

**DÜNYA SİSTEMLER TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL METALARIN
İKİ YÖNLÜ AKIŞI: TÜRKİYE’DEKİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME**

Korhan ATİK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran 2021

ÖZET

DÜNYA SİSTEMLER TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL METALARIN İKİ YÖNLÜ AKIŞI: TÜRKİYE'DEKİ KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Korhan ATİK

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2021

Danışman: Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ

Bu çalışmanın konusunu, Türkiye'deki kültür endüstrisinin Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde çözümlenmesi oluşturmaktadır. Çalışmada, Türkiye'deki kültürel metaların akışının ve sosyal medya kullanımının yarattığı artı değer sömürüsünün ortaya çıkarılması ve hangi kültürel metaların transferinin kültürel emperyalizme neden olduğunun bulunması amaçlanmıştır. Çalışmanın problemi, Türkiye'deki kültür endüstrisinin Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde hangi konumda olduğu ve bu konumun ne tür sonuçlar yarattığının sorgulanmasıdır. Bu anlamda, Türkiye'de üretilen ve tüketilen kültürel metalar değerlendirilmiş, ülkeler arasında kültürel metaların akışının olumsuz yönleri üzerinde durulmuştur. Çalışma nitel araştırma deseniyle inşa edilmiş ve doküman analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'deki film, müzik ve kitap endüstrilerinin dört yıllık, sosyal medya endüstrisinin ise üç yıllık zaman dilimi incelenmiştir. Böylece, Türkiye'deki kültür endüstrisinin, katma değeri yüksek olan sosyal medya ve film endüstrilerinin metalarında merkez ülkelere önemli ölçüde bağımlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, Türkiye'deki kültür endüstrisinin emeğin yoğun olarak kullanıldığı düşük sermaye gerektiren müzik ve kitap endüstrilerinin metalarında ise daha az bağımlı olduğu saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Dünya Sistemler Teorisi, Kültürel emperyalizm, Kültür endüstrisi, Türkiye'deki kültür endüstrisi.

ABSTRACT

Bidirectional Flow of Cultural Commodities within the Framework of the World System Theory: An Evaluation of the Cultural Industries in Turkey

Korhan ATİK

Department of Journalism

Anadolu University, Institute of Social Sciences, June 2021

Supervisor: Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ

This study's subject is to analyze the culture industry in Turkey within the frame of the World System Theory. The study aims to reveal the surplus value exploitation that had been created by the flow of the cultural commodities and use of social media in Turkey, and it aims to find out which cultural goods cause cultural imperialism. The study investigates the position of the culture industry in Turkey within the frame of the World Systems Theory and the results it generates. In this context, the cultural commodities produced and consumed in Turkey are evaluated, and the negative aspects of the flow of cultural commodities between countries are emphasized. A qualitative research design and document analysis technique are used in the study. The four-year period of the film, music and book industries, and the three-year time period of the social media industry in Turkey are examined. The study draws the conclusion that the culture industry in Turkey is highly dependent on the core countries when it comes to highly valued commodities of social media and film industries. On the other hand, it is determined that the culture industry in Turkey is less dependent on the core countries when it comes to commodities of the music and book industries those of which require less capital and more intensive labor.

Keywords: World System Theory, Cultural imperialism, Culture industry, Culture industry in Turkey.

ÖNSÖZ

Bu tezin sonlandırılması sürecinde çalışmanın başından itibaren sabırlı kişiliği, güler yüzü, akademik yönlendirmeleri ve emeği için danışman hocam Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ'a; savunma jürisindeki değerli katkıları için Prof. Dr. Bülend Aydın ERTEKİN ve Dr. Öğretim Üyesi Ozan YILDIRIM'a sonsuz teşekkür ederim.

Öğrencisi olmaktan gurur duyduğum Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ'a, yaşama farklı bir yaklaşımla bakmamı sağladığı ve tez sürecindeki yönlendirmeleri için ayrıca teşekkür ederim.

Son olarak, bu çalışmanın gerçekleştirilmesi sürecinde yardımlarını esirgemeyen başta ablam Ezgi ATİK ve ağabeyim Emre ATİK olmak üzere bütün aileme teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARINA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. DÜNYA SİSTEMLER TEORİSİ	7
1.1. Dünya Sistemler Teorisinin Öncülleri	7
1.1.1. Annales Ekolü ve Fernand Braudel	7
1.1.2. Bağımlılık kuramı: Andre Gunder Frank ve Samir Amin	13
1.2. Immanuel Wallerstein ve Dünya Sistemler Teorisi	17
1.2.1. Merkez, yarı-çevre ve çevre ilişkileri	20
1.2.2. Sömürü düzeninin temelleri ve jeokültür	23
1.2.3. Immanuel Wallerstein ve diğer teorisyenler	27
1.3. Dünya Sistemler Teorisi Çerçevesinde Osmanlı ve Türkiye	30
1.4. Dünya Sistemler Teorisine Yöneltilen Eleştiriler	34

İKİNCİ BÖLÜM

2. KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE KÜLTÜREL EMPERYALİZM	37
2.1. Kültür Endüstrisi	37
2.1.1. Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi kavramı	37
2.1.2. Adorno, Horkheimer ve Marcuse'nin yaklaşımları	46
2.2. Uluslararası Medyada Tekelleşme ve Kültürel Emperyalizm	50
2.2.1. Uluslararası medyada tekelleşmenin etkileri	51
2.2.2. Kültürel emperyalizm ve kültür endüstrisi	56

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DÜNYA SİSTEMLER TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DEKİ KÜLTÜREL METALARIN AKIŞININ ÇÖZÜMLENMESİ	62
3.1. Literatürdeki İlgili Çalışmaların Değerlendirilmesi	62
3.2. Çalışmanın Yöntemi	64
3.3. Çalışmanın Nitel Bulguları ve Yorumları	68
3.3.1. Film endüstrisi	69
3.3.2. Müzik endüstrisi	85
3.3.3. Kitap endüstrisi	93
3.3.4. Sosyal medya endüstrisi	101
SONUÇ	114
KAYNAKÇA	124
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1. Uluslararası medya alanında etkinlik gösteren şirketler.....	52
Tablo 3.1. Türkiye’de 2016 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	69
Tablo 3.2. Türkiye’de 2017 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	73
Tablo 3.3. Türkiye’de 2018 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	76
Tablo 3.4. Türkiye’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	79
Tablo 3.5. ABD’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	81
Tablo 3.6. Arjantin’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	82
Tablo 3.7. Bolivya’da 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film.....	83
Tablo 3.8. 2017 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	86
Tablo 3.9. 2017 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	87
Tablo 3.10. 2018 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	88
Tablo 3.11. 2018 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	88
Tablo 3.12. 2019 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	89
Tablo 3.13. 2019 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	90
Tablo 3.14. 2020 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	91
Tablo 3.15. 2020 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı.....	92

Tablo 3.16. 2019 ve 2018 yılı gelirlerine göre dünyanın en büyük kitap şirketleri.....	94
Tablo 3.17. 2016 yılında Türkiye’de üretilen kitaplar.....	95
Tablo 3.18. 2016 yılı Türkiye kitap perakende pazarı.....	95
Tablo 3.19. 2017 yılı Türkiye’de üretilen kitaplar.....	96
Tablo 3.20. 2017 yılı Türkiye kitap perakende pazarı.....	97
Tablo 3.21. 2018 yılı Türkiye’de üretilen kitaplar.....	98
Tablo 3.22. 2018 yılı Türkiye kitap perakende pazarı.....	98
Tablo 3.23. 2019 yılı Türkiye’de üretilen kitaplar.....	99
Tablo 3.24. 2019 yılı Türkiye kitap perakende pazarı.....	100
Tablo 3.25. Similarweb verilerine göre, Türkiye’de 2018 Yılında en çok ziyaret edilen on site	102
Tablo 3.26. Similarweb verilerine göre, Türkiye’de 2019 Yılında en çok ziyaret edilen on site	104
Tablo 3.27. Similarweb verilerine göre, Türkiye’de 2020 Yılında en çok ziyaret edilen on site	107
Tablo 3.28. Similarweb verilerine göre, ABD’de 2020 Yılında en çok ziyaret edilen on site.....	109
Tablo 3.29. Similarweb verilerine göre, Polanya’da 2020 Yılında en çok ziyaret edilen on site.....	110
Tablo 3.30. Similarweb verilerine göre, Kolombiya’da 2020 Yılında en çok ziyaret edilen on site.....	111

GİRİŞ

Bu çalışmanın konusunu, Türkiye’de tüketilen yerli ve yabancı kökenli kültürel metaların *Dünya Sistemler Teorisi* çerçevesinde nasıl bir akış içerisinde olduğunun incelenmesi oluşturmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada Türkiye’deki kültür endüstrisi ortamında yaygınlık kazanan kültürel metaların neden olduğu kültürel emperyalizmin yansımaları irdelenmiştir.

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler sayesinde ülkeler arasındaki sınırlar her geçen gün kaybolmaktadır. Sınırların yok olması, kültürel metaların serbestçe dolaşımına olanak sağlamıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerin kültür endüstrileri tek yönlü bir akış içerisinde, azgelişmiş ülkelerin kültürel yaşamını işgal etmektedir. Çevre olarak nitelendirilen ülkeler, merkez ülkelerin kültürel emperyalizm politikalarıyla karşılaşmaktadır. Aynı zamanda, büyük miktarlarda artı değer¹ çevre ülkelere transfer edilmektedir.

Merkez ve çevre kavramları, ülkelerin gelişmişlik düzeylerini tanımlamak amacıyla Bağımlılık kuramcıları tarafından kullanılmıştır. Bağımlılık kuramı Andre Gunder Frank, Samir Amin, Paul A. Baran ve Arghiri Emmanuel gibi düşünürlerin katkıları ile 1960’larda azgelişmiş ülkelerin penceresinden gelişmiş ülkelere bakan bir kuramdır. Kuram, Latin Amerika’daki ülkelerin Batı’ya olan bağımlılığı üzerinden analizlerini temellendirmiştir (Karaş, 2018, s. 249). Bağımlılık kuramcıları, Latin Amerika’nın azgelişmişliğinin nedenlerini sömürgeci Batı ülkelerinin onları tarih boyunca sömürmeleri ile ilişkilendirmişlerdir.

