolüdür. Aynı zaman tarihi Türk kültürüyle modern sanat grafitiyi birleştirmesi açısından geçmiş ve geleceği bir çatı altında buluşturan bir görseldir.

Görsel 98: S02 B04 TC: 00:17:21:19	Görsel 99: S02 B05 TC: 00:32:31:23
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 98: Faysal ve Rüya, kitaplığın önünde durmaktadırlar.	Çini, Türk kültürünün içindeki önemli sanatlardan biri olan el sanatlarındandır. Mimari de kullanılmıştır. Çini, hem Türk hem Osmanlı sanatında oldukça önemli bir yere sahiptir. Birçok şehirde yer alan dini ve sivil mimari yapılarda karşılaştığımız çini kültür turizminde önemli rol oynamıştır.
Görsel 99: Faysal ve Rüya, kitaplığın önünde sohbet etmektedirler.	Geleneksel Türk el sanatlarından çini, Anadolu'nun zengin tarihinden gelen farklı toplumların kültür mirasıyla, kendi değerlerini birleştirerek zengin bir kültür oluşturmuştur. (Kahya, 2015: 1)

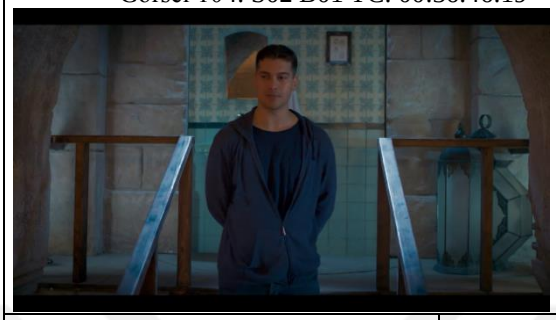
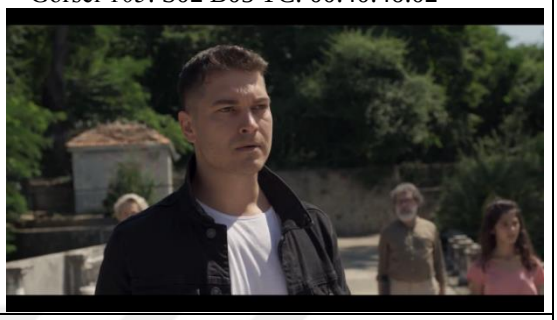
Görsel 100: S02 B05 TC: 00:10:55:19	Görsel 101: S02 B05 TC: 00:10:25:09
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 100: El detay, tespih çeken sağ el gösterilmektedir. Görsel 101: Seccade üzerinde yatan renkli bir kedi gösterilmektedir.	Önceleri dini bir sembol olan tespih, zaman içerisinde külhanbeyleri tarafından kullanılan bir öge olmuştur. Daha sonra halk arasında stresten uzaklaşmak için kullanılan bir araç olmuştur. Kedi, İslamiyet'te, temizliğin, iyiliğin, uğurun sembolü olarak şefkat görmüştür (Tekin, 2004: 56-63). Türkler, göçebe oldukları dönemlerden beri hayvanlarla birlikte yaşadıkları için hayvanlarla farklı bir bağ kurmuşlardır.

Görsel 102: S02 B05 TC: 00:10:19:03	Görsel 103: S02 B03 TC: 00:30:31:06
	

Gösteren	Gösterilen
Görsel 102: İki adet oyuncak araba, arka camda yer alan yazılarla gösterilmektedir.	Araç arkası yazıları, otantik materyallerden yazılı materyal sınıfına girmekte ve Türk kültürünü yansıtan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistlerin, sokakta sıklıkla karşılaşabileceği kültürel unsurlardan biridir. Araç arkası yazıları bu anlamda halk kültüründen bir öge olmakla beraber, otantik dil malzemeleridir (Gündüz, 2020: 187-206).
Görsel 103: Türkiye formaları giymiş ve Türk bayrağı taşıyan taraftarlar yer almaktadır.	Milli takım maçları, toplumun farklı kültürlerinden gelen bireylerin milli aidiyet duygusu çatısı altında bir araya gelerek etkileşim kurdukları bir etkinliktir. Birlikte marş söyledikten sonra maç sonuna kadar bayrak sallayarak, sloganlar atarak aktivite devam ettirilir. Spor, bireyleri ve toplumları birleştirici bir unsurdur.

3.4.8. Hakan: Muhafız İkinci Sezon Kahramanlar

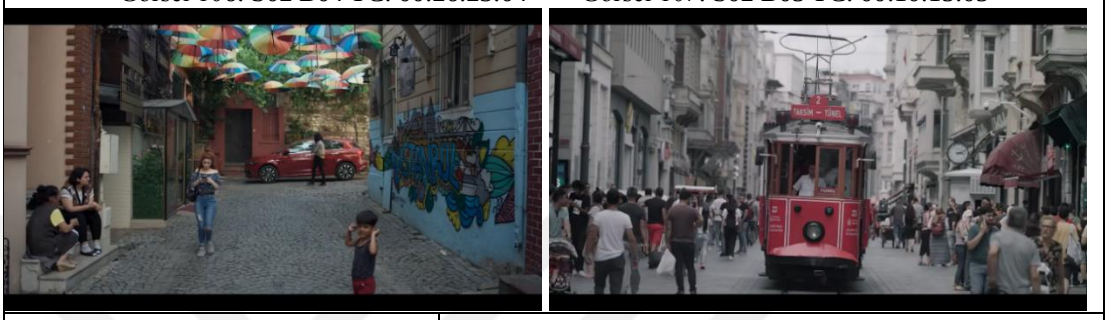
TABLO 3.18. HAKAN: MUHAFIZ 2. SEZON KAHRAMANLARINI GÖSTERİR TABLO

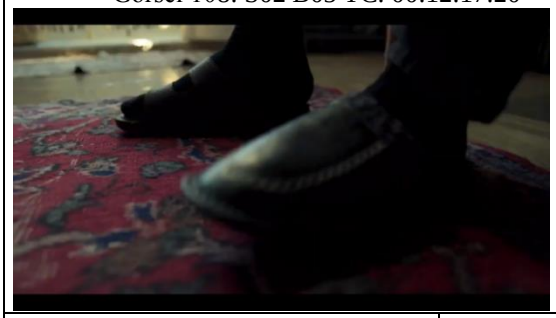
<table>
<tr><td colspan="2">Görsel 104: S02 B01 TC: 00:36:46:19  Görsel 105: S02 B05 TC: 00:40:46:02 </td></tr>
<tr><td>Gösteren</td><td>Gösterilen</td></tr>
<tr><td>Görsel 104: Hakan, yer altında bir odada bel plan, ellerini arkadan bağlamış bir şekilde ayakta durmaktadır.

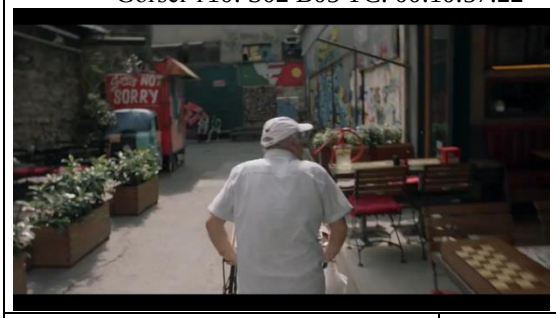
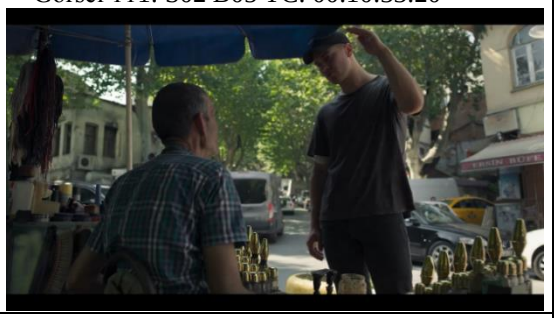
Görsel 105: 2. görselde ise Hakan ve Sadıklar göğüs plan gösterilmektedir.</td><td>Hakan, dramanın kurmaca kahramanıdır. Muhafız kanını taşıyan son kişi olan Hakan, tılsımlı gömleği giydiği zaman vücudu zarar görmez hale gelmektedir. Asıl ailesi asırlardır dünyayı ele geçirmeye çalışan ölümsüzler tarafından öldürülmüştür. Ölümsüzlerle savaşırken üç tılsımlı nesne kullanır: ölümsüzlere dokununca parlayan bir yüzük, ölümsüzleri öldürebilen hançer ve dualar, semboller ile bezenmiş tılsımlı bir gömlek.</td></tr>
</table>

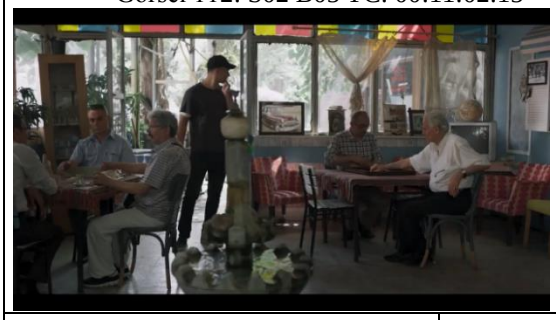
3.4.9. Hakan: Muhafız İkinci Sezon Ritüeller

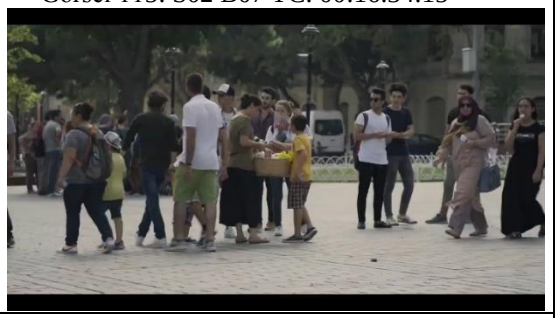
TABLO 3.19. HAKAN: MUHAFIZ 2. SEZON RİTÜELLERİNİ GÖSTERİR TABLO

<table>
<tr><td colspan="2">Görsel 106: S02 B04 TC: 00:26:23:04 Görsel 107: S02 B05 TC: 00:10:15:05
</td></tr>
<tr><td>Gösteren</td><td>Gösterilen</td></tr>
<tr><td>Görsel 106: Zeynep sokağın başında durmaktadır. Geniş plan çekilen bu çekimde mahalleliler yer almaktadır.</td><td>Görselde Zeynep köşede beklerken, solda iki kadın oturmaktadır. Sağda ise bir grafiti yer almaktadır. Bu kadrajda kapı önünde sohbet eden kadınlar, geleneksel komşu sohbetini sembolize ederken sağdaki grafiti mesajı ise modernizmi anlatır. Plan genel olarak dünden bugüne iletişimi resmeder.</td></tr>
<tr><td>Görsel 107: İstiklal Caddesi ve cadde üzerinde gelen tramvay gösterilmektedir. Cadde kalabalıktır.</td><td>1939’da İETT`ye bağlanan Tramvay İşletmesi 1966’da kaldırılınca İstanbul’da Tramvay İşletmeciliği sona ermiştir. 1990’da tarihi tramvay Tünel-Taksim güzergahında tekrar aktif olarak yolcu taşıma amaçlı çalıştırılmış, İstiklal Caddesi üzerinde turistik bir işlev görmüştür. (Şimit, Rizelioğlu, Aslan, 2016: 489-498).</td></tr>
</table>

Görsel 108: S02 B05 TC: 00:12:17:20	Görsel 109: S02 B05 TC: 00:11:43:19
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 108: Yakın planda, terlik giymiş iki ayak ve desenli halı gösterilmektedir.	Misafire sunulan terlik detayı 1. sezonda aktarıldığı üzere misafirin rahat etmesi için bir sembol niteliği taşımaktadır.
Görsel 109: Balkonunda çamaşır asan yaşlı bir adam gösterilmektedir.	Sokağa çamaşır asma planı 1. sezonda mevcut tekrar eden bir semboldür.

Görsel 110: S02 B05 TC: 00:10:57:22	Görsel 111: S02 B05 TC: 00:10:33:20
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 110: Bel planda, beyaz giyinmiş seyyar satıcı sokağın ilerisine doğru ilerlemektedir. Görsel 111: Amors planda Hakan, ayakkabı boyacısı ile konuşmaktadır. Hakan, diz plan sunulmaktadır.	Osmanlı'da kırsalda yaşayan halk, alışveriş yapılan yerlere zor ulaştıkları ve ulaşımı masraflı bulmaları nedeniyle seyyar satıcıları tercih etmişlerdir. Zamanla kent merkezlerinde de ürünlerini kolayca satmak isteyen seyyar satıcılar bu kültürü devam ettirmişlerdir (Kalyoncu, 2021: 358-390). Ayakkabı boyacıları, kullandığı pirinç başlıklı malzemeler ile sokağa renk katan bir görev üstlenir.