Bağımlılık kuramcıları, modernleşme kuramcılarının önerdikleri tezleri eleştirmişlerdir. Uzun yıllardır Latin Amerika’da bu tezlerin uygulandığını ancak, bir sonuç alınamadığına dikkat çekmişlerdir. Ülkeleri, merkez ve çevre olarak ikiye ayırmışlardır. Merkez ülkeler gelişmiş, teknolojik, katma değeri yüksek ürünlerin satışı ile tanımlanırken; çevre ülkeler ise hammadde ve yarı mamul üreten ülkeler olarak betimlenmektedir (Ersoy, 1991, s. 25). Ticaret sayesinde çevre ülkeler, hammadde ve

¹Artı değer, işçinin emeğinin burjuva sınıfı tarafından sömürülmesi sonucunda elde edilen ekonomik değerdir ve sermayeye dönüşmektedir. Bir başka deyişle, artı değer; ücretlendirilmemiş, karşılığı ödenmemiş emektir. Burjuva sınıfının temel gelir kaynağıdır ve kapitalist toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesini sağlamaktadır (Marx, 2011, s. 552).

yarı mamul ürünlerini ucuz bir fiyata satarken; merkez ülkelerden teknolojik ve değeri yüksek ürünler satın almaktadır. Bu durum ticaret hadlerinde büyük bir fark yaratmakta, aradaki gelişmişlik düzeyi merkez ülkeler lehine sürekli olarak açılmaktadır. Eşitsiz mübadele şartları yüzünden merkez ülkeler çevre ülkeleri sömürmeyi sürdürmektedir. Andre G under F rank, bu süreci “azgelişmişliğin gelişmesi” olarak tanımlamaktadır. Bağımlılık kuramcıları, çevre ülkelerin ancak, merkez ülkeler ile ticaretlerini ve ilişkilerini sınırladıklarında gelişebileceklerini, gümrük duvarları ile çevre ülkeler korunmadığı sürece bu sömürü düzeninin devam edeceğine dikkat çekmişlerdir (Karaömerlioğlu, 2001, s. 86-88).

Bağımlılık kuramı, Dünya Sistemler Teorisi için bir zemin hazırlamış, kuramın geliştirilmesini büyük ölçüde etkilemiştir. Dünya Sistemler Teorisi, Immanuel Wallerstein tarafından geliştirilmiş ve Marksist bütüncülüğün ön planda olduğu sistematik bir kuramdır. Wallerstein analiz nesnesi olarak tek bir devleti değil, tüm dünya-sistemini almıştır. Wallerstein, iki farklı çeşitte dünya-sistemi olduğunu belirtmiştir. Bunları, “dünya-imparatorluk” ve “dünya-ekonomi” olarak sınıflandırmıştır. Dünya-imparatorluk tek merkezi olan siyasal bir yapıyı vurgularken; dünya-ekonomi birçok merkezin olduğu belirli işbirliklerine sahip çok merkezli bir siyasal yapıyı işaret etmektedir. Wallerstein’a göre, içinde bulunduğumuz dünya-ekonominin temelleri kapitalizm ile birlikte 16. yüzyılda ortaya çıkmıştır (Eralp, 1996, s. 169).

Wallerstein, dünya -ekonominin içinde üç tip ülke barındırdığına dikkat çekmiştir. Bunları da merkez, yarı-çevre ve çevre olarak sınıflandırmıştır. Burjuvazinin işçi sınıfı üzerinden artı değer sömürsünü gerçekleştirdiği gibi merkez ülkeler de çevre ülkeler üzerinden artı değer sömürsünü gerçekleştirmektedir. Artı değer çevreden merkeze doğru tek yönlü bir şekilde transfer edilmektedir. Sermayeye sahip merkez ülkeler zenginleştikçe, çevre ülkeler yoksullaşmaktadır (Cizreli, 2015, s. 34).

Kapitalist dünya-ekonomi sisteminin en önemli aktörleri üç farklı kategoriye ayrılmış ülkelerdir. Merkez ülkeler gelişmiş endüstrileri, katma değerli malları ve teknolojileri üzerinden tanımlanmaktadır. Yarı-çevre ülkeler yeni endüstrileşen, çevre ülkelerden mamul ve hammadde ticareti yapsa da katma değeri merkez ülkeler kadar fazla olmayan, teknoloji ticaretine zorunlu metaların üretildiği ülkelerdir. Çevre ülkeler ise

tarım ürünleri üreten, endüstriyel mallarda dışa bağımlı ülkeleri işaret etmektedir (Yeniçırak, 2017, s. 167).

Dünya Sistemler Teorisi, Vladimir Ilyic Lenin'in tezinin aksine çevre ülkeleri, merkez ülkelerin ticaret fazlalarını aktardıkları yer olarak görmemektedir. Ülkeler arası sömürü ilişkisinin yaratılmasının nedeni, ucuz hammadde ticareti ile ortaya çıkan eşitsiz mübadele koşullarının az gelişmişliğin devamına yol açmasıdır (Altan, 2013, s. 41). Bağımlılık kuramının az gelişmişliğin gelişmesi dediği olgu, bu düzen sayesinde sürekli olarak kendisini yeniden üretmektedir. Çevre ülkeler, oluşan düzen yüzünden ekonomik olarak gelişmemektedir. Yarı-çevre ülkeler ise ne tam olarak endüstrileşmişler ne de bir tarım ülkesine dönüşmüşlerdir. Coğrafi keşiflerle başlayan sömürü düzeni sayesinde merkez ülkelerde biriken sermaye ise merkezi tarihsel süreçte daha güçlü kılmıştır (Elmas, 2010, s. 138).

Wallerstein, merkeze özgü metaların zaman içerisinde değişim geçirdiğine dikkat çekmiştir. 1800'lerde tekstil ürünleri en önemli meta iken, günümüzde dünyanın her köşesinde üretilebilmektedir (Wallerstein, 2011, s. 60). Üretilen metalar da zamanın ruhu ile birlikte değişim göstermektedir. 20. ve 21. yüzyıllarda ise merkez ülkelere özgü en önemli metalarından biri kültürel metalar olmuştur. Bu anlamda, merkez ülkeler büyük kültürel meta ihracatçılarına dönüşmüştür.

1980 sonrası neo-liberal politikalar ve tekelleşmenin etkisiyle merkez ülkelerde kültür endüstrileri büyük bir güç kazanmıştır. Belirli merkez ülkelerde yoğunlaşan kültür endüstrileri, gelişmiş ülkelerin çevre ülkelere kültürel emperyalizm uygulamasına neden olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve benzeri gelişmiş ülkeler, bilişim sektöründeki avantajları ve belirli endüstrilerinin iç hacmindeki büyüklük sayesinde dünya kültürel ortamını yönlendirmektedir.

Yerellik, her geçen gün kültürel emperyalizm yüzünden yok olmaktadır. Kapitalizmin zaferinin kalıcılığı için sürekli propaganda gücü kültürel metalar üzerinden tüm dünyaya kabul ettirilmektedir. Kültürel metalar, yapısı gereği sadece üretim aşamasında yüksek bir maliyete neden olmakta; üretildikten sonra kolayca çoğaltılabilmektedir. Kültürel metaların bu yapısal özelliği artı değer sömürüsünü kolaylaştırmaktadır.

Merkez ülkelerin yarattığı sömürü düzeni kültürel metalar sayesinde gizlenmektedir. Yaklaşık beş yüzyıldır sömürülen halklar artık, doğrudan sömürgecilik faaliyetleri ile

değil, kültürel metalar üzerinden sömürülmektedir. Çevre ülkelerin hammaddelerine el konulması için askeri ya da siyasi atılımlar yerine kültürel atılımlara başvurulmaktadır. Merkez ülkeler, kültürel emperyalizm sayesinde çevre ülkeleri kapitalist sistemin içine çekmektedir. Yaratılan kültürel ortam, çevre ülkelerin kendi istekleriyle sömürü düzeninin bir parçası olmasını sağlamaktadır (Erdoğan, 2002b, s. 11).

Çevre ülkelerin yurttaşları, kültürel emperyalizmin etkisiyle merkez ülkelerin ürünlerine bağımlı hale gelmiştir denilebilir. Kültürel metaların hem kendilerinin bir değeri olması hem de reklam ve benzeri etkilerle yerel kültürleri kapitalizmin bir parçası haline getirmesi; sömürü ilişkilerini arttırmakta ve düzenin devamlılığı için garanti sağlamaktadır. Rızaya dayalı bu sömürü ilişkileri, insanların zihinlerini yönlendirdiği gibi ülke kaynaklarının yağmalanmasını meşru kılmaktadır.

ABD başta olmak üzere merkez ülkeler, küreselleşmenin etkisiyle tek yönlü bir akış içerisinde kültürel metaları kontrol etmektedir. ABD, yerel kültürleri içine alıp yozlaştırmakta, küreselleşme çerçevesinde tek bir kültürü dünyaya egemen kılmaya çalışmaktadır (Taylan ve Arklan, 2008, s. 88). Bu nedenle, kapitalizmin en büyük sorunlarından biri olan talep eksikliği tüm dünya da kültürel metalar sayesinde oluşturulmaktadır.

Özetle, birçok kültürel meta aracılığıyla çevre ülkelerden merkez ülkelere artı değer transferi gerçekleşmektedir. Eşitsiz ticaret haddi yaratmasının yanı sıra, kültürel metalar dolayısıyla sisteme rıza üretilmektedir. Hegemonya, yeni uluslararası ekonomi ve iletişim düzeninde güçle değil, rıza üzerinden sağlanmaktadır. Bu çalışmada, Dünya Sistemler Teorisi kuramsal yaklaşım olarak benimsenmiştir. Ayrıca, çalışmanın çözümleme bölümü Türkiye'deki kültür endüstrisi üzerinden gerçekleştirildiğinden, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kavramsallaştırmasına da vurgu yapılmıştır.

Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde Türkiye'deki kültür endüstrisinin hangi konumda olduğunun ve bu konumun ne tür sonuçlar yarattığının sorgulanması çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı ise, Türkiye'deki kültür endüstrisinin ürettiği *film*, *müzik* ve *kitap* gibi metaların akışları ile bu akışın sonuçlarının irdelenmesi ve Türkiye'deki sosyal medya kullanım alışkanlıklarının yarattığı artı değer transferinin değerlendirilmesidir. Bu temel amaç çerçevesinde, çalışmada yanıtları aranan araştırma soruları şunlardır:

(1) Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde, Türkiye'deki kültür endüstrisi dünyada hangi konumda bulunmaktadır?

(2) Türkiye, hangi kültürel metalar yüzünden ve ne şekilde kültürel emperyalizmin etkileriyle karşılaşmaktadır?

(3) Türkiye, hangi kültürel metalar sayesinde ve ne yönde kültürel emperyalizme yol açmaktadır?

Çalışma kapsamında, merkez ülkeler tarafından Türkiye'nin nasıl bir kültürel emperyalizmin etkisinde kaldığı incelenmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, Türkiye'deki kültür endüstrisinin zayıf ve güçlü taraflarının saptanması bu çalışmayı önemli kılmıştır. Dolayısıyla, kültürel emperyalizm kavramına farklı bir bakış açısının getirilmesi açısından da bu çalışma önemlidir. Neo-marksist bir kuram olan Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde Türkiye üzerine yapılmış tezler bulunmaktadır. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi taranmış; ancak, Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde kültürel metaların akışı üzerine yapılmış herhangi bir teze rastlanılmamıştır. Bu yüzden çalışma, Türkiye'deki kültür endüstrisini Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde tartışması açısından belli bir öneme sahiptir.

Çalışmanın çözümleme bölümünü, film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrilerindeki metaların sayısal dağılımlarının analizinin yapılması ve kültür endüstrilerinin Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde irdelenmesi oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini Türkiye'deki kültür endüstrisi oluşturmaktadır. Evreni temsilen film², müzik³, kitap⁴ ve sosyal medya⁵ endüstrileri seçilmiştir. Örneklem için bu endüstrilerin seçilmesinin nedeni, söz konusu endüstriler tarafından üretilen metaların Türkiye'de en yoğun olarak tüketilen kültürel metalar olmasıdır. Böylece, Türkiye'deki kültür endüstrisinin kapsamlı bir şekilde incelenmesi hedeflenmiştir.

²2019 yılında toplam 59 milyon 556 bin 20 seyirci film izlemek için sinema salonlarına gitmiştir. Bkz. <https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2019> (Erişim Tarihi: 15.03.2021).

³Spotify'nin 2020 verilerine göre, Türkiye'de en çok dinlenen 5 şarkı yaklaşık olarak 188 milyon 680 bin 95 kere dinlenmiştir. Bkz. <https://spotifycharts.com/regional/tr/weekly/latest> (Erişim Tarihi: 13.03.2021).

⁴2019 yılında Türkiye'de toplam 1 milyar 462 milyon dolarlık kitap satışı gerçekleştirilmiştir. Bkz. <https://turkyaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

⁵Türkiye'de 2020 yılında en çok ziyaret edilen 10 siteden 4'ü sosyal medya sitesidir (Digital 2020: Turkey, 2020).

Çalışma için seçilen endüstrilerin analizinde nitel çözümleme yöntemi benimsenmiştir. Bu anlamda, Türkiye’deki kültür endüstrisinin önemli parçaları olan film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrilerinin çözümlemesinde *doküman analizi yöntemi*nden⁶ yararlanılmıştır.

Çalışma, sadece film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrilerinin ürünlerinin çözümlemesi üzerine odaklanmıştır. Kültür endüstrisinin diğer metaları bir başka deyişle, haber, reklam, belgesel, magazin vb. kültürel metalar çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Bununla birlikte, çalışmada kullanıcı/izleyici/okuyucu odaklı bir yaklaşım izlenmemiştir. Bu bağlamda, çalışmada kültürel metalar, Frankfurt Okulu’nun kültür endüstrisi kavramsallaştırması çerçevesinde değerlendirilmiş ve Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde kültürel ürünlerin akışı incelenmiştir. Kaldı ki, kültürel metaların transferinin olumlu yönlerine değinilmemiştir.

Özetle, çalışma üç bölümden oluşmaktadır: *Birinci bölümde*, Dünya Sistemler Teorisi açıklanmış, kuramın ortaya çıkmasını etkileyen yaklaşımlar incelenmiştir. Bölümün sonunda, Türkiye’nin Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde hangi konumda yer aldığı tartışılmıştır.

İkinci bölümde, Frankfurt Okulu’nun kültür endüstrisi kavramsallaştırması ve uluslararası tekelleşmeye değinilmiştir. Ayrıca, kültürel emperyalizm kavramı tanımlanmıştır. Kültürel emperyalizmin nedenleri ve ne tür etkilere yol açtığı irdelenmiştir.

Üçüncü bölümde ise film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrileri ele alınmıştır. Sözü edilen kültür endüstrileri ayrı başlıklar altında incelenmiştir. Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde, Türkiye’deki bu endüstrilerin nasıl bir ticari hacim yarattıkları ortaya çıkarılmış; doküman analiziyle ulaşılan nicel veriler ta rihsel ve toplumsal bir çözümlemeyle değerlendirilerek yorumlanmıştır.

⁶Doküman analizi yöntemine, ayrıntılı şekilde “Çalışmanın Yöntemi” başlığı altında yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. DÜNYA SİSTEMLER TEORİSİ

Bu bölümde, ülkeler arasında kapitalist sistem tarafından yaratılan eşitsizliğin nedenlerini tarihsel faktörlerle ortaya koyan Dünya Sistemler Teorisine yer verilmiştir. Çalışmanın kuramsal arka planının anlaşılması için Dünya Sistemler Teorisi yaklaşımının *merkez, yarı-çevre, çevre, eşitsiz mübadele* ve *jeokültür* kavramları üzerine çözümlemeleri irdelenmiştir.

Kapitalizm sonsuz sermaye birikimi güdüsüyle hareket eden tarihsel ve toplumsal bir sistemdir. Sistem daha fazla sermaye elde etmek için sermaye yatırımlarının yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Amaç sermayenin sürekli olarak büyümesidir. Sermaye birikiminin yapılabilmesi ve kârın artırılması için özellikle dış ticaret merkezi öneme sahiptir (Elmas, 2010, s. 134). Azami kârın elde edilmesi için üretim süreçleri ticaretin kurallarına göre belirlenmiştir. Sınırsız sermaye birikimi kurallarıyla şekillenen sistem, ticaretin daha etkili olabilmesi için devletlerarası bir işbölümü ve hiyerarşi oluşmasını sağlamıştır. Ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyleri de uluslararası işbölümündeki konumlarına göre belirlenmektedir (Yarkın, 2008, s. 168-172).

Günümüz uluslararası sisteminde, ülkeler arasındaki ilişkilerin anlaşılması için Dünya Sistemler Teorisinin temel savlarının önemli olduğu düşünülmektedir. Kuram, ülkeler arasındaki ekonomik farklılıkların nasıl ortaya çıktığını açıklamakta ve ülkelerin gelişmişlik düzeylerini sorun etmektedir. Ülkelerin kültür endüstrileri de ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre şekillenmektedir. Bu düşünce, tezin temel dayanak noktasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla, tezin kuramsal arka planının anlaşılması için Dünya Sistemler Teorisi'ne ayrıntılı bir şekilde yer verilmesi uygun görülmüştür.

1.1. Dünya Sistemler Teorisinin Öncülleri

Bu alt başlık altında, Dünya Sistemler Teorisini etkileyen Annales Ekolü ve Bağımlılık kuramının temel tezleri açıklanmıştır.

1.1.1. Annales Ekolü ve Fernand Braudel

Batı medeniyetinde, Herodotos ve Thucydes ile başlayan tarihyazımı, Aydınlanma dönemine kadar siyasi tarih ve liderler üzerinden ilerleyen bir anlayış benimsemiştir. Bu

anlayış, Aydınlanma dönemi sonrası değişime uğramıştır. Kanunlar, ticaret ve ahlakı da içine alan toplumsal tarih anlayışı Aydınlanma dönemi sonrasında ön plana çıkmıştır. 18. yüzyılda Leopold von Ranke arşiv tarihçiliğini tarihyazımına eklemiş, 19. yüzyılda Edward Gibbon gibi tarihçiler yeni tarihyazımı tekniklerinin yerleşmesine katkı sağlamıştır. Eski tarih anlayışı yerine daha bütünlüklü, tarihin akışını etkileyen birçok faktörün de içinde olduğu bir tarihyazımı metodu gelişmeye başlamıştır. Karl Marx, Henry Hauser ve Gustav von Schmoller gibi düşünürler de tarihsel süreçlerin anlaşılması için toplumsal ve ekonomik faktörleri çözümlemiş, yeni tarihçilik anlayışının gelişimine katkı sağlamıştır (Akgün, 2015, s. 20). Annales Ekolü de sosyal tarih yazıcılığı anlayışıyla kurulmuş, günümüz tarihçiliğinin değişmesine önemli katkılar sunmuştur.

March Bloch ve Lucien Febvre'nin 1919 yılında yeni kurulan bir üniversite olan Strasbourg Üniversitesi'nde çalışmaya başlaması ekolün kurulması için büyük öneme sahiptir. Üniversite çatısı altında farklı disiplinlerden gelen akademisyenler bir arada çalışmalar yürütmekte, yeni fikirlerin gelişmesi için uygun bir ortam bulunmaktadır. Üniversite derslerine bazen iki akademisyen birlikte girmiş, haftalık düzenlenen toplantılarda her akademisyen kendi alanındaki yenilikleri paylaşmıştır. Bloch ve Febvre'nin bu akademik ortamda zamanla ilerleyen dostluğu, onları beraber çalışmalar yürütmek için harekete geçirmiştir (Özgören Kınılı, 2015, s. 505-506).

Annales Ekolü, Bloch ve Febvre'in 1929 yılında kurduğu *Annales d'histoire économique et sociale* dergisiyle ortaya çıkmıştır. Derginin yayın kurulu altı tarihçi, bir siyaset bilimci, bir sosyolog ve bir coğrafyacından oluşmaktadır. Dergi ilk sayılarında disiplinler arasındaki sınırları kaldırmanın gerektiğinin altını çizmiştir. Günümüzün anlaşılması için toplum bilimlerinin bir arada çalışma yürütmesinin önemine değinmiştir. Tarihyazımına yeni bir perspektif getirilmesinin zorunluluğuna vurgu yapmıştır (Işıksel, 2018, s. 611).