Görsel 112: S02 B05 TC: 00:11:02:15	Görsel 113: S02 B05 TC: 00:11:34:22
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 112: Hakan, geniş planda kahvenin kapısında ayakta dikilmektedir. Kahvedekiler okey ve tavla oynamaktadırlar. Görsel 113: Hakan, tavla oynayan iki adama yaklaşıp soru sormaktadır. Hakan diz, adamlar bel plandadır.	Kahvehaneler, Türk toplumuyla sıkı bir şekilde entegre olmuş ve sosyal kültürün önemli bir parçası olarak ortaya çıkmışlar ve günümüzde kültürel aktarım, iletişim ve boş zamanları değerlendirme gibi birbirinden farklı birçok işlevi yerine getirir (Şahbaz, 2007: 29). Kahvehaneler, Türk kültür tarihinde tarihsel bir süreklilik taşıyan ve toplumun geleneksel unsurları arasında yer almış ve kültürel mirasımızın önemli bir parçası olmuştur.

Görsel 114: S02 B05 TC: 00:10:53:00	Görsel 115: S02 B07 TC: 00:16:34:15
	
Gösteren	Gösterilen
Görsel 114: Yakım çekim, oltasına yem bağlayan adam.	Galata Köprüsü üzerindeki olta balıkçılığı, bireysel olsa da birlikte yapıldığı için hem iletişim kurmak için bir yol hem de hobi olmuştur.
Görsel 115: Meydanda kalabalık ziyaretçiler ve çiçek satan seyyar satıcı gösterilmektedir.	Osmanlı döneminde, dükkanlarda satılan çiçekler, müşteriye daha kolay ve hızlı ulaşması için gezici çiçekçiler tarafından da satılmışlardır. Bugün bu kültür devam etmektedir.

BULGULAR

Bu tezde dijital platformlarda kültürel ögelerin kullanımı incelenmiştir. Bu bağlamda Netflix dijital platformunda yayınlanan ilk yerli yapım Hakan: Muhafız seçilmiştir. Hakan: Muhafız incelenirken Hofstede'in Kültür Soğanı modelinden faydalanılmıştır. Kültürel analiz kısmında ise Hofstede'in kültür katmanları sistemli bir çalışma yapma imkan sağlamıştır.

Tezde, Hofstede'in çok katmanlı diyagramı; semboller, kahramanlar, ritüeller ve özünde değerler ile her toplum için geçerli ölçütlerdir. Bu ayırma ölçütlerinin içeriği ise özneldir, her toplum için genel geçer yargı niteliği taşımamaktadır. Kültürel farklılıklar aynı bilginin farklı biçimlerde işlenmesine neden olmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, Türk kültüründe ince belli çay bardağı simgesel bir anlam taşımaktadır. Gösterilen sadece çay dolu bir bardak iken aktarılan dostluk arkadaşlık ve toplumsal etkileşimdir ve bu anlamı başka bir toplum için bir şey ifade etmemektedir. Kültürel göstergeler ile yerel kültürün farklılıkları görünür kılınmıştır, soyut kavramlar somutlaştırılmıştır.

Hofstede'in Kültür Soğanı Modeli'ne göre; semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler kavramları çerçevesinde kategoriler oluşturulmuştur. Modelin en dış katmanı olan semboller açısından göstergebilimsel çözümleme yapıldığında en fazla ögenin ve bu katmanda kullanıldığı görülmektedir.

Kültürel miras, somut ve somut olmayan tüm ögeleri ile bir bütündür. Maddi kültürel miras olarak ifade edilen kültürel değerleri, yani taşınmaz kültür varlıklarını arkeolojik alanlar, müze ve anıtlar, tarihi kalıntılar ve binalar oluşturmaktadır. Hakan:

Muhafız dramasında kültürel mimarinin fiziki göstergeleri olan yapılar somut kültürel değerlerin tanıtılması ve aktarılması amacıyla kullanılmıştır.

Yapılan göstergebilimsel çalışma sonucunda, İstanbul, cami, kilise ve sinagogların bir arada yaşadığı bir kültür şehir olarak resmedilmiştir. Gösterilen örnekler hem Türk kültürünün simgeleri hem de İstanbul'un en bilinen yapılarıdır. Bu mimari örneklere gelince, Sultanahmet Camii, benzersiz mozaikleri ile Ayasofya, Osmanlı İmparatorluğu'nun yönetim merkezi Topkapı Sarayı, Haliç sırtlarında yükselen Mimar Sinan'ın başyapıtı Süleymaniye Camii, Yerebatan Sarnıcı, saraylar, surlar, ahşap evler, medreseler, türbeler, çeşmeler, dehlizler, eski mezarlar, hamamlar, İstanbul'un bir tarih ve kültür başkenti olduğuna dair önemli semboller olarak kullanılmıştır.

Drama içerisinde en çok dikkat çeken ve birçok sahneden kullanılan başlıca mimari eserlerden biri Ayasofya Camii'dir. Ayasofya Camii'nin ise İstanbul'un fethinden sonra ilk ibadethane özelliği taşımasıyla şehrin sembolü haline gelmiştir. Ayasofya Camii, hem Bizans/Hristiyan medeniyetine ait izleri hem de Osmanlı-Türk/İslam medeniyetinin toplumsal izlerini taşıyan bir yapıttır, bu önemli eserin seçilme ve temel alınma sebebi ise geçmişinde çeşitli dinlere, topluluklara, kültürlere ev sahipliği yapan İstanbul'a olan benzerliği olarak yorumlanmıştır.

İstanbul gibi yeniyle eskiyi, gelenekselle moderni bir arada barındıran Kapalıçarşı, yaklaşık dört yüzyıl boyunca Osmanlı devlet yönetiminin merkezi olan ve içerisinde Türk-İslam kültürüne ait önemli eserlerin yer aldığı Topkapı Sarayı örneklendirilmiştir. Bunlara ek hem Osmanlı hem de dünya mimarisinde seçkin

eserlerden olan Süleymaniye Camii'ne kültürümüzdeki milli ve dini duyguların ifadesi açısından önemli olduğundan drama içerisinde sıklıkla yer verilmiştir.

Camiler, medrese, hastane, imarethane denilen aş evi, misafirhane, hamam ve kütüphaneler, bir merkez etrafında toplanmış sosyal, kültürel ve ekonomik bir alan oluşturmuştur. Drama içerisinde yer verilen bu somut kültürel varlıklar, dramanın uluslararası bir platformda yayınlandığı için turizm açısından da önem arz eden bir tanıtım filmi gibi turistlerin ilgisini çekecek tarzda sinematografik bir şekilde sunulmuştur.

Yeme içme alışkanlıklarının tarihsel süreç içindeki durumuna bakıldığında insan varlığının temel gereksinimlerinin başında gelen bir olgunun, açlığı gidermek dışında temsil ettiği alt anlamlar da bulunmaktadır. Yemek ile ilgili alışkanlıklar toplumdan topluma farklılıklar göstermekte, yeme içme alışkanlıkları içerdiği tüm alt anlamlar ve kapsadığı toplumsal ilişkiler göz önüne alındığında, o toplumun kültürel bir parçası olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Hakan: Muhafız dramasında yer verilen simit, çay, kahve, Eminönü'nde balık ekmek, İstanbul'un simgesel yeme içme deneyimlerini yansıtmaktadır. Türkiye'de çay içmek için kullanılan bir bardak tipi olan 'ince belli bardak' gündelik yaşamın içinde yeri olan ikonik bir nesnedir. Çayın içimini 'keyfe' dönüştüren camdan imal edilen bu ince belli çay bardağı Türkiye'deki çay kültürünün bir parçası haline gelmiştir.

Türk kültürünün simgesi haline gelmiş bir diğer içecek ise Türk kahvesidir. Geçmişten bu yana gündelik hayatta yer tutan kahve ile Türk misafirperverliği yansıtılmakta, bugün de popüler alışkanlıkların klasikleri arasında yer almaktadır. 'Türk kahvesi' olarak dünyaya adını duyuran bu içecek özellikle bayramlarda ya da

kız isteme törenlerinde simgesel yönüyle kültür haline gelmiştir. Dramada Türk kahvesi aynı zamanda yan anlam olarak falcılık kültürünü temsilen kehanet aracı olarak kullanılmıştır.

Kültür Soğanı Modeli'nin en dış katmanını oluşturan semboller, gözle görülebilen somut kavramlardır. Semboller, bayraklar, nesneler, resimler, kıyafetler gibi unsurlardan oluşmaktadır. Drama içerisinde bu semboller oldukça fazla yer almıştır. Sokak kedileri, güvercinler gibi sokak yaşantısına ait semboller; kasket gibi sembolik kıyafetlere örnekler; dokuma halı, süsleme sanatı çini, güzel yazı yazma sanatı hat gibi geleneksel Türk sanatlarına dramada yer verilmiştir. Türk bayrağı, Emniyet Genel Müdürlüğü logosundaki çift başlı kartal gibi milli özellik taşıyan ögelerin yanında eski rahle, Kur'an- Kerim, dualı gömlek ve tılsımlar gibi inanç ve inanış simgeleri; tespih gibi el sanatları örnekleri, dramada neredeyse her sahnede arka planda Türk kültürüne dair örnekler olarak aktarılmıştır.

Hofstede'in modelindeki alt katman kahramanlar katmanıdır. Kahramanlar, canlı veya hayali, gerçek veya kurgusal kişiler olup, yetiştikleri veya üretildikleri toplumlarda değerli görülen ve rol modeli olarak kabul edilen kişilerdir.

Dramada, tez kapsamında yer alan ilk iki sezon toplam on sekiz bölümde, gerçek hayattan kahramanlar olarak Fatih Sultan Mehmet, Mimar Sinan, Mevlana, Yunus Emre ve yer alırken, kurmaca kahramanlar olarak, ilk muhafız Harun, Hakan'ın babası muhafız Murat yaratılmıştır. Son muhafız Hakan da dramada kurmaca kahraman olarak yer almış, küresel süper kahraman hikayesinin yerel unsurlarla bir potada buluşturulması sonucu küyerel bir figür haline gelmiştir. Genel olarak süper kahraman profiline bakıldığında kahramanlar, kahramanla özdeşleşen kostümler

giymişlerdir. Dramada Hakan, diğer kahraman hikayelerindeki gibi düşmanlarıyla bir kostüm giyerek savaşmakta ve buradaki kostüm dualar ve tılsımlar gibi dini motiflerle bezelidir. Burada kullanılan gömlek ve özellikleri Türk kültürünün bir parçası olarak karşımıza çıkmıştır.

Fatih Sultan Mehmet, dramada gerçek bir kahraman olarak yer almakta ancak ilk muhafız Harun ile kurmaca bir ilişki içinde sunulmaktadır. Dramada İstanbul'un fethinden sonraki sürece gönderme yapılmakta, fetih sonrası şehrin düşmanlardan korunması gerekliliğine yer verilirken bir muhafıza ihtiyaç duyulduğu vurgulanmıştır. Bu tarihi göndermeler izleyiciyi milli duygular açısından etkilemiştir.

Yapılan göstergebilimsel inceleme sonucunda sadece süper kahramanların kullanılmadığı aynı zamanda toplumsal kahramanların da kullanıldığı tespit edilmiştir. Mimar Sinan, Türk kültürü ve İstanbul için önemli bir kahramandır. Mimar Sinan, Osmanlı İmparatorluğu döneminde yaşamış ve pek çok önemli esere imza atmış bir Türk mimardır. Dramada, İstanbul'un silüetine büyük katkıda bulunmuş ve şehrin tarihi ve kültürel dokusunu zenginleştiren Mimar Sinan'ın İstanbul'un çeşitli yerlerindeki eserlerine yer verilmiştir. Mimar Sinan Süleymaniye Camii, Mimar Sinan Türbesi ve Zeynep'in araştırması esnasında gösterilen Mimar Sinan hakkındaki kitap gibi detaylarla sözlü veya görsel olarak Mimar Sinan'ın İstanbul için önemi aktarılmıştır.

Mevlana, evrenselliği ile ünü dünya genelinde yayılmış mutasavvıflarından biridir. Anadolu Selçuklu Devleti döneminde yaşayan Mevlana, eserlerinde; Anadolu insanına hitap etmiş, Türk gelenek göreneklerine, inançlarına yer vermiş bir alimdir, bu yüzden de Türk kültürü için önemlidir. Kemal, Hakan'a akıl ve bedeni

olgunlaştırarak, hakikati göstermek için Mevlana'nın düsturundan alıntılar yapmaktadır. Bu özelliği ile Mevlana da yol gösterici özelliğiyle toplumsal kahraman olarak resmedilmiştir.

Yunus Emre de yine aynı dönem Anadolu Selçuklu'da yaşamış, mutasavvıf şairlerdendir. Hikaye örgüsü içinde çeşitli bölümlerde Hakan'a dünyaya aldanmamak, kendisine verilen gücün kıymetini bilmek gibi Yunus Emre'ye ait öğretiler hatırlatılmakta, Yunus Emre'nin şiirinden bestelenen 'Adımız Miskindir Bizim' şarkısı dramada kullanılmış, toplumsal kahraman olarak bahsedilmiştir.

Dramanın en önemli işitsel göstergelerinden olan müzik kullanımı ise yerellik bağlamında altı çizilmesi gereken önemli noktalardan biridir, kullanılan müzikler Türk kültürünün birer temsili olarak seçilmiştir. Dramanın birinci bölümünün açılış sahnesinde mahalle kültürüne dair nostaljik örnekler gösterilirken fonda yer alan 'Leylim Leylim' isimli şarkı Hey! Douglas tarafından yorumlanmıştır. Hey Douglas, 70'li yıllardaki klasik Türk müziklerini, Anadolu'nun zengin kültürel katmanlarıyla popüler elektronik müziği bir araya getirerek ortaya özgün bir eser çıkarmıştır. Hem sanatçı seçimi hem de şarkı seçimi İstanbul'un geleneksel ve modern izleri bir arada barındırmasını işaret etmiştir.

Kültür Soğanı Modeli'nin kahramanlar katmanından sonra gelen katmanı ritüellerdir. Ritüeller, en iç katmanda yer alan değerlerin 'tekrarlara dayalı' olarak eylemsel dışavurumlarıdır. Dramanın geneline yayılan ritüel sayılan davranışlar yoğunluk açısından farklılık göstermemektedir.

Dramada ritüeller, gündelik hayatın birer parçası olarak daha basit eylemler olarak sunulmuştur. Ana karakterlerden Hakan'ın mahallede komşu çocuklarıyla top

oynaması, Leyla'nın Hakan'ın komşusu Kamuran'ın evinde misafir olarak ağırlanması ve ikramlar sunulması, aynı sahnede Leyla'nın Tanrı misafiri olduğunu söylemesi, vatandaşların pazarda alışveriş yapması, sepet sarkıtma gibi gündelik hayata değinilmiştir. Yanı sıra, komşuluk ilişkisi içerisinde başı dertte olan Hakan'ı korumak için dışarıdan kimseye bilgi vermemesi, Kemal'in ölümünden sonra Hakan'ın Zeynep'i teselli etmesi gibi dayanışma, vefa, yardımlaşma gibi değerler davranış biçimine dönüşerek yansıtılmıştır. Halkın rutini temsil edilirken, İstanbul yaşayan bir varlık olarak resmedilmiştir.

Dramada, Kültür Soğanı Modeli'nin en iç katmanı olan ve diğerlerine nazaran daha zor değişen değerler katmanı da incelenmiştir. İyilik, hayırseverlik, konukseverlik, saygı ve hürmet, sadakat, cesaret, vefa, dürüstlük, dayanışma, güven, yardımlaşma gibi değerler drama içerisinde hikayeyle bütünleştirilerek sunulmuştur. Bu değerlerin aynı zamanda küresel ortak değerlere benzediği tespit edilmiştir.

Özetle, Hakan: Muhafız dramasında Türk kültürüne ait ögeler sıklıkla görülmüştür. Kullanılan külürel ögeler semboller ve değerler Türk izleyiciler tarafından tercih edilmesinin nedeni olarak yorumlanmıştır. Milli değerler ve duygular izleme isteğini artırmış, Türk kültürüne sahip çıkma algısı yaratmıştır.

SONUÇ

Kültür, bireyin üyesi olduğu toplumdan öğrendiği bilgi, gelenek görenek, günlük yaşam becerileri, edindiği bakış açısı, hayata dair anlayış, yani bireyin hayatındaki her türlü anlamlandırmadır. Kültür, bir toplumda yaşayan insanların hayatlarını düzenleyen kodlardır, her toplumun kendine has maddi ve manevi değerler bütünüdür. İnsan edindiği bu bilgi birikimini, ortak dil ve davranışlar bütününü ile gelecek nesillere aktararak insanların belirli bir sosyal yaşama uyum sağlanmasına yardımcı olur, hem toplum kültürünü oluşturur hem de kültürün devamlılığını sağlar.

Birey içerisinde çevrede kendisini yetiştiren büyükleri tarafından adeta programlanmış kültüre göre deneyimler ve gelişimler gösterir. İnsan doğumdan ölüme kadar kavramlar ve semboller aracılığıyla kendi kültürünü üretmekte biriktirmektedir. Aynı toplum içerisinde iletişim kurarken bu sembollere ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla bireyi büyüten aile üyeleri de benzer kültürel süreçten geçtiği için kültürü aktararak devam ettirmektedir. Öğretici çevre kültürel ögeleri toplumsal hayatla bütünleştirerek toplumsal normları ve değerleri de öğretmektedir.

Kültür simgeseldir, her toplumun ortak yaşam alanında oluşturduğu semboller, ortak anlamlar taşıyan bir nevi rehberdir ve dinamiktir. Tarihler boyunca aktarılma süreci içerisinde süreklilik kazanırken, göç, ticaret gibi kavramlar, teknolojik gelişmeler kültürün yapısında değişikliklere neden olmuştur. Bu farklılar toplum tarafından uyarlanarak yeniden bir dengeye kavuşturulur ve ortak kültürü geçmişten bugüne bugünden de geleceğe taşıyacak olan onun bu dinamik yapısıdır, ancak bu değişen koşullara uyum sağlayabilen toplumlar varlığını sürdürebilmektedir.

Halkın birlikte oluşturduğu kültüre halk kültürü denmektedir ve kolektif bilinci oluşturmaktadır. Kültürel kodları oluşturan ögeler, tıpkı bir kilim deseni gibi yüzyıllalardır aktarılagelmektedir. İçinde bulunduğu toplumun yaşayan bir parçası olan halk kültürü, bir toplumu diğerlerinden ayıran kültürdür ve anonimdir. Halkın tamamın ait olanın sınıfsal yapısından söz edilmeyeceği için, kültür potasında tüm gruplar ve farklılıklar birleşmektedir. Bu dayanışma ve halk kültürü anlayışı sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan kapitalist pazar anlayışı ve beraberinde getirdiği kitle kavramından da etkilenmiştir. Önceleri kitlesel üretimle başlayan bu süreç, toplumda kitle kültürünün oluşmasına zemin hazırlamış daha sonra ise kültür endüstrisi ve popüler kültür kavramlarıyla halkın kendine ait kültürü kapitalist düzene göre şekillendirilmiştir. Modern toplum algısı yaratılarak, kitle iletişim araçlarıyla kitle kültürü yayılıyor. Teknolojinin gelişmeye başlamasıyla da medya kavramında köklü değişiklikler ortaya çıkmıştır.

90'lı yılların sonuna doğru internet, iletişim, bilişim ve teknoloji alanında devrim niteliğinde gelişmeler olması, yayıncılık anlayışına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Analog yayından sayısal yayıncılığa geçişle başlayan bu dönemde, teknolojik bir dönüm yaşanmış, geleneksel kitle iletişim araçlarına IPTV, Web TV, OTT TV gibi farklı aşamalar ve yöntemler güçlü alternatifler ortaya çıkmıştır. Bu köklü değişimler, izler kitlenin yapısını da oldukça etkilemiştir. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, geleneksel medyada pasif konumda olan izleyicinin aktif hale geldiği bir süreç başlamıştır. İzleyiciler, yeni ortaya çıkan bu medya biçimlerini aktif olarak kullanabildikleri için hem tüketen hem de üreten anlamına gelen üre-tüketici bir

yapıya dönüşmüştür. Tüm etkileşimli uygulamaları kapsayan dijital yayıncılık ile internet teknolojisi birleşmiştir.

Dijitalleşmeyle birlikte küresel şirketler dijital platformlar aracılığıyla uluslararası yayın yapmaya başlamış, bu da kültürlerarası etkileşimi artırmıştır. Kitle iletişim araçlarının, kültürel algı ve tutumları şekillendirmede güçlü bir rolü vardır. Bu araçlar, farklı kültürlerin çeşitli temsillerini sunarak, kültürel çeşitliliği ve kültürel değişimi desteklemektedir. Kendini dijital medya aracılığı ile sunma imkanı bulan geleneksel medya araçları, kitlelere hitap ederek, popüler kültür ürünlerini topluma aktarmış, küresel hegemonyanın yayılmasına hizmet etmiştir. Adorno ve Horkheimer'a göre kültür endüstrisinin ayrılmaz bir parçası olan popüler kültür, standart kültürel ürünler üreten bir fabrikaya benzetilmektedir, insanların yaşam şekilleri, kültürel anlayışları ve olaylara bakış açıları üzerinde etkili olmaktadır. Bir süre sonra toplumlar metalaşmış kültürü özümseyerek kendi kültürlerine ve benliklerine yabancılaşmaktadır.

Modern çağın hakim ekonomik sistemi olan kapitalizm, boyutları itibariyle ekonomiyi de aşan, politik ve ideolojik yönü ağır basan bir yapı haline gelmiştir. Kapitalizm, sanayileşmeyle birlikte, özel mülkiyet, sermaye birikimi, kitlesel üretim, şehirleşme, metalaşma gibi insan yaşamının farklı alanlarını da etkiledi. Küreselleşme ile kapitalizm, karşılıklı olarak birbirini besleyen ve tüm dünyada kök salmaya başlamış iki kavramdır. Küreselleşme, siyasi, kültürel ve coğrafi sınırları aşarak içinde yaşadığımız toplumu küçültmekle kalmamış, toplumsal ilişkileri yoğunlaştırmış, her anlamda mekansal ve uzamsal mesafeyi kısaltarak yeni bir dünya düzeni yaratmıştır.

Küreselleşme ile meydana gelen siyasi ve toplumsal değişim hayatın her alanında etki etmeye başlamıştır. İletişim teknolojileri ve internetin de geldiği nokta göz önünde bulundurulursa, dünya giderek McLuhan'ın deyimiyle 'küresel köy'e dönüşmüştür. Bu bağlamda, ülkelerarası iletişim hızlanmış, böylelikle de dijital medya ve dijital platformlarda, endüstri ürünü olarak ortaya çıkan yapımların hem içinden çıktığı toplumun kültüründen etkilenmiş hem de yine o toplumun kültürünü etkilemiştir.

Küreselleşme karşısında kendi kültürünü korumak isteyen toplumlar hem yerel pazarda hem de küresel pazarlarda kendi kültürlerini tanıtma ve koruma ihtiyacı hissederek bu konuda çalışmalar yapmaya başlamıştır. Toplumun ortak özellikleri, davranış biçimleri, inançları, gelenekleri ve değer yargıları gözetilerek yabancılaşmaya sebep olacak içerikler yerine kendi benliklerini ve kültürel kimliklerini koruyacak konulara yönelmiştir. Bu noktada yeni medya platformları, küresel pazara açılırken hedeflediği toplumun yerel değerlerinden beslenerek, o bölgeye yönelik ürünler çıkararak ya da mevcut ürünü hedefe göre uyarlayarak, o toplumun bir parçasıymış gibi algı yaratmakta, ticari bir politika geliştirmekte, yerel pazarlama stratejilerinin dinamiklerini kullanarak küresel pazardaki paylarını arttırmaya çalışmaktadır. Böylelikle küresel kitle kültürü yerel piyasa ile ortak iş yaparak hakimiyetini sürdürmeye çalışan bir sermaye biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küresel ve yerel kelimelerinden doğan küreyerelleşme en temel haliyle küresel düşünüp yerel hareket etme stratejisidir ve bu stratejiyi en iyi kullanan dijital platform Netflix'tir. Platformlar, bu strateji ile küyerelleşme olarak da ifade edilen 'küresel düşün yerel davran' ilkesiyle hareket etmektedirler. Küresel standartlar ve yerele uyum

senteziyle küyerelleşme, uluslararası platformlar açısından oldukça önemli bir kavram olmuştur. Netflix, pazarına girmeyi planladığı toplumun din, tarih, aile, dil, sanat, eğlence, eğitim, semboller, töreler, davranış kuralları gibi toplumun kültürünü oluşturan ögeleri iyi analiz etmesi, bu analiz sayesinde de o toplumu tanıması gerekmektedir. Bu noktada da devreye sinema filmleri ve dramalar girer. Bu iki tür hikaye örgüsünde sıkça toplumsal konuları işleyerek, kültürü sanat aracılığıyla yeniden üretmekte ve topluma sunmaktadır. Sinema ve televizyon, bu özellikleriyle 21. yüzyılın en etkili kitle iletişim araçları olmuşlardır. Bir film ya da bir drama, kaynak aldığı toplumun, değerlerini, örf-adetlerini, aile yapısını ve inancını kapsadığı gibi kimi zaman siyaset ve politika üzerine de arşivsel bir kayıt özelliği taşıyabilir. Filmler ve dramalar bu yönüyle toplumun hafızasıdır.

Küresel bir platform olan Netflix, hizmet verdiği ülkelerde 'Netflix Originals' markası altında yerel yapımcılarla çalışarak, farklı ülkelerin kendi kültürüne uygun üretim yapmalarına ve içerik üreticilerine kendi işlerini sergileme imkanı sağlamış, yerel kültürlerin küresel mecralara taşınmasında önemli bir rol oynamıştır. Bu sayede, izleyici izlediği içeriğin küresel olduğunun bilincinde olmasına rağmen o içeriğe karşı yabancılık hissetmez, kendi kültürüne ve yaşayış biçimine uygun yapımları izleme isteği duyar. Netflix, bu stratejisi ile kültürel anlayışın önünü açmış, aynı zamanda izleyicilerin farklı bakış açılarına erişimini sağlamış, dil ve kültürler arası etkileşimi de mümkün kılmıştır.