Bloch'un görüşleri, Annales Ekolü'nün temel ilkelerini özetler niteliktedir. Bloch, şimdiki zamanın anlaşılması için geçmişe gidilmesinin gerektiğini düşünmüştür. Tarihte sondan başa doğru gidildiği zaman, tarihi şekillendiren süreçlerin daha net bir şekilde anlaşılacağını vurgulamıştır. Tarihçinin anlaması gereken şeyin değişim olduğuna vurgu yapmıştır. Ancak, sadece bir alanda uzmanlaşmış tarihçinin gerçeği tam olarak kavramaktan uzak olacağını belirtmiştir (Bloch, 2013, s. 88-89). Bloch, tarihyazımında

disiplinlerarası bir metodolojiyi savunurken; sadece krallar ve kahramanların çevresinde dönen bir tarih anlayışına karşı çıkmıştır. Her türlü belgenin ve bulgunun tarihyazımı için kullanılmasının gerekliliğinin altını çizmiştir. Belgelerin ise rasyonel bir sorgulama sonrasında doğru kabul edilmesini, tarihçinin görevinin her zaman elindeki belgeyi sorgulamak olduğunu vurgulamıştır. Yanlış yazılmış biyografilerden bile dönemin yaşantısı hakkında bilgi edinilebileceğini düşünmüştür (Bloch, 2013, s. 104).

Annales Ekolü, pozitivist tarih anlayışını sorgulamış, tarihi olayları sadece anlatmak yerine anlamayı ve açıklamayı tarihçinin sorumluluğu olarak görmüştür. Bireyi tarihyazımının içine dahil ederek toplumsal yapıyı, coğrafyayı ve zihniyetleri incelemiştir. Ekol, liderler ve siyasi kişilik eksenli tarih yerine toplumsal değişimlerin öneminin ve diğer faktörlerin etkilerinin tarihi şekillendirdiğinin anlaşılmasını sağlamıştır (Yeğen, 2016, s. 26). Annales Ekolü'nün iktisat tarihine verdiği önem, özellikle Dünya Sistemler Teorisi ve Bağımlılık kuramının çözümlemelerini etkilemiştir. Ancak, Annales sadece ekonomiyi tarihyazımına eklememiş; sosyoloji, antropoloji, dilbilim ve coğrafya gibi disiplinleri de tarihyazımında kullanmıştır (Forster, 1978, s. 58-59).

Peter Burke'a göre, Annales Ekolü'nü üç döneme ayırmak mümkündür. Birinci dönem, 1920 ve 1945 yılları arasını kapsamaktadır. Bu dönemde, siyasi tarih ve olayların tarihinin ele alındığı anlayış yıkılmaya çalışılmış, ekol marjinal ve küçük boyutta bir hareket olarak algılanmıştır. İkinci dönem ise 1945 ve 1968 yılları arasını içine almaktadır. Bu dönemde hareket büyümüş, ekolün öncüsü Fernand Braudel olmuştur. Ekol tam anlamıyla bir okul gibi görülmeye başlanmış, kendi kavram ve metotlarını türetmiştir. "Yapı" ve "konjonktür" gibi önemli kavramlar türetilmiş, "dizisel tarih" metodu ön plana çıkarılmıştır. Üçüncü ve son evre ise 1968'te başlamış, tarihyazımında azınlık olan bu grup Fransa'daki ve dünyadaki tarih anlayışında egemen bir oluşum haline gelmiştir. Bu dönemde, sosyo-ekonomik tarih yerine sosyo-kültürel tarih önem kazanmaya başlamıştır. Ekolün bazı üyeleri de siyasi tarihe yönelmiştir (Burke, 2010, s. 25).

Braudel, Georges Duby, Jacques Le Goff ve Emmanuel Le Roy Ladurie gibi tarihçiler Annales Ekolü'nün tüm dünyada yayılmasını sağlamıştır (Alican, 2009, s. 163). Okul, Türkiye'de de birçok önemli tarihçiyi etkilemiştir. Fransız tarihçiliğinin etkisi ilk olarak Fuad Köprülü sayesinde Türkiye'de görülmeye başlamıştır. Köprülü, Ömer Lütfü

Barkan, Mustafa Akdağ, Halil İnalçık gibi isimler özellikle Annales'in sosyo-ekonomik yaklaşımından ve tarihsel olguların uzun erimli olarak gerçekleştiği görüşlerinden etkilenmiştir (Ayan, 2011, s. 88-89).

Köprülü, Annales Ekolü temsilcileri gibi sorun odaklı bir yaklaşımla tarihe yaklaşıp olayları açıklamaya çalışmıştır. Sadece siyasi alana odaklanmamış, disiplinlerarası bir yaklaşımla tarihi bütünlüklü bir şekilde ele almıştır (Ayan, 2011, s. 90). Barkan'ın da Osmanlı İmparatorluğu'nun bürokrasisini ve devletin yapısını çözümlemek için kullandığı yöntemler Annales Ekolü'nün metodolojisinden etkilenmiştir (Koç, 2013, s. 182). Annales Ekolü'nden etkilenen bir diğer önemli tarihçi İnalçık'tır. İnalçık'a göre, Braudel'in *La Méditerranée* isimli eseri Akdeniz üzerine çalışan tarihçilere yeni bir perspektif kazandırmış; Akdeniz çevresindeki ülkelerdeki ekonomik, siyasal ve toplumsal değişimlerin daha iyi anlaşılmasını sağlamıştır. Annales Ekolü sayesinde Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz, Yugoslavya ve Türkiye gibi ülkelerin tarihçileri arasında ilişkiler ağı oluşturulmuştur. Ekolün yarattığı etkiyle, zengin arşivlerden ve farklı ülkelerden önemli tarihçilerin görüşlerinden yararlanmak daha kolay hale gelmiştir (İnalçık, 1978, s. 53-54).

Ekolün en önemli temsilcisi ve 20. yüzyılın en büyük tarihçilerinden biri Braudel'dir.⁷ Braudel aynı zamanda Wallerstein'i ve Dünya Sistemler Teorisini de en çok etkileyen isimdir. Wallerstein, *Modern Dünya Sistemi* eserinin ikinci cildini Braudel'e ithaf etmiştir. Braudel, çalışmalarında Annales Ekolü'nün analitik yaklaşımını izlemiş ve ekonominin sosyal yaşama etkileri üzerinde durmuştur. Ayrıca, şimdiki zamanın yapılarından yola çıkarak geçmişi analiz etmiş ve tarihi uzun süreçlerin inşa ettiğine dikkat çekmiştir.

Braudel, tarihsel zaman konusuna farklı bir yaklaşım getirmiştir. Tarihin üç farklı zaman akışı içerisinde ilerlediğini söylemiş; “coğrafi zaman”, “toplumsal zaman” ve “bireysel zaman” olarak üç farklı zaman akışı belirlemiştir (Burke, 2010, s. 79). Coğrafi

⁷Braudel, 1923 yılında Sorbonne Üniversitesinde tarih bölümünü bitirmiş, 1923-1932 yılları arasında Cezayir'de öğretmenlik yapmıştır. Bu dönemde Braudel Akdeniz tarihi üzerine yoğunlaşmış, doktora tezi için *Akdeniz ve 2.Felipe* isimli çalışmasını yazmaya başlamıştır. 2. Dünya Savaşı sırasında esir düşmüş, hapse atıldığı süre boyunca tarihsel değişimlerin üç farklı hızda ilerlediğine yönelik kavramını geliştirmiştir. 1947'de doktora tezini savunduktan sonra, 1949 yılında Collège de France'da hocası Febvre'nin yerini almıştır (Işıksel, 2018, s. 612).

zaman, değişimlerin en yavaş şekilde gerçekleştiği çevrimsel jeo-tarihi ifade etmektedir. Toplumsal zaman, coğrafi zamandan daha hızlı ancak yavaş bir tempoda ilerleyen, sosyal ve ekonomik yapılardaki değişimi, konjonktürü anlatmaktadır. Bireysel zaman ise siyasal yapılardaki gündelik, hızlı değişimi açıklamaktadır (Öğütler, 2013, s. 135-137).

Braudel, çalışmalarında tarih içerisinde devam eden uzun süreçleri incelemiştir. Tarihi tekil olayların değil, uzun erimli süreçlerin şekillendirdiğini belirtmiştir. Braudel'e göre, tarih içerisindeki teknik gelişmeler ve buna bağlı atılımlar bir evrim süreci sonunda gerçekleşmektedir. Sosyal yapının gerçekleşecek olan değişime uygun olması gerekmektedir. "İcat, gerçek hayatın içine katılmadan önce yıllar, hatta yüzyıllar boyunca beklemek zorundadır. Inventio (icad) yapılmakta, uygulaması (usurpatio) ise toplumun i stenen kabul düzeyine gelmesiyle çok sonra ortaya çıkmaktadır" (Braudel, 2004a, s. 305) . Braudel, Endüstri Devrimi üzerine yaptığı analizinde de aslında devrimin bir birikim sonucunda gerçekleştiğine işaret etmiştir. Braudel'e göre, 15. yüzyılda başlayan ön endüstri dönemi bir başka deyişle, sosyal değişiklikler, yeni icatlar, nüfus artışı, teknik ilerleme gibi birçok etken 18. yüzyılda Endüstri Devrimi'nin gerçekleşmesini sağlamıştır (Braudel, 2004a, s. 337). Braudel, kapitalizmin de uzun bir süreç sonunda ortaya çıktığına dikkat çekmiştir. Braudel'in Dünya Sistemler Teorisine en önemli katkısı ise kapitalizm üzerine yaptığı çözümlemeler olmuştur.

Braudel'e göre, 15. yüzyıl ekonomik sistemi için kapitalizm kelimesini kullanmak bir anakronizm örneğidir. Avrupa'da kapitalizm ancak 19. yüzyılda bildiğimiz anlamda ortaya çıkmıştır. Kapitalizm kelimesi ise ancak 20. yüzyılda bugünkü anlamını karşılar hale gelmiştir. Ancak, kapitalizmin nasıl yerleştiğinin analiz edilmesi ve nasıl ortaya çıktığının bulunması için uzun tarihsel sürece bakmak gerekmektedir (Braudel, 2004b, s. 207-209).