Netflix'te yayınlanan 2019 yapımı Hakan: Muhafız, ilk Türk draması olma özelliğinin yanında Türk kültürüne ait ögeleri barındırmaktadır. Bu tezde Hakan: Muhafız dramasında kullanılan kültürel ögeler kültür bilimci Geert Hofstede'in Kültür

Soğanı Modeli'nin kültürel göstergelerine göre incelenmiştir. Yapılan göstergebilimsel analiz sonucunda Netflix'in ilk Türk draması olan Hakan: Muhafız Türkiye'ye özgü yerel kültürel özellikler kullanılarak kültürel ögeler drama boyunca işlenmiştir. İstanbul'un tarihi, kültürü ve yerel kültürel özellikleri küresel bir anlatı formu olan süper kahraman hikayesi çatısı altında işlenerek küyerel bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hofstede'e göre bireyin kişiliği, günlük hayatında yaşadığı duygular içinde bulunduğu kültür tarafından öğretilerek biçimlendirilmektedir. Kültür Soğanı Modeli'ne göre analiz edildiğinde insanların içinde yaşadığı toplumdan edindiği değerleri sosyal öğretiler olarak aktarmaktadır. Sosyo-kültürel bir yaklaşımla bireyin çocukluğundan itibaren aile ve çevresinin etkisiyle, içinde bulunduğu toplumun değer yargılarını edindiği ve hayatını buna göre düzenlediği görülmektedir.

Dramanın birinci ve ikinci sezonu boyunca işlenen hikayede, Türk kültürüne de ait olan evrensel ahlak değerleri yer almıştır. Sadıklar aracılığıyla sadakat, mahallenin birbirini koruyup kollamasıyla dayanışma, birçok sahnede yer alan ikram ile konukseverlik, küçüklerin büyüklerine danışıp dinledikleri sahnelerde saygı ve hürmet gösterilmektedir. Semboller, kahramanlar, ritüeller toplumdan topluma daha çok farklılık gösterebilirken değerler, toplumun özünü oluşturduğu için diğer toplumlar tarafından da anlaşılabilmektedir.

Netflix gibi popüler çevrimiçi video hizmetleri sunan platformların, yerel yapımları uluslararası alanda sunarak, kültürel ögelerin kullanımında ve kültürün tanıtımına önemli bir boyut kazandırdığı, açıkça görülmektedir. Bu sayede, izleyiciler farklı coğrafyalardaki yaşam tarzlarını, gelenekleri ve kültürel değerleri anlamak ve

paylaşmak için yeni bir fırsata sahip olmaktadırlar. Dünyanın farklı yerlerinde, hayatın ne kadar farklı yaşandığı ve farklı bölgelerdeki insanların gündelik yaşamlarına bakılarak her şeyden önce, kendi 'yerel' kültürlerinin taleplerine karşılık verdikleri unutulmaması gereken bir gerçekliktir. Bir insanın varlığının ancak kendi kültüründe anlam kazandığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Küyerelleşmenin toplumsal perspektifinden bakıldığında Hakan: Muhafız dramasında Orta Asya Türk kültürü, Anadolu kültürü ve Osmanlı kültürüne ait İstanbul'da varlığını sürdüren kültürel unsurları görmekteyiz. Dramada ana karakterlerin içinde yetiştiği kültürün özelliklerine uygun davrandığı, milli değerlerini/ritüellerini devam ettirdiği, ayrıca İstanbul'un kültürel bir zenginliği temsil ettiği tespit edilmiştir. Uzun tarihi ve toplumsal tecrübelerin yaşandığı bir şehir olan İstanbul, Bizans kültürü ve hayat tarzından, Osmanlı hayat tarzına kadar birçok kültürel kodları barındırmaktadır.

Kültürel farklılıkları tanımak, onlara saygı duymak, bu sayede dünyayı yorumlamak ve düşünceleri ifade etmek için birden fazla yol vardır. Kültürel çeşitliliği ve anlayışı desteklemek için, onları bir tehdit olarak görmek yerine kültürel farklılıkları zenginlik olarak görmek gerekir.

Sonuç olarak, Netflix ve benzeri dijital platformlar, asli görevleri olmasa da kültürlerin tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kültürel çeşitliliği artırma, farklı coğrafyalardaki izleyiciler arasında bir bağ oluşturma ve kültürel alışverişi teşvik etme potansiyeli taşırlar. Dijital platformların kültür üzerindeki etkisi gelecekte daha da büyüyecektir. Bu noktada yerellikler aslında küreselin karşısında durmaktan öte zenginleştirerek dijital platformlar aracılığı ile kültürlerarası etkileşimi

güçlendirmektedir. Bu nedenle, kültürel mirasın korunması ve tüm kültürlere saygı duyulması, kültürel çeşitliliğin zenginleşmesi için de hayati öneme sahiptir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Adorno, Theodor. W.: "Kültür Endüstrisi Yönetimi", Çeviren: N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen.,İletişim Yayınları, İstanbul, 2009

Ahıska, Meltem: "Radyonun Sihirli Kapısı. Garbiyatçılık Ve Politik Öznellik", Metis, İstanbul, 2005

Akarcalı, Sezer: "Türkiye'de Kamusal Radyodan Özel Radyo Ve Televizyona Geçiş Süreci",
Punto Matbaacılık, Ankara, 1997

Akerson-Erkman, Fatma: "Göstergebilime Giriş", Multilingual Yabancı Dil Yayınları, İstanbul, 2005

Aksoy, Hasan: "Anadolu'da Erken Dönem Türk İzleri (Kaya Resimleri Ve Yazılı Kaynaklara Göre)" Iksad Publications, 2022

Akyol, Onur: "Dijital Dönemde Gösterim", Ed. Rıdvan Şentürk, Dijital Sinema Kuramdan Tekniğe, İnsan Yayınları, İstanbul, 2016

Alp, Özlem, K.: "Orta Asya'dan Anadolu'ya Kültürel Sembollere Giriş", Eflatun Yayınevi, Ankara, 2009

ALVER, Köksal: "Siteril Hayatlar: Kentte Mekansal Ayrışma ve Güvenlikli Siteler", Hece Yayınları, Ankara, 2010

Andrew, Dudley J.: "Concepts In Film Theory", New York, Oxford University Press, 1984, S.98

Andrew, Dudley J.: "Sinema Kuramları", Çev. İbrahim Şener, İzdüşüm Yayınları, İstanbul, 2000

Arık, Bilal M.: "Medya Çağında Futbol Ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki / Top Ekranda", Salyangoz Yayınları, İstanbul, 2004

Armer, Alan A.: "Sinema Ve T.V. İçin Senaryo Yazmak", Çeviren: Vedat Tayyar Erdamar, Es Yayınları, İstanbul, 2010

Artun, Erman; "Halk Kültürü Ve Folklorun Türk Kültüründeki Yerine Kültürel Değişim Ve Gelişim Açısından Bakış" Adana Halk Kültürü Araştırmaları 1,Epsilon Ofset, Adana, 2000

Artun, Erman "Halk Kültüründe Değişimin Topluma Etkisi Ve Sonuçları", Halk Kültüründe Değişim Uluslararası Sempozyumu Bildirileri Kitabı, Motif Vakfı Yayınları, İstanbul, 2005

Aslanapa, Oktay: "Türk Sanatı", Remzi Kitabevi, İstanbul: 1984

Atalay, Merve: Kaya, Ferhat: "Küreselleşme Ve Yerelleşmeyle, Küyerelleşme", Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara, 2020

Ataman, Sadi Y.: "Türk İstanbul", İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları, İstanbul, 1997.

Ayhan, Halis: "Türklerde Din", C. Öztürk (Ed.), Türk Tarihi Ve Kültürü İçinde (Ss.317-332). Ankara: Pegem Akademi, 2018

Aziz, Aysel: "Radyo Televizyon Yayıncılığı", Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2013.

Bakır, Burak: "Sinema Ve Psikanaliz", Hayalet Kitap, İstanbul, 2008

Balcıoğlu, İbrahim: "Şiddet Ve Toplum", Bilge Yayınları, İstanbul, 2001, S.142

Barutçugil, İsmet: "Kültürler Arası Farklılıkların Yönetimi", Kariyer Yayınları, İstanbul, 2011

Batmaz, Veysel: Medya Popüler Kültürü Gizler, Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006

Baun, Christian: "Computer Networks / Computernetze: Bilingual Edition: English – German / Zweisprachige Ausgabe: Englisch – Deutsch", Springer-Verlag, 2019

Bay, Nurettin: "Radyo Ve Televizyon Yayıncılığı", Nüve Kültür Merkezi Yayınları, İstanbul, 2007

Bell, Alexander G: "The Multiple Telegraph: Invented By A. Graham Bell", Ran, Avery, & Company, 1876

Bell, Daniel: "The Coming Of Post-Industrial Society", Basic Books, New York, 1973

Bennett, Andy: "Kültür ve Gündelik Hayat" (N. Tokdoğan, B. Şenel & U. Y. Kara, Çev.). Phoenix Yayınevi, Ankara, 2018

Binns, Hande: "Nurturing People And Culture. In Secrets Of
Von Stamm, Bettina: Working Across Five Continents: Thriving Through
Etcheberry, Meltem: The Power Of Cultural Diversity", Emerald Publishing Limited, 2020

Blom, Herman: "Interkulturelles Management: Interkulturelle
Meier, Harald: Kommunikation", NWB Verlag, 2002

Bozkurt, Nejat: "20. Yüzyıl Düşünce Akımları: Yorumlar Ve Eleştiriler", İstanbul, Sarmal Yayınları, S. 176, 1995

Büker, Seçil: "Sinema Dili Üzerine Yazılar", Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 1985

Büker, Seçil: "Film Dili Kuramsal Ve Eleştirel Eğilimler", Kavram Yayınları, İstanbul, 1996

Büker, Seçil: "Sinemada Anlam Yaratma", İstanbul: Hayalbaz, 2010

Bülbül, Rıdvan: "Genel Gazetecilik", Nobel Yayıncılık, Ankara, 2000

Cankaya, Özden: "Trt Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi:1927-2000", Yky, İstanbul, 2003

Cereci, Sedat: "Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum", Şule Yayınları, İstanbul, 1992

Chalaby, Jean K.: Segell, Glen: "The Broadcasting Media İn The Age Of Risk: The Advent Of Digital Television". New Media & Society, 1(3), Ss. 351- 368, 1999

Cüceloğlu, Doğan: "İnsan Ve Davranışı", Remzi Kitabevi, İstanbul, 1991

Çağan, Kenan: "Popüler Kültür Ve Sanat", Altınküre Yayınları, Ankara, 2003

Çaplı, Bülent: "Televizyon Ve Siyasal Sistem", İmge Kitabevi Yayını, İstanbul, 1995

Çelikkaya, Hasan: "Fonksiyonel Eğitim Sosyolojisi", Alfa Yayınları, İstanbul, 1996

Çoruhlu, Yaşar: "Türk Mitolojisinin Abc'si", Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2000

Çubukçu, Agah: "İslam Düşüncesi Hakkında Araştırmalar", Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Ankara, 1983

Demirel, Özcan: "Eğitimde Program Geliştirme", Pegama Yayıncılık, Ankara, 2004

Dundes, Alan: "Halk Kimdir?". Çev.: Metin Ekici. Millî Folklor, 37, :139-153, 1998

Dursun, Davut: "Küreselleşme Ve Toplumun Aşamasında Bilginin Artan Önemi", Yeni Türkiye, 21. Yüzyıl Özel Sayısı I, Sayı: 19, 1998.