Braudel, tarihe değişimlerin egemen olduğunu ve kapitalizmin esneklik kabiliyeti sayesinde şartlara başarıyla uyum sağladığını ileri sürmüştür. Braudel ayrıca, sistemin toplumsal yaşamda birçok şeyi dayattığının da altını çizmiştir. Braudel'e göre, kapitalizm toplumun yapısını değiştirmekte ve toplum içerisinde etkin bir işbölümünün oluşmasını zorunlu hale getirmektedir. Siyasal düzeni de değiştiren kapitalizm, günümüzdeki uygarlığın bir gerçeğidir. Kapitalist sistem içerisindeki her birey bilinçli ya da bilinçsiz olarak sistemin değerlerini içselleştirmektedir. Sadece ekonomik

perspektiften bakmak toplumu anlamak için yeterli değildir. Braudel, toplumun aslında birçok bütünün parçaları olduğunu; ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal hiyerarşiye dayanan bütünlerin her birinin birbirini etkilediğini belirtmiştir (Braudel, 2014, s. 59-61). Bu anlamda, kapitalizmin tam olarak anlaşılabilmesi için de bu bütünlerin incelenmesi gerekmektedir.

Braudel'in kapitalizm hakkındaki düşünceleri Wallerstein ile paralellik göstermektedir. Braudel, kapitalizmin sömüren ve sömürülen üzerinden bir hiyerarşi ilişkisine dayandığını vurgulamıştır. Kapitalizmin gücünü arttırmak, sağlamlaştırmak için tefeciliğe, uzak ülkelerle ticarete, devlet kurumlarına ve özel mülkiyet haklarına ihtiyacı vardır. Avrupa'nın dünyanın geri kalanından önde olmasının nedenleri bu ilkelere uygun hareket etmesidir. Avrupa'da mülkiyet kutsal sayılmış, kuşaklar boyunca miras yoluyla aktarılabilmiştir. Devlet aynı zamanda tüccarlığı desteklemiş, ülke içerisinde güçlü sınıfların oluşmasına izin vermiştir. İslam dünyası, Çin ve Hindistan'da ise devlet tüm toprağa egemen olmaya çalışmış, kraliyet ailesinden başka ailelerin güçlenmesini engellemiş ve servet aktarımlarına engel olmuştur. Avrupa dışında hükümdarlarla birlikte egemen sınıflar değişmiş, herhangi bir ailenin iktidara egemen olacağı korkusuyla fazla güç kazanmasına izin verilmemiştir. Ticaretle uğraşan zengin aileler b ile kuşaklar boyunca devam etmemiş, siyasal iktidar tarafından güçlenmesine engeller konulmuştur. Bunun sonucunda, sömürü ile biriken sermaye Avrupa'da kuşaklar boyu aktarılıp kullanılırken; Avrupa dışında tarihsel süreç farklı şekilde ilerlemiştir (Braudel, 2014, s. 65-70).

Braudel, Bağımlılık ve Dünya Sistemi kuramcıları gibi dış ticaretten el de ed ilen sermayenin Avrupa'yı öne çıkardığını düşünmüştür. Avrupa'nın uluslararası ticarete hükmetmesi d ünyanın diğer uluslarına göre öne çıkmasını sağlamıştır. Avrupa tarafından oluşturulan düzen sayesinde sağlanan bu artı değer Avrupa'yı tarihsel süreçte güçlü hale getirmiştir. Braudel, 15.-18. yüzyıllar arasında Avrupa'nın iç piyasalarının işlem hacminin dış piyasalarından büyük olduğunu ancak, ekonomilerine di namizmi kazandıran finansal s ektörü ha rekete geçiren et kenin dış ticaret fazlası olduğunu belirtmiştir. Dış ticaret fazlası yüksek kârlar yaratmaktadır. İç pazar ticaretine göre riskler yüksektir ancak, kârlar da riske oranla fazla olmaktadır. Mesafe arttıkça kârlar da yükseliş göstermektedir. İç piyasada dönen sermaye yüksek miktarda olsa da kârlar çok

düşük kalmaktadır. Braudel'e göre Batı'nın günümüzdeki dünya hegemonyası, 15. yüzyılda temelleri atılan düzeninin sonucudur (Braudel, 2004b, s. 357-361).

Özetle, Wallerstein, Dünya Sistemler Teorisini oluştururken Annales Ekolü'nün metodolojisinden etkilenmiş; Fevbre, Ladurie, Roland E. Mousnier, Bloch ve Braudel gibi Annales Ekolü tarihçilerinin keşfettiği tarihi verileri çalışmalarında kullanmıştır (Wallerstein, 2016b). Özellikle Braudel'in ekonominin ön planda olduğu bir tarihyazımı metodunu izlemesi ve tarihsel uzun süreçlerin şimdiki zamana olan etkilerini irdelemesi Dünya Sistemler Teorisinin şekillenmesine katkı sağlamıştır.

1.1.2. Bağımlılık kuramı: Andre Gunder Frank ve Samir Amin

İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesi ve sömürgeciliğin çözülmesiyle, sömürge halindeki birçok ulus bağımsızlığını kazanmıştır. Batı'da birçok aydın, eskiden sömürge olan toplumların bağımsızlık sonrası Avrupa'ya benzer bir şekilde kalkınacağını düşünmüştür. Bu düşünceler sonucunda 1950'lerde ortaya çıkan modernleşme kuramı, geleneksel ve ilkel olarak nitelendirilen Batı dışı toplumların modern ve uygar olan toplumlara doğrusal bir biçimde evrileceğini iddia etmiştir (Coşkun, 2012, s. 296). Modernleşme kuramı, özgürleşen toplumlarda zamanla rasyonel bir bürokratik yapı oluşacağını, bireyselliğin ön plana çıkacağını öngörmüş, teknoloji değişimleri ve endüstriyel merkezlerin kurulmasıyla sömürgecilikten kurtulan ulusların Batı'ya benzer şekilde gelişeceğini ileri sürmüştür (Şallı, 2017, s. 61-62). Modernleşme kuramı birçok eleştiriye uğramış, kapsamlı ve sistematik ilk eleştiri Paul Baran'ın *Büyümenin Politik İktisadi* isimli eseriyle gerçekleşmiştir. Birleşmiş Milletler Latin Amerika Komisyonu (ECLA) da modernleşme kuramının tezlerine karşı çıkmış, Bağımlılık kuramı bu eleştirilerin sonucunda şekillenmiştir (Ersoy, 1991, s. 24-25).

ECLA komisyonu üyeleri Raul Prebisch, Hans Singer ve Celso Furtado gibi iktisatçılar Latin Amerika'daki azgelişmişliğin nedeninin ticaret hadlerindeki eşitsizlik olduğunu vurgulamışlardır. Hammadde ve tarım ürünleri ihraç eden Latin Amerika ülkelerinin, gelişmiş ülkelere endüstriyel ürünler ve teknolojik aletler almasının bu eşitsizliği sürdüreceğini düşünmüşlerdir. Eşitsiz mübadele sonucunda azgelişmiş ülkelerin asla gelişmiş ülkelerin refah seviyesine ulaşamayacağını öngörmüşlerdir (Çınar, 2018, s. 328).

ECLA'nın raporları sayesinde temellenen ve 1960'lı yıllarda ortaya çıkan, 1970'li yıllarda ise tam olarak şekillen Bağımlılık kuramı azgelişmişliğe eleştirel bir tutum sergilemiştir. Neo-marksist bir yaklaşım izleyen kuram Baran, Prebisch, Singer, Furtado, Samir Amin, Andre Gunder Frank, Arghiri Emmanuel, Jose Gabriel Palma, Enzo Falletto ve Wallerstein gibi isimlerin fikirleriyle şekillenmiştir. Kuram, Prebisch'in merkez-çevre ayrımını daha sistemli ve bütünlüklü bir şekilde irdelemiş, azgelişmişliğe hangi etkenlerin neden olduğunu saptamıştır (Tüylüoğlu, 2004, s. 260). Kuram, Latin Amerika ülkelerinde büyük bir etki yaratmış, sadece ekonomistlerle sosyal bilimcileri değil devrimci ve anti-emperyalist hareketleri de etkilemiştir. Kapitalist gelişmeciler kuramlara karşı çıkmış ve azgelişmişliğin sonlandırılması için farklı bir yol önermiştir (Angotti, 1981, s. 124-125).

Bağımlılık kuramı, ülkeleri merkez ve çevre olarak iki kategoride sınıflandırmıştır. Merkez gelişmiş endüstri, teknoloji ve katma değerli mallar üzerinden tanımlanırken; çevre hammadde ve tarım ürünleri ihraç eden ülkelerdir. Çevre düzenli olarak ticaret açığı vermekte, merkez ise ticaretten elde ettiği artı değer sayesinde konumunu sağlamlaştırmaktadır. Bu durum, çevre ülkelerin gelişmesini önlemekte; merkez ülkelerin ise her geçen gün daha fazla çevre ülkeleri sömürmesine neden olmaktadır. Bağımlılık kuramcıları, bir çevre ülkenin ancak merkez ülkeyle ticaretini sınırlandırdığında gelişebileceğini öne sürmüşler ve ithal ikameci politikaların izlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Karaş, 2018, s. 249-250).

Bağımlılık kuramcıları, ticaret hadlerindeki eşitsizliklere odaklanmışlardır. Merkez ülkeler ve çokuluslu şirketler sayesinde eşitsiz mübadele koşulları oluşturulmaktadır. Bu yolla, çevre ülkelerin gelirleri merkez ülkeler tarafından çalınmakta ve çevre ülkelerin zenginlikleri tek yönlü bir şekilde merkez ülkelere transfer edilmektedir. Dış ticaret açıkları, çevre ülkelerin kendi endüstrilerini geliştirmesini önleyerek ekonomilerinin büyümesine engel olmaktadır. Çevre ülkeler, ekonomik ve siyasi olarak merkez ülkelerin egemenliğine girmektedir. Ekonomik olarak güçsüz devletler, uluslararası ilişkilerde özerk bir politika yönetememektedirler (Smith, 1982, s. 7).