Elçin, Bora A.: "Küreselleşmenin Tarihçesi", Ankara, 2012

Ellis, John: "Seeing Things: Television In The Age Of Uncertainty", I.B. Tauris, London, 2000

Erdoğan, İrfan: Alemdar, Korkmaz: "Popüler Kültür Ve İletişim Halk Kültürü Kitle Kültürü Ve Popüler Kültürün Üretim Dağıtım Tüketim Pratiklerinin Doğası Geliştirilmiş", 2. Baskı, Erk Yayınları, 2005

Erinç, Sıtkı M.: "Kültür Sanat Sanat Kültür", Ütopya Yayınevi, Ankara, 2004

Erol İbrahim: Bayraktaroğlu Ali: Çivi Emin: "Uluslararası Pazarlama", Manisa, Emek Matbaası, 1999

Esmer, Hayri "Türkiye'de Baskıresme Bakmak", Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2011

Evren, Burçak: "Osmanlı'da Esnaf Ve Örgütleri", Ray Sigorta A.Ş., İstanbul, 1997

Fiske, John: "İletişim Çalışmalarına Giriş", Çev., Süleyman İrvan, Bilim Ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003

Fiske, John: "Popüler Kültürü Anlamak", Çev. Süleyman İrvan, Parşömen, İstanbul, 2012

Flew, Terry: "New Media: An Introduction", (3.B), Oxford University, Oxford, 2010

Fromm, Erich: "The Revision Of Psychoanalysis", (R. Funk, Ed.). Westview Press, 1992

Galeano, Eduardo: "Biz Hayır Diyoruz", Metis Yayınları, İstanbul, 2006

Gere, Charlie: "Digital Culture" (2nd Ed.), Reaktion Books, London, 2008

Giddens, Anthony: "Modernite Ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik Ve Toplum", Çeviren: Ümit Tatlıcan, İstanbul, 2010

Giddens, Anthony: "Modernliğin Sonuçları" (Çev. E. Kuşdil), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016

Goodenough, Ward H: "Cultural Anthropology And Linguistics". Bobbs-Merrill, New York, 1964

Gökalp, Ziya: "Türk Medeniyeti Tarihi", Toker Yayınları, İstanbul, 1995

Gönenç, Gökhan, "Safranbolu", Ceyma Matbaası, İstanbul, 1994,

Guy, Klemens: "The Cellphone: The History And Technology Of The Gadget That Changed The World Academic & Nonfiction Books Anthology", Mcfarland, 2014

Gülmez, Bahadır: "Kültür Tarihi", Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2019

Günay, Umay: "Osmanlı İmparatorluğu Ve Türk Halk Kültürü", Osmanlı Kültür Ve Sanat C.9. Ankara, Yeni Türkiye Yayınları, 1999

Güneş, Sadık: "Medya Ve Kültür: Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı", Ankara: Vadi Yayınları, 2001

Güneş, Sadık: "Enformasyon Toplumunun Putları", Hece Yayınları, Ankara, 2006

Güngör, Erol: "Tarihte Türkler", (4.Basım), Ötüken Neşriyat A.Ş., İstanbul, 1992

Güngör, Erol: "Sosyal Meseleler Ve Aydınlar", Ötüken Yayınları, İstanbul, 1993

Güvenç, Bozkurt: "İnsan Ve Kültür", Remzi Kitabevi, İstanbul, 2002

Hofstede, Geert: Hofstede, Gert Jan: "Cultures And Organizations: Software Of The Mind", 2nd Edition, Mcgraw-Hill, New York, 2005

Hofstede, Geert: Hofstede, Gert Jan: Minkov, Michael: "Cultures And Organizations. Software Of The Mind", 3rd Edition, Organization Studies, Mcgraw-Hill, 7-8, 2010

İldaş, Görkem: "Netflix Etkisi: Dijital Çağda Ekran Kültürü", Urzeni Yayınevi, 2022

İnan, Abdulkadir: "Tarihte Ve Bugün Şamanizm", Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 1986

Jandt, Fred E: "An Introduction To Intercultural Communication, Identities In A Global Community" (9. Publication) Sage Publications, 2018

Kafesoğlu, İbrahim "Türk Milliyetçiliğinin Meseleleri", Milli Eğitim Bakanlığı, 1969

Kandemir, Ceyhan: "Iptv Yayıncılığının Sorunları Ve Geleceği: Sektörün Aktörleriyle Derinlemesine Mülakatlar", Derin Yayınları, İstanbul, 2013

Karluk, Rıdvan: "Uluslararası Ekonomi, Teori Ve Politikalar" Beta Yayınevi, İstanbul, 1996

Kartarı, Asker: "Farklılıklarla Yaşamak / Kültürlerarası İletişim", Ürün Yayınları, Ankara, 2001

Kellner, Douglas: "Media Spectacle", Routledge, 2003

Kemal, Yaşar: "Zulmün Artsın", Can Yayınları, İstanbul, 1995

Kılıç, Uğur: "Masal Anlatıcılığı Eğitimi", Anadolu Masalları Kollektif, 2019, S.41

Klemens, Guy: "The Cellphone: The History And Technology Of The Gadget That Changed The World", Mcfarland, 2014

Koca, Salim: "Tarihte Türk, Türklük Ve Türk Kültürü", Berikan Yayınevi, Ankara, 2016

Kösoğlu, Nevzat: "Millî Kültür Ve Kimlik", Ötüken Yayıncılık, İstanbul, 1992

Kurt, Gözde: "Dijital Diplomasi", Akademisyen Kitabevi, Ankara, 2018

Küçükcan, Ufuk: "Film Çözümlemesinde İki Yaklaşım: N. Chomsky Ve C. Metz", Eskişehir Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, (S.9), 2005

Küçükerdoğan, Rengin: "Reklam Söylemi", Es Yayınları, İstanbul, 2005

Küçükerman, Önder: "İstanbul'da 500 Yıllık Sanayi Yarışı:Türk Cam Sanayii Ve Şişecam", Türkiye Şişe Ve Cam Fabrikaları A.Ş., İstanbul, 1998

Le Bon, Gustave: "Kitleler Psikolojisi", Yağmur Yayınları, İstanbul, 2005

Linton, Ralph: "The Cultural Background Of Personality", D. Appleton-Century Company, Incorporated, New York, 1945

Lustig, Myron W:
Jolene, Koester: "Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures", Allyn And Bacon, Boston, 2003

Manovich, Lev: "The Language Of New Media", Mit Press, 2002

Marconi, Maria C: "Marconi My Beloved", Branden Books, 2000

Marx, Karl:
Engels, Friedrich: "Alman İdeolojisi", Sol Yayınları, Ankara, 1992

Mcluhan, Marshall: "The Gutenberg Galaxy: The Making Of Typographic Man",Routledge, London, 1962

Mejuyev, Vadim: "Kültür Ve Tarih", (S. H. Yokova, Çev.). Başak Yayınları, Ankara, 1987

Mercan, Muhammed H.: "Modern Suriye'de Anayasal Gelimeler. Okur, M. A., Salık, N. (Ed.). Bağımsızlıktan Arap Baharına Suriye İç Ve Dış Politika İçinde", Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbul, 2016

Metz, Christian: "Sinemada Anlam Üzerine Denemeler",Cilt 2. (O. Adanır, Çev.) Hayal Perest Yayınları, İstanbul, 2012

Monaco, James: "Bir Film Nasıl Okunur? & Sinema Dili Tarihi ve Kuramı", OĞLAK YAYINLARI, 2011

Mutlu, Erol: "İletişim Sözlüğü", Bilim-Sanat Yayınları, Ankara, 2004

Mutlu, Erol: "Globalleşme, Popüler Kültür Ve Medya", Ütopya Yayınevi, Ankara, 2005

Mutlu, Erol: "İletişim Sözlüğü", Ayraç, Ankara, 2008

Nassehi, Armin: "Soziologie. Zehn Einführende Vorlesungen", Vs Verlag, Wiesbaden, 2011

O'driscoll, Gerard: "Next Generation Iptv Services And Technologies", 1.Baskı, Wiley Publication, Canada, 2008

Onaran, Alim Ş.: "Sinemaya Giriş", (2. Baskı), Maltepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1999

Oskay, Ünsal: "İletişimin Abc'si", Simavi Yayınları, İstanbul, 1992, S.13

Oskay, Ünsal: "Toplumsal Gelişmede Radyo Ve Televizyon", Ankara Üniversitesi Sbf Yayınları, Ankara, 1971

Önlü, Mükerrem: Saran, Mine: "Kültürlerarası İletişim, İletişim Odaklı Güncel Yaklaşımlar Akademik Bir Disiplin Olarak Kültürlerarası İletişim Ve Kuramsal Temelleri", Eğitim Yayınevi, 2019

Özakpınar, Yılmaz: "Kültür Ve Medeniyet Anlayışları Ve Bir Medeniyet Teorisi", Kubbealtı Neşriyat, İstanbul, 1997

Özbek, Meral: "Popüler Kültür Ve Orhan Gencebay Arabeski", İletişim Yayınları, İstanbul, 1991

Özden, Zafer: "Film Eleştirisi", İmge Kitabevi Yayınları. İstanbul, 2004

Özkalp, Enver: "Kültür" Davranış Bilimlerine Giriş, İçinde (Ed. E. Özkalp) Anadolu Üniv. Aöf Yayınları No: 722., 2008

Özkırımlı, Umut: "Milliyetçilik Kuramları: Eleştirel Bir Bakış", Sarmal Yayınevi, İstanbul, 1999

Özkök, Ertuğrul: "İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin İzlenimleri",Tan Yayınlan, Ankara, 1985

Özlem, Doğan: "Kültür Bilimleri Ve Kültür Felsefesi", İnkîlap, İstanbul, 2000

Özmen, Haluk: Ekiz, Durmuş: "Eğitime Giriş", Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2019

Özön, Nijat: "Sinema Uygulayımı - Sanatı - Tarihi", Hil Yayınları, İstanbul, 1985

Pamuk, Şevket: "100 Soruda Osmanlı-Türkiye İktisat Tarihi (1500–1914)", İletişim Yayınları, İstanbul, 2005.S.26-31

Peirce, Charles S.: "Harvard Lecture on Whewell, Mill, Comte", Writings of Charles S. Peirce, ed. Max H. Fisch, Christian J. W. Kloesel, Edward C. Moore, Don D. Roberts ve Lynn A. Ziegler, Indiana University Press: Bloomington, Cilt 1, s. 205-223, 1982.

Rıfat, Mehmet: "Gösterge Eleştirisi", Tavanarası Yayıncılık, İstanbul, 2002

Ritzer, George: "Küresel Dünya", Ed. İlkay Özküralpli, Çev. Melih Pekdemir, 1. Baskı, 2011.

Sarı, İbrahim: "Türk Gelenekleri: Türklerin Yaşam Tarzı", Nokta ekitap, Antalya, 2018

Schechner, Richard: "Ritüelin Geleceği (Kültür Ve Performans Üzerine Yazılar)", Çev.: Zeynep Ertan, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2015

Scognamillo, Giovanni "Türk Sinema Tarihi", Metis Yayınevi, İstanbul, 1987

Simpson,Wes: "Iptv And Internet Video: Expanding The Reach Of
Greenfield, Howard: Television Broadcasting", 2007

Solomon, Michael R.: "Consumer Behaviour: A European Perspective", Pearson Education, 2006

Somuncuoğlu, Servet: "Sibirya'dan Anadolu'ya Taştaki Türkler", Güngör Matbaacılık, İstanbul, 2011

Soydaş Uzunçarşılı, Ayda: "Kültürlerarası İletişim Farklı Kültürel Ortamlarda Çalışma ve İletişim", Parşömen, İstanbul, 2010

Steger, Manfred B.: "Küreselleşme", Çeviren: A. Ersoy, Dost Kitabevi, Ankara, 2006

Storey, John: "Cultural Theory And Popular Culture: A Reader", 1998

Sungur, Nuray: "Yaratıcı Düşünce", Evrim Kitabevi, İstanbul, 1992.

Şeker Dilara B.: "Göç Ve Uyum", Transnational Press, London, 2016
Sirkeci İbrahim:
Yüceşahin, Murat M.:

Şeriati, Ali: "Medeniyet Ve Modernizm", Çeviren: Ahmet Yüksekoğlu, Bir Yayıncılık, İstanbul, 1985

Tabb, William K.: "Ahlaksız Fil - 21. Yüzyılda Küreselleşme Ve Sosyal Adalet Mücadelesi", Epos, İstanbul, 2002

Tok, Nazif: "Kültür, Kimlik Ve Siyaset", Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2003

Tokgöz, Oya: "Temel Gazetecilik", İmge Kitabevi, İstanbul, 1994

Tomlinson, John: "Küreselleşme Ve Kültür", (A. Eker, Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2013

Turhan, Mümtaz: "Kültür Değişmeleri", 1000 Temel Eser, İstanbul, 1969

Turner, Brian S.: "Oryantalizm Kapitalizm Ve İslam", İnsan Yayınları, İstanbul, 1991.

Tutar, Hasan: "Davranış Bilimleri", Seçkin Yayıncılık: Ankara, 2016

Türker, Masum: Örerler, Esin O.: "Türk Şirketlerinin Küresel Şirket Haline Getirilmesi Yolları", İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2004

Türkoğlu, Nurçay: "Kitle İletişimi Ve Kültür", Naos Yayınları, İstanbul, 2003

Tylor, Edward B.: "Primitive Culture: Researches Into The Development Of Mythology, Philosophy, Religion, Art, And Custom" (Vol. 1), 1871

Uygur, Nermi: "Kültür Kuramı", Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2006

Ünalan, Şükrü: "Dil Ve Kültür", Nobel Yayınevi, İstanbul, 2005

Üstündağ, Handan: "Antropoloji", Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2013

Vatandaş, Celalettin: "Ulusal Kimlik; Türk Ulusçuluğunun Doğuşu", Açılım, İstanbul, 2004

Veblen, Thorstein: "Aylak Sınıfın Teorisi", (Çev. Z. Gültekin Ve C. Atay), Babil Yayınları, İstanbul, 2005

Williams, Raymond: "Television Technology And Cultural Form", Schocken Books, New York, 1974

Williams, Raymond: "Culture And Society", 1780-1950 (1. Baskı). Columbia University Press, New York, 1983

Yengin, Deniz: "Yeni Medya Ve Dokunmatik Toplum", Derin Yayınları, İstanbul, 2012

Yeniçeri, Özcan: "Örgütsel Değişmenin Yönetimi-Sorunlar, Yöntemler, Teknikler, Stratejiler Ve Çözüm Yolları", Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2002

Yenişehirlioğlu, Ayşe F.: "Kültür Tarihi", Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2019

Yılmaz, Aytekin: "İkinci Küreselleşme Dalgası, Kavram, Süreç Ve Sorunlar", Vadi Yayınları, 2004

Zat, Erdir: "Rakı Ansiklopedisi", Overteam Yayınları, 2014

Zengin, Ferhat: "Dijital Sinemanın Doğuşu Ve Gelişimi", Dijital Sinema Kuramdan Tekniğe (Ed. Rıdvan Şentürk), İnsan Artı Yayınları, İstanbul, 2016

Brockhaus Enzyklopädie In 20 Baenden, L7. Baskı. Cilt Xii., Wiesbaden: F.A. Brockhaus. 1971. S.228.

Makaleler

Akalın, Şükrü Haluk "Yetmiş Beş Yılda Türk Dil Kurumu", Cilt: Xciv, S: 667, 2007

Aktan, Coşkun, C.: "Globalleşme, Bölgeselleşme Ve Yerelleşme", Dış Ticaret Dergisi, Yıl.3, Sayı 10, S.19.

Aktel, M. "Küreselleşme Süreci Ve Etki Alanları", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 6 (2), 2001

Alp, Özlem: "Naif Resimde Sembolik Kurguyu Oluşturan Özellikler", Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi(23), 15-27, 2010

Alsan, Şenay: "Haliç Kültürünün Eğlence Ve Mesire Kimliğinden, Sanayi Devrimi Kimliğine Dönüşüm Süreci Üzerine Bir Araştırma", Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 11(24), 203-219, 2018

Altın, Kader: "Şamanizmin Anadolu'ya Yansıması: Erzincan İl Örneği", Düşünce Dünyasında Türkiz, Vi/34, 123-140, 2015

Angerer, Thomas: "Einleitung", Ein Frühling Dem Kein Sommer Folgte: Französisch-Österreichische Kulturtransfer Seit, Wien: Böhlau Verlag, 11-23, 1999

Arat, Turgay: Kazan, İmran: "Geleneksel Reklamcılıktan Dijital Reklamcılığa Geçiş", Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 7(18), 448-464, 2019

Bal, F.: Taşdemir, M.: "Tarihî Kapalı Çarşılara Alışveriş Merkezleri Literatüründen Bir Bakış", İnsan Ve Toplum, 10(2), 1-34, 2020

Balay, Refik: "Küreselleşme, Bilgi Toplumu Ve Eğitim", Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt: 37, Sayı: 2, 61-82, 2004

Baun J. (2019) “Emerging Technology: Enhanced B-Mode Tissue Characterization. Journal Of Diagnostic Medical Sonography”, 35(2):162-166, 2019

Büker, Seçil “Metz'in Sinema Diline Yaklaşımı”, Kurgu, Cilt 4, Sayı 1, 1981, 141 - 161, 1981

Can, Selman: Tunç, Zeynep: “Ortaköy Camii Keşf-İ Evvel Defterleri”, Sayı: 37, 198 - 239, 2016

Celestini, Federico: “Um-Deutungen Transfer Als Kontextwechsel Mehrfach Kodierbarer Kultureller Elemente”, Verrückte Kulturen: Zur Dynamik Kultureller Transfers, Ss.37-51, 2003

Ceran, Yaylagül: “Şehirlerin Markalaştırılması Ve Markanin Yönetimi”, Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi , 5 (1) , S.537-547, 2013

Cunico, Sonia: “Teaching Language, Culture, And Intercultural Competence Through Drama: Some Suggestions For A Neglected Resource” Language Learning Journal, 31: 21-29.
(July 2005)

Çelikbaş Öz, Eda: "Tılsımlı Gömlekler Ve Kam Kıyafetleri Bağıntısı", Sanat Ve Tasarım Dergisi , (25) , 237-248, 2020

Çolak, Azra:
Güngör, Arif, C: "Popüler Kültür Bağlamında Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Yeri Ve Önemi: "İstanbul Muhafızları" İncelemesi". İdil Sanat Ve Dil Dergisi, 9(59), S. 931-939, 2019

Dağli, Özgül:
Akboz Uluç, T.: "E-Ticaret Markalarının Kişilik Özellikleri: Tüketici Değerlendirmelerine İlişkin Bir Alan Araştırması", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 10(1), 59-85, 2022

Deniz, Taşkın:
Savaşkan, Yağmur: "Taşınmaz Kültür Varlıkları Kapsaminda Ayasofya Müzesi'nin İstanbul Kültür Turizmine Katkisi. Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(2), 92-103, 2018

Dittmar, Jeremiah E.: "Information Technology And Economic Change: The Impact Of The Printing Press", The Quarterly Journal Of Economics, 126(3), 1133–1172, 2011

Dönmez, Banu M.:
Doğan, Emrah: "İnönü Üniversitesi Kültür Ve Sanat Dergisi", İnönü University Journal Of Culture And Art Cilt/Vol. 2 Sayı/No. 1 (2016): 45-75

Dönmez, Enes: Kırık, Ali Murat: "Yeni Medya İle Değişen Televizyon Yayıncılığında İçerik Üretimi: Küresel Ve Yerel Ölçekli Platformlar", Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi, 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu, Avrasya Uluslararası Araġtırmalar Dergisi Cilt: 7 Sayı: 18, Sayfa: 448 - 464 (Sempozyum Bildirisi), 2019,

Duman, Hasan: "Başlangıcından Karınca'ya Kadar Türk Basın Tarihine Bir Bakış", Türk Kütüphaneciliği, Ix (1), 21-35, 1995

Duran, Kübra N.: Yeniceler, İrem: "Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı", Yeni Medya Elektronik Dergisi, 3(3), 200-212, 2019

Durmuş, İlhami: "Bilge Kağan Köl Tigin Ve Bilge Tonyukuk", Genişletilmiş 3.Baskı, Akçağ Yayınları, Ankara, 2017

Dursun, Davut: "Küreselleşme Ve Toplumun Aşamasında Bilginin Artan Önemi", Yeni Türkiye, 21. Yüzyıl Özel Sayısı I, Sayı: 19, 1998

Eldeniz, Levent: Kırık, Ali Murat: "Televizyon Ve Yeni Medya Yakınsaması: Iptv", Marmara İletişim Dergisi, C. 17, Sy. 17, Ss. 255-64, 2010

Erdoğan, İrfan: "Gerbner'in Ekme Tezi Ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme", S.5-6, 1998

Ergin, İsmet: "Türkiye'de Radyo Ve Televizyon Yayıncılığının Gelişim Süreci Sorunları Ve Çözüm Önerileri", Broadcasterinfo: Aylık Televizyon, Radyo, Sinema Teknolojileri Dergisi, Sayı:32, S. 90, 2006

Erkızan, Nur H: "Küreselleşmenin Tarihsel Ve Düşünsel Temelleri Üzerine", Doğu Batı, Sayı: 18, S.61-75, Ankara, 2002

Eroğlu, Nazmi: "Küreselleşmenin İki Yüzü", Köprü Dergisi, Sayı:77, 2002

Erol, Nilüfer: "Küreselleşme Sürecinde Örgütleri Yeniden Düşünmek", Gazi Akademik Bakış, 4(7), 2010

Eser, Seçkin: "Ayasofya Ve Topkapı Sarayı Müzesi Bilişsel Ve Duygusal Müze İmajı Algısı: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma", Alanya Akademik Bakış, S. 1083-1099, 2020

Esmer, Mine: "Zeyrek Camii Hünkâr Kasrı Ve Mahfili". Restorasyon Ve Konservasyon Çalışmaları Dergisi, Sy. 12, Ss. 44-54, 2014

Fang, Tony: "From 'onion' To 'ocean': Paradox And Change In National Cultures." International Studies Of Management & Organization, Vol. 35, No. 4, Ss. 71–90, 2005

Fang, Tony: "Asian Management Research Needs More Self-Confidence: Reflection On Hofstede (2007) And Beyond", Asia Pacific Journal Of Management, 27(1), 155–170, 2010

Foglio, A., Stanevicius, V. 2007. "Scenario Of Glocal Marketing As An Answer To The Globalization And Localization: Action On Glocal Market And Marketing Strategy", Vadyba/Management, Vol.3-4, No:16-17: 40-55, 2007

Gautier, Paul: "Le Typikon du Christ Saveur Pantokrator", REB, 32, s. 5-143, 1974

Göçer, Ali. "Dil Kültür İlişkisi Ve Etkileşimi Üzerine"," Türk Dili Dil Ve Edebiyat Dergisi, Pp.50-57, 2012

Gökdere, Ahmet: "Küreselleşmeye Genel Bir Bakış", Avrupa Çalışmaları Dergisi, 71-101, Ankara, 2001

Göker, Göksel: "İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme", International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic, 10(2), 389-410, 2015

Görcelioğlu, Ertuğrul: "Belgrad Ormanındaki Tarihi Bentler". İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Ss. 42-59, 1985

Güçhan, Güçhan: "Sinema-Toplum İlişkileri", Kurgu, 12(2), 49-69, 1993

Gültekin, Mehmet:
Çubukçu, Zühal: "İlköğretimde Öğrencilere Kazandırılması Gereken Sosyal Beceriler". Bilig, Sy. 37, Ss. 155-74, 2006

Gündüz, Fikriye: "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Otantik Malzeme: Araba Arkası Yazıları", Uluslararası Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Dergisi, 3(2), 187-205, 2020

Günergün, Feza:
Kadıoğlu, Sevtap: "İstanbul Üniversitesi'nin Yerleşim Tarihçesi Üzerine Notlar", Osmanlı Bilimi Araştırmaları, Cilt: 8, S. 1 S.135-163, 2006

Güngör, Harun: "Eski Türklerde Din Ve Düşünce", Türkler, C. Iii, S. 261- 282, 2002

Güney, Engin: Seylan: Ali: "Tekno-Kültür Bağlamında Yeni Medya Teknolojilerinin Çoklu-Disipliner Sanatsal Üretimlere Tesirleri", Uluslararası Disiplinlerarası Ve Kültürlerarası Sanat, 1(1), S. 94-104, 2016

Güz, Nükhet: Küçükerdoğan, Rengin: "Göstergeküreler, Reklam ve 'Öteki" Kavramı', Journal of İstanbul Kültür University, s.65-73, 2005

Hall, Stuart: "Yerel Ve Küresel: Küreselleşme Ve Etniklik", Mülkiye Dergisi. Hakan Tuncel (Çev.), 2014

Hands, Joss: "Culture Machine Introduction: Politics, Power And 'platformativity' "1, Vol 14, 2013

Hannerz, Ulf: "Çevre Kültür Senaryoları, Kültür Küreselleşme Ve Dünya-Sistemi", (Der. Anthony D. King; Çev. Ümit H. Yolsal, Gülcan Seçkin), Bilim Ve Sanat Yayınları, Ankara, 1998

Harker, Debra: "Regulating Online Advertising: The Benefit Of Qualitative Insights, Qualitative Market Research: An International Journal", 11, 295-315, 2008

Hofstede, Geert: "Culture's Consequences: International Differences In Work-Related Values" (Vol. 5). Sage, 1984

Hofstede, Geert; Neuijen, Bram; Ohayv, Denise D.; Sanders, Geert: "Measuring Organizational Cultures: A Qualitative And Quantitative Study Across Twenty Cases", 35, 286-314, 1990

Hofstede, Geert; Mccrae, Robert R.: "Personality And Culture Revisited: Linking Traits And Dimensions Of Culture", Cross-Cultural Research, 38(1), 52-88, 2004

Hofstede, Geert; Minkov, Michael: "Long-Versus Short-Term Orientation: New Perspectives", Asia Pacific Business Review, 16(4), 493–504, 2010

Hofstede, Geert; Garibaldi De Hilal; Malvezzi, Sigmar; Tanure, Betania; Vinken, Henk: "Comparing Regional Cultures Within A Country: Lessons From Brazil", Journal Of Cross-Cultural Psychology, 41(3), 336-352, 2010

Hofstede, Geert: "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model In Context", Online Readings In Psychology And Culture, 2(1), 1-25, 2011

Horzum, Barış M:
Yılmaz, Kürşad:
"Küreselleşme", Bilgi Teknolojileri Ve Üniversite Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt: 6 Sayı: 10, S.103-121, 2005

İmamoğlu, Tuncay:
"Mevlana Düşüncesindeki Zıtların Uyumunun Batı Düşüncesindeki Diyalektikle Karşılaştırılması", Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 1, 2014

Kahraman, Bayram:
"Toplumsal Yapının İşleyişinde Değerler Ve Değer Rölativizmi", Ekonomi Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (4), 1-12. 2015

Kalyoncu, Hülya:
"Resim Sanatına Yansıyan İstanbul Sokak Satıcılarının Osmanlı-Türk Sosyal Yaşamındaki Yeri Ve Önemi", Arts: Artuklu Sanat Ve Beşeri Bilimler Dergisi(6), 358-390, 2021

Kanal, Hümmet:
"II. Abdülhamid Devrinde İstanbul Medreselerindeki Öğrencilerin Cerr Faaliyetleri", Avrasya İncelemeleri Dergisi, S. 251-294, 2014

Kavi, Ahmet N.:
Akyol, Onur:
"Televizyonda Yayınlanan İnternet Seriyalleri Üzerine Bir İnceleme: Fi Örneği", Uluslararası

Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(1), 152-177, 2020

Kaya, Yaşar: Talas, Mustafa: "Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları", Türklük Bilimi Araştırmaları, S.22, S: 151-162, 2007

Kayadibi, Fahri: "Türk – İslam Düşünürlerinde Sevgi, Barış Ve Hoşgörü (Mevlana, Yunus Emre, Haci Bektaş Veli, Ahmet Yesevi Vs.) Dinlerin İnsanlığa Getirdiği Barış (Din Ve Barış)", İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2007

Kayalı, Serap: "Kültür Endüstrisi Ve Mevlana Kapitalizmi" Nosyon: Uluslararası Toplum Ve Kültür Çalışmaları Dergisi 6, 88-98, 2020

Kılıç Ramazan "Küreselleşme Ve Ulus-Devlet Vergi Politikaları", Demokrasi Platformu Dergisi, Cilt 4, S.15, S. 182-192 , 2008

Kinnier, R., J. Kernes, L. Dautheribes, T.M. "A Short List Of Universal Moral Values". Counseling And Values, 45(1): 4-17, 2000

Kiper, Nilgün: "Osmanlı İstanbul'unda Kentsel

Mekânın Değişim Süreci", Büyük İstanbul Tarihi Cilt 1, 428-455, 2015

Koca, Salim: "Türkler Ve İslâmiyet", Erdem, 8(22), 263-286, 1996

Kolaç, Emine. "Hacı Bektaş Veli, Mevlana Ve Yunus Felsefesiyle Türkçe Derslerinde Değerler Ve Hoşgörü Eğitimi", Türk Kültürü Ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 55, 193-208, 2010

Koyuncu, Emine: "Tv Yayıncılığı Alanındaki Dijital Tv Platformları Sosyal Paylaşım Ağlarını Neden Kullanırlar?", Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 315, Cilt 19 Sayı 1 (315-335), 2017

Kuban, Doğan: "Sinan'ın Dünya Mimarisindeki Yeri", Mimarbaşı Koca Sinan: Yaşadığı Çağ Ve Eserleri, 1 (1988): 581-624.