Frank'ın düşünceleri, Bağımlılık kuramının çözümlemelerini yansıtmaktadır. Frank, Bağımlılık kuramının ve Dünya Sistemler Teorisinin kurucularındandır.⁸ Frank, eserlerini İngilizce yazdığı için Bağımlılık kuramının Batı'da tanınmasını sağlamış ve modernleşme kuramlarının sadece Avrupa ve Kuzey Amerika modellerine uygun olarak geliştirildiğini öne sürmüştür. Merkez ülkelerin azgelişmişliği yaşamadığını, asla çevre ülkeler gibi sömürülmediğini vurgulamıştır. Farklı bir tarihsel süreçten geçen merkez ülkeler gelişmiş, aynı tarihsel süreci yaşamayan çevre ülkeler ise azgelişmiş olarak kalmaktadır. Frank'e göre, kurulan kapitalist sistem içerisinde yer alan ülkelerin hangi modelle yönetildiğinin bir önemi yoktur. Çünkü, dünya ekonomisinde rol alan her ülke kapitalist olmak zorundadır. Frank, eşitsiz mübadele yüzünden azgelişmişliğin kendini sürekli yeniden ürettiğine işaret etmiştir. Bu süreci ise "azgelişmişliğin gelişmesi" olarak tanımlamıştır (Karaömerlioğlu, 2001, s. 85-86).

Frank, kapitalist ekonomik sistemin uluslararası ticaret ağları sayesinde çevre ülkelerin dünya ticaretinden kopuk alanlarını sömürdüğünü belirtmiştir. Çevre ülke içerisindeki gelişmiş kentler, gelişmemiş kırsal bölgeleri sömürmektedir. Merkez ülkeler ise çevre ülkeleri sömürdüğü için dolaylı yoldan gelişmemiş kırsal bölgeler de sömürü düzenine eklemlenmektedir. Çevre ülkelerin burjuvazi sınıfı kendi ülkesinin işçi sınıfını sömürürken; araçlar dolayısıyla merkez ülkelerin burjuvazi sınıfı da çevre ülkelerin işçi sınıfını sömürmektedir. Bu zincirleme süreç, çevre ülkelerdeki sınıf çatışmasını şiddetlendirmekte ve çevre ülke halklarının yoksulluğunu arttırmaktadır (Vergin, 2012, s. 130).

Frank, günümüzde merkez-çevre ayrımını ve azgelişmişliği üreten mekanizmanın endüstri değil teknoloji olduğunu vurgulamıştır. Ağır endüstri tesislerinin çevre ülkelerde de bulunduğunu ve merkez ülkelerin asıl egemenlik aracının teknoloji olduğunu irdeleyen Frank; merkez-çevre arasındaki egemenlik ilişkilerinin ancak, merkez ülkeler bir bunalımın etkisindeyse zayıfladığının altını çizmiştir. Kaldı ki, ona göre, çevre ülkelerin gelişmesi için gerekli olan aktif içe dönük büyüme modelleri, merkez ülkelerle ilişkiler sınırlandırıldığında gerçekleşebilecektir (Vergin, 2012, s. 135-136).

⁸Frank, 1929 yılında Almanya Berlin'de doğmuştur. Ailesi, politik nedenlerden ötürü 1933 yılında İsviçre'ye sürgün edilmiştir. Frank ve ailesi, 1941 yılında ABD'ye yerleşmiştir. Frank, 1957 yılında Şikago Üniversitesi'nde ekonomi doktorasını tamamlamış, Brezilya, Meksika ve Şili'de çeşitli üniversitelerde görev yapmıştır. Güney Amerika'da yaşadığı dönemde Latin Amerika'nın geri kalmışlığı üzerine odaklanmıştır (Kay, 2011, s. 523-524).

Bir diğ er önemli Bağımlılık ve Dünya Sistemler teorisyeni Samir Amin'dir.⁹ Amin'in ilk çalışmaları Afrika üzerinedir. Ampirik m etodun ön planda olduğu Amin'in çözümlemeleri Senegal, Çad, Kongo, Mısır, Fildişi Sahili, Gana gibi ü lkelere odaklanmıştır. Ekonomik verilerin ön planda olduğu çalışmalarda, tarih ve siyaset gibi alanlar da yer almıştır. Amin, sömürgeciliğin Afrika ülkelerinde yarattığı etki ve bağımlılık ilişkilerini çalışmalarında merkeze çekmiştir. A min, Afrika'nın ekonomik gelişme modellerini ve kalkınma planlarını çözümlemiştir. Bu planların enflasyonist olduğunu ve sürdürülemeyeceğini ö ne sürmüştür. Amin, bazı Afrika ülkelerinin kısa vadede ekonomik büyüme gerçekleştirdiğini kabul etmekle birlikte, dış kaynaklı olan bu büyümelerin sürdürebilir olmadığını belirtmiştir. Amin'in çözümlemeleri doğru çıkmış ve kısa vadede kalkınan ülkeler uzun vadede kalkınmayı sürdürememiştir. Ekonomik durgunluk, mali bunalımlar ve siyasi sorunlar dışsal kaynaklı büyüyen Afrika ülkelerinin temel sorunları haline gelmiştir (Amin, 2018a, s. 12-22).

Amin, yazılarında Kuzey-Güney ayrımını ve bunun sonucunda oluşan sömürü düzenini eleştirmiştir. Amin, Kuzey ülkelerinin Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası örgütler ve büyük şirketler aracılığıyla birçok politikasını Güney ülkelere dayattığını vurgulamıştır. Amin'e göre e, K uzey ülkelerinin yaşadığı endüstrileşme süreçlerini gerçekleştiremeyen G üney ülkelerinde endüstriyel aletlerin eksikliği bütün ekonomik alanlara zarar vermektedir. Tarım alanında bile makineleşmesi zayıf olan Güney ülkelerinin milyonlarca köylüsü kapitalist şirketler tarafından işsiz ve mülksüz bırakılmaktadır (Amin, 2009, s. 92-93).

1970'li yıllarla birlikte, kapitalizm farklı bir yoğunlaşma dönemine girmiştir. Artık, önemli o lan, endüstri tekeline e linde bulundurmak değildir. Merkez, hâkimiyet iç in finans, teknoloji, kitle iletişim araçları ve doğal kaynakların tekeline e linde bulundurmaktadır. Bu dönemin başat aktörleri ise birbiriyle çatışan emperyal aktörler değil, işbirliği yürüten ABD, Japonya ve Avrupa'dır (Amin, 2018b, s. 471-472). Yeni oluşan düzendeki işbirliği sayesinde, kapitalist birikim he r ge çen gün ç evre ül keleri yoksullaştırmaktadır. İnsanlar mülksüzleştirilmiş, köylülerin toprakları ç alınmış ve çevre ü lke yurttaşlarının doğal kaynakları yağmalanmıştır. K uzey ve G üney ayrımı

⁹Amin, 1931 yılında Mısır'da doğmuş; ilkökul, ortaokul ve liseyi Mısır'da bulunan Fransız okullarında okumuştur. 17 yaşında komünist partiye üye olan Amin, liseyi Fransa'da tamamlamıştır. Üniversitede iktisat okuyan Amin kapitalizm, azgelişmişlik, emperyalizm ve kalkınma üzerine çalışmalar yürütmüştür (Başkaya, 2018, s. 463-465).

keskinleşmiş, Kuzeyin zengin tüketim toplumunun ihtiyaçları Güneyli halkların emekleriyle finanse edilmiştir (Amin, 2018b, s. 474-480).

Amin, merkez ülkelerdeki sosyal demokrat politikaların merkez ülkedeki işçi sınıfının devrimci potansiyelini yok ettiğini düşünmektedir. Avrupa işçi sınıfına sosyal demokrasi adı altında sosyal emperyalizm kabul ettirilmiştir. Kapitalist sistemin en derin çelişkileri merkezden çevreye aktarılmıştır. Amin, bu yüzden devrimin çevre ülkelerin yurttaşları tarafından tüm dünyaya yayılacağını düşünmektedir. Amin, azgelişmiş ülkeler için ithal ikame politikalarını önermemiş; sistemden tam bir kopuş sayesinde azgelişmişlikten kurtulunabileceğini savunmuştur. Bunun için de Amin'e göre, tek yol sosyalist devrimdir (Amin, 2018a, s. 60).

Bağımlılık kuramının azgelişmiş ülkeler üzerine çözümlemeleri, geri kalmışlığın nedenlerini tarihsel ve nicel verilerle açıklamaya çalışmıştır. Kuramın çözümlemeleri, Dünya Sistemler Teorisi'nin temellerine katkı sağlamış, Frank ve Amin gibi Bağımlılık kuramcıları da Dünya Sistemler Teorisi'nin kurucularından olmuştur.

1.2. Immanuel Wallerstein ve Dünya Sistemler Teorisi

Dünya Sistemler Teorisi; Annales Ekolü, Braudel'in çalışmaları ve Bağımlılık kuramından etkilenen Wallerstein tarafından geliştirilmiştir. Wallerstein, Braudel'in Akdeniz bölgesinde ekonomik çevreyi anlatmak için kullandığı dünya-sistemi kavramını alansal ve zamansal olarak genişletmiş, dünyanın işleyişini şekillendiren temelleri 500 sene önce atılmış, kapitalizmle beraber ilerleyen düzeni anlatmak için dünya-sistemi kavramını kullanmıştır (Demirezen, 2010, s. 31). Dünya Sistemler Teorisi de Bağımlılık kuramı gibi kalkınmacı tezler tepki olarak doğmuştur. Kalkınmacı tezler, gelişmekte olan ülkelerin geleneksel ve modern sektörlere sahip olacağı, zamanla geleneksel sektörlerdeki sermayenin modern sektörlere geçiş yapacağını ve ülkelerin ithal ikameci politikalarla gelişeceğini öngörmüştür. Dünya Sistemi teorisyenleri ise bu düalistik yapının var olmadığını, ülkeler arası sınırların önemini olmadığını ve bu sektörlerin dünya-sisteminin bir parçası olduğunu düşünmüşlerdir. Geleneksel ve modern sektörler dünya kapitalist sistemi içerisinde farklı işlevleri yerine getirmektedir. Bu yüzden düalistik yapı tezinin gerçekleşmesi mümkün değildir. Sistemin parçası olan sektörlerin tek amacı sistemin devamlılığını sağlamaktır (Aydoğuş vd., 2009, s. 16).