Kumru, Süleyman: Kasımoğlu, Murat: "İşletmelerde Dijital Dönüşümün Stratejik Yönetimi: Bir Alan Araştırması", Bilgi Ekonomisi Ve Yönetimi Dergisi, 17(2), 139-159, 2022

Kurt, Ünzile: "Küreselleşme Ve Ekonomik Kompleksite İlişkisi: Türkiye Örneği", Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(3), 2195-2202, 2018

Kuyucu, Mihalis: "Geleneksel Televizyon Mecrasinin Yaşadığı Dijital Dönüşüm Ve Bunun Mecraya Olan Etkileri", Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt 8 Sayı 3, S 272-291, 2021

Mahiroğullari, Adnan: "Küreselleşmenin Kültürel Değerler Üzerine Etkisi", Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 50, 1275–1288, 2005

Manning, Susan: "Introduction", Journal Of World Systems Research, Volume:5, Issue: 2, 1999

Maraşlı, Nezaket G.: "Türk Sinemasında Ulusal Ve Milli Sinemanın Yeri", Ed. Abdurrahman Şen, Türk Sinemasında Yerli Arayışlar, Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı, Ankara 105-117, 2010

Mardin, Şerif: "Fransız Devrimi'nin Osmanlı İmparatorluğu'na Etkisi", Emre Saral (Çev.), Türkiye Günlüğü, S.112, S.161-174, 2012

Maynard, Michael L.: "From Global To Local: How Gillette's Sensor Excel Accommodates To Japan", Keio Communication Review No:25, 2003

Mert, Rabia: "İslam Öncesi Türkler Ve Türklerin İslamlaşma Süreci [Pre-Islamic Turks And The Islamization Process Of The Turks]". Tokat İlmiyat Dergisi | Tokat Journal Of Ilmiyat 9/2, 655-678, 2021

Mustafaoğlu, Gökhan: "Maddi Kültür Çalışmaları Çerçevesinde Nesneler, Şeyler, Aktörler Ve Taşın Ötesini Görmek Üzerine Düşünceler", Anadolu Prehistorya Araştırmaları Dergisi 4, 2018

Oğuz, Esin S.: "Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı" Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 28(2), 2011

Okoko, Ilolighata T: "A Review On Radiowave Propagation Models For Very High Frequency And Ultra High Frequency Band", International Journal Of Engineering Science And Application
I. T. Okoko, Vol.6, No.4, 2022

Öğüt, Adem:
Kocabacak, Ayşe: "Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları", Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi(23), 145-170, 2008

Özdemir, Muharrem: Pınar, Nazmi: "Küreselleşme Ve Bilişim Ve İletişim Teknolojilerindeki Son Dönemdeki Gelişmeler", Uluslararası Sosyal Araştırmalar, 12(64), 818-.825, 2019

Özdemir, Hakan: "Ulus-Devlet Ve Ulusçuluğun Küreselleşmeyle Etkileşimi: Vazgeçilemeyen Ulus-Devlet, Yükselen Ulusçuluk", Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 14.1, 39-59, 2012

Özdemir, Nebi: "Kültür Ekonomisi Ve Endüstri Ile Kültür Mirası Yönetimi İlişkisi". Milli Folklor Dergisi. Yıl:21. Sayı:84. Ss:73-86, 2009

Özel, Hasan Alp: "Küreselleşme Sürecinde Ticari Ve Finansal Açıklığın Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği'', Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: X, Sayı: 19, S.23, 2012

Özel, Nilüfer: "Grafik Bir Sembol Olarak Anadolu Selçuklularında Çift Başlı Kartal", Turkish Online Journal Of Design Art And Communication, 8(3), 551-559, 2018

Öztürk, Lütfü "Dijital Uçurumun Küresel Boyutlari". Ege Academic Review, C. 2, Sy. 1, 2002, Ss. 1-10.

Polat, Sibel — "Kültürün Dinamik Öğeleri Olarak Sanat Ve Müzik", İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9(2), 1757-1771, 2020

Sağlam, Hasan S.: — "Galata Kulesi'nin Ceneviz Dönemine Yönelik Bir Yeniden Değerlendirme". Yıllık: Annual Of Istanbul Studies 2, 53-80, 2020

Sağlık, Coşkun
Çetin, Ensar — "Pavyon Kültürünün Aile İçi Sorunlara Etkisi", Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 38(2), 612-630, 2021

Sarıtaş, Adile:
Sormaz, Ümit: — "Mutfak Yöneticilerinin Yemek Fotoğrafçılığına İlgileri, Kullanma Durumları Ve Bilgi Düzeyleri: İstanbul Örneği", Turizm Ekonomi Ve İşletme Araştırmaları Dergisi, 5(1), 49-62, 2023

Sarıtaş, Süheyla: — "Dede Korkut Ve Aşık Garip Hikâyesinde Yer Alan Maddi Kültür Ürünleri", Turkish Studies, Sayı 7, Sayfa 89-95, 2008

Sarıtaş, Süheyla: — "Halkbiliminde Maddi Kültüre Teorik Ve Metodolojik Yaklaşımlar". Milli Folklor, C. 16, Sy. 122, 2019, Ss. 29-40.

Schwartz, Shalom H.: Wolfgang, Bilsky: "Toward A Universal Psychological Structure Of Human Values", Journal Of Personality And Social Psychology 53.3, 550, 1987

Siegel, Seymour N.: "Radio And Propaganda", Air L. Rev., 10, 127-145, 1939

Smith, Colin: William, Webster R.: "Is Interactive Digital Television The Future Of Egovernment Services? A Critical Assessment Of Uk Initiatives", Int.L Journal Of Public Administration,31(7), Pp. 771–796, 2008

Şahin, Şayan U: "Türk Kültüründe At Arabası (At Arabalarının Dili)", Bilig, Kış Sayı 32: 165-178, 2005

Şenyapılı, Önder: "Yığın Toplumu, Yığın Kültürü Ve Arabesk Müzik", Türkiye Yazarlar, Sayı: 42. S.4, 1980

Şimit, Kerem Oğuz: Rizelioğlu, Mehmet: Arslan, Turan: "Türkiye'nin İlk Yerli Tramvayı İpekböceği Hattı Üzerine Bir Analiz", Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, 2016

Talas, Mustafa: Kaya, Yaşar: "Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları", Türklük Bilimi Araştırmaları, 22(22), 149-162, 2007

Tarakçı, Yasin: "Beyazıt Yangın Kulesinin Geçirdiği İnşa Süreçleri Ve Gözetleme Katında Bulunan Duvar Resimleri", 2020

Taylan, Ahmet: "Çok Uluslu Fast-Food Restoranlarının 'Ramazan Menüleri' Örneğinde Küresel-Yerel Kültür Etkileşimi", Kültür Ve İletişim, 11 (1)(21), 73-110, 2008

Tekin, Oğuz: "Eskiçağdan Ortaçağa Kedi -Bir zamanlar Tanrıydılar-", Toplumsal Tarih, S. 123, s. 56-64, 2004

Tunca, Elif: "Sinemamızın Umutlu Tarihi", Türk Sinemamızda Yerli Arayışlar, Editör, Abdurrahman Şen, Tc Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, S.13-32, 2010

Turan, Mustafa: "Küreselleşme Ve Sağlık", Uludağ Üniversitesi Tıp
Yıldız, Hicran: Fakültesi Dergisi, 36 (1) 39-41, 2010

Uluç, Güliz: "Sosyal Medya Kültürü", Dumlupınar Üniversitesi
Yarcı, Ayşegül: Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 52, 2017

Uluğtekin Bulu,Gül: Çarşanli Teke, Dilara: "Maddi Kültür Ögelerinin Öğrenimi Açısından Bir Roman Çözümlemesi: İnce Memed", Ege Eğitim Dergisi 2: 504 - 526, (17), 2016

Ural, Suha: Edirne, Jülide: "Tarihi Haliç Zinciri Replika Çalışması Ve Kültürel Miras Kapsamında Değerlendirilmesi", Journal Of Social, Humanities And Administrative Sciences, 9(61):2377-2389, 2023

Üçer, Neda: Dağli, Nehir: Soyseven, Elif: "Kahraman Miti, Olgusu Ve Yolculuğu Üzerine Simgesel Bir İnceleme: Netflix "Hakan Muhafız". Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi, 3(1), 56-76, 2020

Yaman, Abdulsemet: "Küreselleşme Süreci Ve Küreselleşmenin Yerel Kültüre Etkisi", Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi(44), 422-436, 2019

Yaman, Hasan: "Sayısal Yayıncılığın Sayısal Olanaklar: Etkileşimli Televizyon Ve Iptv Uygulamaları", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:6, Sayı:3, Ss.243-256, 2017

Yetkin, Musa: Calayır, Yusuf: Sayın, Erkut: Karaton, Muhammed: "Nonlinear Seismic Behavior Of A Historical Dam For Different Soil Groups Sigma", 36(4):1009-22, 2018

Yıldırım, Erhan: "Televizyon Belgesel Filmleri Anlatı Yapısının İzler Kitle Beklentilerine Etkileri Ve Örnek Belgesel Film Çözümlemesi", Dördüncü Kuvvet. 2 (2). S. 134-149, 2019

Yıldırım, Ergün: "Nakşibendiliğin Sosyolojik Muhayyilesi", Akademik Platform İslami Araştırmalar Dergisi, 1(2), 5-12, 2017

Yıldız, Ayşe: "Bist 100 Endeksi İle Alternatif Yatırım Araçlarının İlişkisi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2), 39-56, 2014

Zavala, Aragón Alejandro: Angueira, Pablo: Montalban, Jon: Vargas-Rosales, César: "Radio Propagation In Terrestrial Broadcasting Television Systems: A Comprehensive Survey", Ieee Access, Vol. 9, Pp. 34789-34817, 2021

Radyo Dergisi, Sayı 1, 1941

Radyo Dergisi, Sayı 2, 1942

Radyo Dergisi, Sayı 27, 1944,

"125. Yıl Numune-I Terakki'den İstanbul Erkek Lisesi'ne…"10-11 Toplumsal Tarih 185, 125. Yıl, 2009

Tezler

Akcan, Sabri: "Televizyon Yayıncılığının Sosyal Tv Aracılığıyla Sosyal Medya Ile Etkileşimi", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2017.