Wallerstein, dünyada tek bir sosyal sistem olduğunu düşünmektedir. Bu sisteme dünya-sistemi adını vermektedir. Ülkeleri incelemek yerine çözümleme nesnesi olarak sistemi ele almaktadır. Ülkelerin, dünya-sistemi içerisindeki birimler olduğunu söylemektedir. Wallerstein, tekil olarak ülkeleri incelemenin, dünyanın günümüzdeki halini anlamak için yeterli olamayacağını ileri sürmektedir. Tarihsel süreç içerisinde devletlerin konumlarını, durumlarını anlamak ve karşılaştırmak için devletler değil dünya-sistemi incelenmelidir. Ayrıca, çözümleme nesnesi olarak dünya-sisteminin örgütsel yapısının ele alınması gerekmektedir (Wallerstein, 2016a, s. 30-31).

Wallerstein’a göre, modern dünya-sistemi kapitalist bir dünya-sistemidir. Sistem sonsuz sermaye birikimi dürtüsü ile hareket etmektedir. Sistemin temelleri 16. yüzyılda Avrupa’da atılmıştır. Sistem ilk ortaya çıktığında, Amerika Kıtası’nın bazı bölümleri sistemin parçasıyken; Rusya ve Osmanlı ise sistem içerisinde olmamıştır. Sistem her geçen yüzyıl genişlemiş, son olarak Doğu Asya’yı da içine aldıktan sonra dünyanın tamamını kapsayan bir sistem haline gelmiştir. Bu kapitalist dünya-sistemi merkez, yarı-çevre ve çevre ülkelerin ilişkileri ile şekillen bir dünya ekonomisi ve devletlerarası bir sistem üzerine inşa edilmiş siyasal yapıdan oluşmaktadır. Sistem kendi içerisinde hegemonik döngüler ve finansal değişimlerin şekillendirdiği kondratieff¹⁰ dalgalarına izin verse de temel eşitsizlik ilişkileri sabit kalmaktadır (Wallerstein, 2000, s. 44-45).

Wallerstein, dünya-sisteminin iki alt birime ayrıldığını vurgulamıştır. “Dünya-ekonomi” ve “dünya-imparatorluk”, dünya-sistemi içerisinde tarih boyunca oluşmuş iki farklı yapı biçimidir. Dünya-imparatorluk tek bir merkezden yönetilen, sınırları içerisinde kontrol gücü zayıf politik yapıları ifade etmektedir. Dünya-ekonomi ise sermaye birikiminin ön planda olduğu, sınırları sürekli olarak değişen, ekonomik işbirlikleri ile örülmüş, siyasal olarak bir merkezi bulunmayan, birçok farklı siyasi yapının içinde bulunduğu çok merkezli bir yapıyı tanımlamaktadır. Modern dünya-ekonomi 500 yıllık bir tarihsel sürecin sonunda oluşmuştur. Günümüzde hüküm süren dünya-ekonomisinin tarihsel süreç boyunca dünya-imparatorluğa dönüşmemesinin nedeni kapitalizmdir. Kapitalizm, gelişmek için farklı merkezi siyasi yapılara ihtiyaç duymaktadır. Merkezi yapının

¹⁰Kondratieff dalgaları, dünya ekonomisindeki 50 ve 60 yıllık tekrar eden döngüleri ifade etmektedir. Ulusal ekonomilere değil, uluslararası üretim verilerine odaklanmaktadır. Kondratieff dalgalar, büyüme ve küçülme aşamalarına sahiptir. Büyüme döneminde ekonomik refah artarken, küçülme döneminde ekonomik gerileme gerçekleşmektedir. Her dalga ekonomik depresyonla son bulmaktadır. Bir sonraki döngü, yeni bir teknolojinin çıkmasıyla başlamaktadır (Aydoğan vd., 2009).

parçalı olması kapitalistlere hareket kabiliyeti sağlamakta, sermaye birikimi için en uygun ortamı yaratmaktadır. Modern dünya-sistemini oluşturan dünya-ekonomi, tarih boyunca kapitalist sistemin çıkarlarının zarar görmemesi ve verimliliğinin düşmemesi için dünya-imparatorluğa dönüşmesini engellemiştir (Wallerstein, 2016a, s. 464-465).

Dünya-sisteminin altı birimi olan dünya-imparatorluklar bu yük bürokratik kurumlara sahip, yazılı ve edebi olarak ortak bir dil kullanan, belirli bir dine üye insanların çoğunluk olduğu ve tek merkezden yönetilen politik yapılardır. Ming Hanedanlığı yönetimindeki Çin, Osmanlı ve Pers İmparatorluğu gibi ülkeler dünya-imparatorluğun örnekleridir. Avrupa ekonomik olarak güçlendikçe, dünya-imparatorlukları zorla dünya-ekonomisinin içine çekmiştir. Dünya-imparatorluklar, Avrupa merkezli dünya-ekonomi içine çekildikten sonra kültürel olarak aşağı görülmüş, siyasi ve ekonomik olarak sömürülmüştür (Wallerstein, 2007, s. 40-42).

Modern dünya-sistemi, 100 -150 yıllık hegemonik döngüler ve 50-60 yılda bir kondratieff döngüler yaratmaktadır. Kondratieff döngüler iktisadi olarak büyüme ve durgunluk çevrimlerini betimlemektedir. Hegemonik döngüler ise merkez ülkeler arasında en güçlü olan devletin sistem üzerinde belirli bir dönem hegemonya kurmasıdır. Hegemonik devletler merkez ülkelerle birlikte küresel düzenin siyasi ve ekonomik kurallarını belirlemektedir. Örneğin, Birleşik Eyaletler, Britanya ve ABD belirli dönemlerde küresel düzenin kurallarını belirlemiş, dönemlerinin askeri ve ekonomik olarak en güçlü devletleri olmuştur (Mencütek, Polat ve Durmuş, 2015, s. 7).

Dünya Sistemi teorisyenlerine göre, modern dünyadaki sistemin temelleri Avrupalılar tarafından 16. yüzyılda atılmış ve sistem, 19. yüzyılda tüm dünyayı içine almıştır. Dünya-ekonomisinin bir sonucu olan kapitalizm ilk olarak Avrupa’da ortaya çıkmış, Avrupa’nın zor kullanma kapasitesi sayesinde tüm dünyaya dayatılmıştır. Avrupalı güçler kendi ekonomik düzenlerini tüm dünyaya kabul ettirmiş, dünyanın geri kalanının iktisadi politikalarını da değiştirmiştir. Sömürgeci Avrupa güçleri, Peru’nun ve Meksika’nın gümüş madenlerini yağmalamış, Hindistan’ın tekstil endüstrisini yok etmiş, Güney Afrika’nın altın madenlerini sömürmüştür. Oluşan sömürü düzeni sayesinde dünya Avrupalı güçlere bağımlı hale gelmiştir (Worsley, 1980, s. 299).

Dünya-sisteminin amacı, üretim süreçleri ve ticaret yoluyla sınırsız sermaye birikimi oluşturmaktır. Sistem içerisindeki ülkelerin konumları uluslararası işbölümü sayesinde

oluşan eşitsiz ticaret koşullarıyla belirlenmektedir. Şirketler tarafından oluşturulan meta zincirleri, artı değeri çevre ülkelerden merkez ülkelere transfer etmektedir. Tarihsel kapitalizm, merkez ülkelerin yüzyıllarca sermaye birikimini arttırmasını sağlamıştır. Tarihsel süreçte ekonomik olarak güçlenmiş merkez devletler, gerektiğinde ekonomik gücün yansıması olan askeri ve siyasi güçlerini kullanarak uluslararası politikaları düzenlemekte ve dünyanın geri kalanını baskı altında tutmaktadır. Böylece, temelleri 16. yüzyılda atılan bu eşitsiz değiş tokuş sistemi, modern dünya-sisteminin yapısını şekillendirmiştir (Wallerstein, 2012, s. 29-31).

Dünya Sistemler Teorisi, modern dünyanın işleyişini şekillendiren sistemi çözümlemeye odaklanmıştır. Tarihsel süreçte ülkeler arasındaki ticari ilişkiler sistemin yapısını belirlemiş; sistemin en önemli aktörleri de merkez, yarı-çevre ve çevre ülkeler olmuştur.

1.2.1. Merkez, yarı-çevre ve çevre ilişkileri

Dünya-ekonominin en önemli aktörleri olan modern devletler, kapitalizmin tarihsel bir süreç boyunca evrilmesiyle oluşmuştur. Tarihsel kapitalizmin sonucunda modern devlet yapısı, kapitalizmin daha etkin bir şekilde işlemesi için günümüzdeki halini almıştır. Kapitalistlerin amaçları siyasal iktidarları etkilemiş, devletlerin politikaları sermayenin istekleri doğrultusunda şekillenmiştir (Kotan, 2016, s. 14).

Kapitalizm, etkinliğinin artması için merkezi yapılara gereksinim duymaktadır. Bunun bir sonucu olarak ulus devletler ortaya çıkmıştır. Ulus devletler kendi topraklarındaki mal, sermaye, işgücü ve üretimi düzenleyerek dünya-ekonomiyi etkileyebilmektedir. Bu sayede, sınırsız sermaye birikimi için uygun koşullar sağlanmaktadır. Uluslararası siyasi politikalar, sermayenin çıkarları doğrultusunda ulus devletlerin politikalarıyla belirlenmektedir. Uluslararası eşitsiz işbölümünün ve sistemin devamlılığı devletler tarafından sağlanmaktadır (Wallerstein, 2012, s. 43-46).