Aksakal, Tuğba: "Yazılı Ve Elektronik Basında Haber Kalitesindeki Farklılıklar Ve Güvenilirlik Olgusu", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi İstanbul, 2016

Akyol, Onur: "İnternet Üzerinden Televizyon Yayıncılığı Ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006

Akyol, Onur: "Gelişen Televizyon Yayın Teknolojileri Ve Etkileşimli Yayıncılık Uygulamaları", İstanbul

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, 2012

Şahbaz Aydın, Selin: "Geçmişten Günümüze Kahvehaneler, Kahvehanelerin Sosyal Yaşamak Yer Ve Önem: Aydın Merkez Örnegi", Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007

Çerezcioğlu, Aykut Barış "Küreselleşme Bağlamında Extreme Metal Scene: İzmir Metal Atmosferi", Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Müzik Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2011

Demirel, Birgen E.: "Resimde Sembol", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2002

Demircan, Merve: "Dijital Kültürde Sinema İzleme Edimi: Netflix Örneği", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, 2021

Erkek, Rıfat: "Yeni Medya Teknolojilerinin Film Endüstrisine Etkileri: Netflix Örneği", İstanbul Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019

Gür, Ebru "Hofstede'nin Ulusal Kültür Boyutları Modeli Ve Ak Parti Seçim Beyannamelerinin Kültür Boyutları Modeli Bakimindan Analizi", Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara, 2017

Kahya, Elif: "Kültür Turizminde Çini Sanatinin Yeri", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2015

Kandemir, Özdenak Cansu: "Geleneksel Televizyondan Sayısal Yayıncılığa Dönüşüm Sürecinde Değişen Çocuk İzleyici", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, 2018

Kayğusuz İbrahim: "Küreselleşme Sürecinin Yerel Kültürler Üzerindeki Etkisi: Konya Örneği", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Sakarya, 2011

Kırık, Ali M: "Ip Televizyon Yayın Teknolojisi", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2010

Kırık, Ali M: "Yeni Medya Çağı Çerçevesinde Türkiye'de Televizyondan İnternete Dönüşüm Ve Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, 2013

Koca, Selçuk K.: "Türk Kültüründe Sembollerin Dili", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Sakarya, 2012

Koç, Sinem: "İstiklal Caddesi Ve Mekansal Dönüşüm: Han Yapıları", Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019

Okudan, Fatma G.: "Küreselde Yerel Tahayyül: Küyerelleşme Bağlamında Perdesiz Gitar", Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Müzik Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2019

Öneği, Merve: "Küreselleşme Sürecinde Uygulanan Küyerel Pazarlama Stratejilerinin Tüketiciler Tarafından Değerlendirilmesi Ve Küyerel Bir Ürün Örneği", Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2015

Öztürk, Abdülkadir: "Sosyal Kaygıya İlişkin Kendini Sunma Modeli", Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara, 2004

Sarıtaş, Mehmet Z: "Küreselleşmenin Siyasal Boyutu", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya, 2004

Şenel, Seda: "Sultanahmet Meydanı'nın Bitkisel Tasarımı Üzerine Araştırmalar", İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013

Şimşek, Fatih: "Kültür Aktarımı Kuramının Eleştirisi: Türkiye'nin Medenileşme Sürecinde Çevirinin Rolü", Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Üniversitesi, Doktora Tezi, Sakarya, 2016

Tanrıöver, Anıl A.: "Adana Kentsel Gelişiminin Uzaktan Algılama Ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanılarak Modellenmesi", Doktora Tezi, Ç.Ü. Peyzaj Mimarlığı A.D., 2011

Tonga, Mahir: Endüstri 4.0'a Genel Bir Bakiş: Sanayinin Geleceği.
Tonga, Melek Y.: G.Ü. İslahiye İibf Uluslararası E-Dergi, 6(6), 40-60, 2022

Tosun, Osman: "Küyerelleşme Bağlamında Bir Tutundurma Stratejisi Olarak Sosyal Ağ Kullanımı: Getir Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı
Pazarlama İletişimi Tezli Yüksek Lisans Programı, 2023

Uluoğlakçı, C., (2011), Medya Ekonomisinden İş Modeline: Yeni Yayıncılık Teknolojileri, Uzmanlık Tezi, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Ankara

Verhoef, Peter: "Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection And Research Agenda." Journal Of Business Research (2021): N. Pag.

Yıldız, Mithat: "Siber Suçlar Ve Kurum Güvenliği", Uzmanlık Tezi, Ulaştırma Denizcilik Ve Haberleşme Bakanlığı, Ankara, 2014

Yüncüoğlu, Betül: "Dijital Platformların Pazarlanmasında Sosyal Medya Stratejileri: Netflix Türkiye Örneği", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019

Çevrimiçi

"Aharlı Kağıt", 6 Nisan 2012, (Çevrimiçi), Http://Www.Ktsv.Com.Tr/Malzemebilgi/5-Aharli-Kagit-, (Erişim Tarihi: 8 Kasım 2020)

"Exxen'de Hangi Tip Üyelikler Var?" 25 Kasım 2023, (Çevrimiçi), Https://Yardim-Exxen.Ortusdesk.Com/Planlar-Ve-Ucretler/, (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2023)

"Küreselleşmenin Boyutları Ve Etkileri", 14 Aralık 2016, (Çevrimiçi), Https://Tasam.Org/Tr-Tr/Icerik/211/Kuresellesmenin_boyutlari_ve_etkileri, (Erişim Tarihi: 4 Kasım 2020)

"Nakkaş Kime Denir?", 4 Temmuz 2016, (Çevrimiçi), Https://Tezyinat.Com.Tr/Nakkas-Kime-Denir/, (Erişim Tarihi: 8 Kasım 2020)

"What is OTT Cloud Headend? Diagram Of OTT Cloud Headend & Working?", t.y., (Çevrimiçi), https://headendinfo.com/ott-cloud-headend/, (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

"What is OTT? OTT for TV", 19 Ekim 2019, (Çevrimiçi), https://3ssoft.vn/en/what-is-ott-ott-for-tv, (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Tdk Terim Sözlüğü, 10 Aralık 2012, (Çevrimiçi), Http://Www.Tdkterim.Gov.Tr/Bts/Arama/?Kategori=Verilst&Kelime=Uyarlamak+&Ayn=Tam, (Erişim Tarihi: 4 Nisan 2022)

Acuna, Kirsten: "Disney Changed A Minor Character In 'zootopia' For Foreign Audiences", 3 Nisan 2016, (Çevrimiçi) Https://Www.Businessinsider.Com/Zootopia-For-Foreign-Audiences-2016-4, (Erişim Tarihi: 01 Aralık 2020)

Akın, Nur: "EV", TDV İslâm Ansiklopedisi, t.y. (ÇEvrimiçi) https://islamansiklopedisi.org.tr/ev#2-tarihi-gelisimi, (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2023)

Derman, Uğur M.: "Hattat", 9 Ekim 2019, (Çevrimiçi), Https://Islamansiklopedisi.Org.Tr/Hattat, (Erişim Tarihi: 8 Kasım 2020)

Ersoy, Feyyaz H.: "Fiber Optik Teknolojisi", Antes Elektronik Sunum, Hazırlayan: Ayaz Sarı, 6 Eylül 2014, (Çevrimiçi), https://slideplayer.biz.tr/slide/1957993/ (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Hammersley, Ben: Television Industry, 12 Şubat 2004, (Çevrimiçi), https://www.theguardian.com/media/television, (Erişim Tarihi: 1 Haziran 2021)

Hızlan, Doğan. "Çaysız Sohbet Aysız Gökyüzüne Benzer" 30 Temmuz 2005, (Çevrimiçi), Https://Www.Hurriyet.Com.Tr/Caysiz-Sohbet-Aysiz-Gokyuzune-Benzer-338508, (Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2023)

Hooper, Mark: Over The Top Tv (Ott Tv) Delivery Platforms

Moyler, Andrew: Review. Paper, Bci. 2010.

Nicoll, Richard: Https://713.502757813.Xyz:58303/Over-The-Top-Tv/Ott-Tv-White-Paper/, (Erişim Tarihi: 19 Şubat 2023)

Karaalp H: "Kaligrafi Sanatı Nedir?", 30 Ağustos 2017, (Çevrimiçi), Https://Kaligrafist.Org/Kaligrafi-Sanati-Nedir/, (Erişim Tarihi: 8 Kasım 2020)

Kocasu, Nilay A.: "Büyük Ödül'ün Hikâyesi: Ebru Originals", 6 Aralık 2017, (Çevrimiçi), Https://Mediacat.Com/Buyuk-Odulun-Hikayesi-Ebru-Originals/ (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2020)

Kuzu, Lokman: Tv Yayın Teknolojileri Ve Türkiye, 2011, Http://Www.Emo.Org.Tr/Ekler/B81dbab3fac2b08_ek.Pdf, (Erişim Tarihi: 25 Ocak 2019).

Luiz, André: "IPTV: o que é? É crime? Como usar no Brasil?", 4 Ağustos 2021, (Çevrimiçi), https://slideplayer.biz.tr/slide/1957993/ (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Nzomo, Victor: "Kenya Supreme Court's Unanimous Decision on Intellectual Property Issues in Digital Migration

Case", 1 Ekim 2014, (Çevrimiçi), https://cipit.strathmore.edu/kenya-supreme-courts-unanimous-decision-on-intellectual-property-issues-in-digital-migration-case/ (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Özdiyar, Yunus E.: Hbo Max Reveals Official Release Date Launch On May 2020, 21 Nisan 2020, (Çevrimiçi), Https://Chaospin.Com/Hbo-Max-Reveals-Official-Release-Date-Launch-May-2020/, (Erişim Tarihi: 9 Haziran 2022)

Reifschneider, Dimitri: "HbbTV — All About Streams", 3 Mayıs 2020, (Çevrimiçi), https://3ssoft.vn/en/what-is-ott-ott-for-tv, (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Pettazzi Kineton, Angelo: "Highlighted HbbTV Apps", 22 Aralık 2014, (Çevrimiçi), https://www.hbbtv.org/overview/, (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Segan, Sascha: Amazon Echo Spot Review, 1 Temmuz 2019, (Çevrimiçi), Https://Www.Pcmag.Com/Reviews/Amazon-Echo-Spot (Erişim Tarihi: 22 Mart 2021)

Thompson, Anne: The Auteurs Is Now Mubi, 13 Mayıs 2010, (Çevrimiçi), Https://Www.Indiewire.Com/2010/05/The-Auteurs-Is-Now-Mubi-238706/ (Erişim Tarihi: 5 Haziran 2022)

Ulukan, Gözde: "1997'den Bugüne Netflix'in Tarihsel Gelişimindeki Önemli Noktalar", Webrazzi.Com, 7 Nisan 2019, (Çevrimiçi), Https://Webrazzi.Com/2018/05/07/1997den-Bugunenetflixin- Tarihsel-Gelisimindeki-Onemli-Noktalar/, (Erişim Tarihi: 22 Aralık 2022)

Yokoyama, Shohei: "What's HTTP Live Streaming", 25 Mayıs 2019, (Çevrimiçi), https://medium.com/@shoheiyokoyama/whats-http-live-streaming-8821d299ac04, (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2023)

Diğerleri

Britannica Encyclopedia, Encyclopedia Britannica Inc, 1997

"Dolmabahçe Sarayı'ndaki Sultan Ii. Abdülhamid'e Ait Tılsımlı Gömlek", Uluslararası İstanbul Tarihi Yarımada Sempozyumu, 2013

İslam Ansiklopedisi Cilt: 1 Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1988

İslam Ansiklopedisi Cilt: 16, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 1997

İslam Ansiklopedisi Cilt: 41, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara, 2012

Bottone, Steven: Lee, Daniel: 2 O'Sullivan, Michael: Spivack, Mark: "Failure prediction and diagnosis for satellite monitoring systems using Bayesian networks", Conference Paper, 1 - 7, 2008

Çakırcı, Emin, "Son Yüzyılda Dünya Ekonomisi Ve Türk Dünyası", Milli Kültürler Ve Küreselleşme, (Konya, 16-18 Ekim 1997) Tebliğler, Tartışmalar, Konya, 1998

Dural, Gülbin: "Elektromanyetik Dalgalar Ve İnsan Sağlığı", Odtü Bildiri, 2013

Kemal, Yaşar: "Yerelden Kültürden Evrensele", Cumhuriyet Gazetesi, S.16, 1992

Lewitt, Theodore: "The Globalization Of Markets", Harvard Business Review, 61 (3), May-June: 1-20, 1983

Olgun, Nilgün: "Süleymaniye Camii 2007-2010 Yılları Restorasyonuna Dair", Vakıf Restorasyon Yıllığı, 2011

Paçacı, Kaya Vd.: "Düzenleyici Kurumların Sayısal Yayıncılıkta Rolü", Bilgi Teknolojileri Ve İletişim Kurumu, Ankara, 2011

Sarıçiçek, Can Vd.: "E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu", Rekabet Kurumu, 60, 2022

Seylan, Ali:
Güney, Engin: ''Tekno-Kültür Bağlamında Yeni Medya Teknolojilerinin Çoklu-Disipliner Sanatsal Üretimlere Tesirleri'', Uluslararası Disiplinlerarası Ve Kültürlerarası Sanat Dergisi, İstanbul: S1. 94-104, 2016

Taş, Ruhi:
Onay, Sedat: Akademik Bilişim'14 - Xvi. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 5 - 7 Şubat 2014 Mersin Üniversitesi 373
(Hybrid Broadcast Broadband Television)

Yaveroğlu, Tolga: "Sayısal TV Yayıncılık", Deloitte Raporu, İstanbul, 2012

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler:	
Adı Soyadı:	Hasan ALKAN
Lise Öğrenimi:	Sekine Evren Anadolu Lisesi Sosyal Bilimler Bölümü
Lisans Öğrenimi:	İstanbul Üniversitesi, Radyo Televizyon ve Sinema
Yüksek Lisans Öğrenimi:	İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı
Doktora Öğrenimi:	İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı
Yabancı Dil:	İngilizce
Tezler:	Yüksek Lisans Tezi: Uyarlama Kavramı ve Oyun Uyarlamaları: Oyundan Sinemaya Uyarlama Örneği Olarak Resident Evil ve Silent Hill Lisans Tezi: Amerikan Korku Sinemasında Kurgusal Yapı Ve Uyarlamalar Işığında Seri Katil Filmleri
İş Deneyimi:	1000 Volt Post Prodüksiyon Netflix Data Sorumlusu Ocak 2018– (Devam Ediyor) 1000 Volt Post Prodüksiyon DCP Mastering Uzmanı Uzun Metraj/Reklam Temmuz 2015 – (Devam Ediyor)