Dünya-ekonomi içerisindeki uluslararası işbölümü üç tip devlet arasındaki ilişkilerle şekillenmektedir. Wallerstein, Bağımlılık kuramından farklı olarak merkez ve çevre ülke sınıflandırmasına yarı-çevre kategorisini de eklemiştir. Sistem, ekonomik ilişkilerin en önemli parçası olan ticaret üzerinden şekillenmektedir. Eşitsiz mübadele şartlarıyla artı değer çevre ülkelerden merkez ülkelere transfer edilmektedir. Uluslararası işbölümü tarih boyunca sermayenin merkez ülkelerde birikmesini sağlamış,

yarı-çevre ve çevre ülkelerin ise gelişmesine engel olmuştur. Tarihsel süreç boyunca karmaşık ilişkilerle örülmüş uluslararası işbirliği, devletler arasında hiyerarşik bir işbölümünün oluşmasına neden olmuştur (Eralp, 1996, s. 170).

Sistem içerisindeki devletler uluslararası mübadele koşullarının onlara verdiği role göre hareket etmektedir. Ticaret sayesinde artı değer sürekli aktarıldığı bölgeler merkez ülkeleri oluştururken; çevre ülkeler kaynakları yağmalanan, ticaret hadlerinde eşitsizlikler olan ülkelerdir. Yarı-çevre ülkeler ise hem merkeze hem de çevreye özgü özelliklere sahip olan ülkelerdir (Kaya, 2018, s. 58). Devletler birbirlerine meta zincirleri ve bütünleşmiş üretim süreçleriyle bağlanmıştır. Kâr ve artı değerden fazla pay alan merkez bölgeler güçlü bir siyasi yapıya sahipken; merkeze bağımlı olan çevre ülkeler ise zayıf bir siyasi yapıya sahiptir. Hiyerarşik olarak düzenlenen uluslararası işbölümünün tepesinde konumlanan merkez ülkeler, çevre ülkelere belirli üretim süreçlerini ve eşitsiz değişim koşullarını dayatmaktadır (Yarkın, 2008, s. 172-173).

Çevre devletler, düşük endüstrileşme oranına sahip tarım ülkeleridir. Büyük insan kaynağına sahip bu ülkelerin işgücü unsurları düşük üretkenliklere sahip sektörlerde çalışmaktadır. Çevre ülkeler insan kaynağı olarak zengin olsa da teknolojik imkânlar ve sermaye yetersizliği çevre ülkelerin en büyük sorunudur. Merkez ülkelerin yüksek teknolojisine bağımlı olan çevre ülkeler, merkez ülkelerin oluşturduğu tekeller yüzünden bağımlı haldedir. Çevre ülkeler, zengin doğal kaynaklara ve rezervlere sahip olsa da merkez ülkeler tarafından oluşturulan tekeller sayesinde eşitsiz mübadele koşullarıyla kaynakları çalınmaktadır (Wallerstein, 2005, s. 25). Çevre ülkeler, sadece teknolojik ve endüstriyel ürün eksikleri yüzünden merkez ülkelere bağımlı değildir. Çevre ülkeler, altyapı ve modernizasyonu gerçekleştirmek için yeterli sermayeden de yoksundur. Finansal olarak güçlü merkez ülkeler borç ve rme yoluyla çevre ülkelerin bağımlılığını pekiştirmektedir. Ticaret hadlerinde eşitsizlik bulunan ülkeler, borçlandırma yoluyla sömürülmektedir (Üçer, 2019, s. 289).

Yarı-çevre olarak sınıflandırılan ülkeler, günümüzdeki azgelişmiş ya da gelişmekte olan devletler kategorisine girmektedir. Bu ülkeler genelde eskiden sömürge olmuş ülkelere göre daha iyi durumda olan endüstrileşmesini tamamlayamamış ülkelerdir. Yarı-çevre ülkeler merkez ülke olmak için sürekli bir mücadele halindedir. Ancak, merkez ülkeler konumlarının sağladığı avantajla yarı-çevre ülkeleri hem sınırlamakta hem de yapmak istemediği işleri onlara vererek özendirilmektedir (Oktik ve Kökalan, 2001, s. 131-132).

Yarı-çevre ülkeler hem merkeze hem de çevreye özgü üretim biçimlerinin karmasına sahiptir. Merkez ülke olmak isteyen yarı-çevre ülkeler yeterli siyasi güçle sahiplerdir ancak, merkez ülke haline gelecek üretim gücünden yoksundurlar (Yörük, 2007, s. 44). Yarı-çevre ülkelerin dünya-ekonomideki görevi dengeleyici unsur olmaktır. Ekonomik olarak yeterince güçlü olmayan bu devletler, siyasi güçleri sayesinde istemdeki dengenin sağlanmasına hizmet ederler. Ticaretten merkezin sağladığı ekonomik faydaları yarı-çevre ülkeler kazanamazlar. Hem sömüren hem de sömürülen durumda olan bu ülkeler dünya-ekonomi içerisinde ara mal üreticisi konumundadır (Aktoprak, 2004, s. 40).

Merkez devletler, tarihsel süreç boyunca sermaye birikiminin bir sonucu olarak kendi konumlarını kazanmıştır. Sermaye ve endüstri merkez ülkelerde yoğunlaşmıştır. 500 yıllık bir süreç boyunca eşitsiz mübadele yoluyla artı değer merkez ülkelere transfer edilmiştir. Merkez ülkeler kurdukları meta zincirleri sayesinde, çevre ülkeleri yeni pazarlar ve ucuz işgücü olarak kullanmaktadır. Hangi metanın nerede üretileceğine ve uluslararası işbölümünün nasıl şekilleneceğine merkez ülkeler karar vermektedir (Cizreli, 2015, s. 33). Merkez ülkeler, dünya-ekonominin sağladığı olanaklardan en fazla yararlanan ülkelerdir. Tarihsel süreç, merkezin güçlü bir siyasi yapıya, düzgün işleyen bir bürokrasiye ve modern ordulara sahip olmasını sağlamıştır (Aktoprak, 2004, s. 39).

Wallerstein'a göre, günümüzde merkez ülkeler beş tekeli elinde bulundurmaktadır. Birinci tekel, teknolojinin belirli alanlarında yoğunlaştırılmasıyla oluşan tekeldir. Bu teknolojik yatırımlar ancak, zengin ve güçlü bir devlet tarafından yapılan finansal harcamalarla karşılanabilmektedir. İkinci tekel, dünya pazarındaki mali akışları belirleyen kurumların tekeldir. Merkez ülkelerde yoğunlaşan uluslararası mali kuruluşlar, dünyadaki sermaye akışlarını ve finansal araçları kontrol etmektedir. Üçüncü tekel, dünya üzerindeki doğal kaynaklara erişim tekeldir. Tarihsel süreçte güçlenen merkez devletler istedikleri çevre ülkenin doğal kaynaklarını sömürebilmektedir. Dördüncü tekel, iletişim ve medya üzerindeki tekeldir. Bu sayede, dünya kültürel ortamı kontrol edilmekte ve sömürü düzeni gizlenmektedir. Son tekel ise kitle imha silahlarının tekeldir. Bu tekel, 1945 sonrası dünyanın iki kutuplu yapısı sayesinde sınırlandırılmıştır. Merkez devletler diplomatik güçlerini kullanarak diğer ülkelerin kitle imha silahlarına sahip olmasını engellemektedir. Söz konusu beş tekel, dünya-sistemini

hiç olmadığı kadar adaletsiz olmasını sağlamış ve çevre ülkeler endüstrileşse bile yeni bir hiyerarşi oluşmasını engellemiştir (Wallerstein, 2005, s. 32-34).

Tarihsel süreçte, ticaret sayesinde merkez ülkeler sürekli olarak sermaye birikimlerini arttırarak çevre ve yarı-çevre ülkeleri sömürmüştür. Küresel ticaret, sömürü düzeninin oluşmasına neden olmuştur. 16. yüzyılda temelleri atılan sömürü düzeninde belirli metalar ve yöntemler ön plana çıkmıştır. Ayrıca, Avrupa'nın oluşturduğu bu sömürü düzeni kendisine özgü bir ideoloji yaratmıştır.

1.2.2. Sömürü düzeninin temelleri ve jeokültür

Batılı devletlerin sömürüyü gerçekleştirirken kullandıkları en önemli araçlar şirketler olmuştur. Şirketler, meta zincirleri oluşturmuş ve uluslararası ticaret sayesinde merkezden çevreye artı değerini aktarılmasını sağlamıştır. Bu şirketlerin ilk örneklerinden biri İngiliz Doğu Hindistan Şirketi'dir. 16. yüzyılda Ümit Burnu'nun keşfiyle birlikte birçok Batılı ülke Hindistan ile olan ticareti kontrol etmek istemiştir. Bu amaçla, İngiliz tüccarlar 1599 yılında 30 bin 133 sterlin sermayeye sahip 101 hissesi bulunan bir şirket kurmuşlardır. Tüccarların himayesinde olan şirket, 31 Aralık 1600 yılında hükümetten onay almış ve İngiliz Doğu Hindistan Ticaret Şirketi ismiyle resmiyet kazanmıştır. Şirket, 15 yıllığına belirli imtiyazlara sahip olmuş, vergi muafiyeti ve 30 bin sterlinlik altın ve gümüş ihracı gibi ayrıcalıklar kazanmıştır. Şirket, elde ettiği imtiyazlarla Hindistan ticaretinde tekel olmayı amaçlamış ve diğer ülkelerin ticari organizasyonlarını saf dışı bırakmak için doğulu yöneticilerle iyi ilişkiler yürütmüştür (Erçin, 2017, s. 113-114). Şirket kumaş, kurşun, kılıç, bıçak, kalay ve civa gibi metalar ihraç etmiş; Hindistan'dan ipek, altın ve biber gibi metalar ithal etmiştir. Şirket, ticaret tekelinin bozulmaması için gerektiğinde başka şirketlerle de birleşmiştir. 1698'de Hindistan'a ticaret yapmak için kurulan bir başka İngiliz şirketiyle 1709 yılında birleşerek İngiltere'nin Hindistan ticaretinde baş aktör olmuştur (Büyüктаş, 2019, s. 280).

1707 yılında Babür İmparatorluğu'nun çökmesiyle başlayan süreçte, Hindistan'daki merkezi otorite bozulmuştur. Merkezi otoritenin çökmesinden yararlanan şirket, Hollanda ve Fransa gibi devletlerin Hindistan ticaretinden pay almaması için yerel otoritelerle sıkı ilişkiler kurmuştur. Bu dönemde, şirket ticari olarak güçlenirken; askeri gücünü de arttırarak kendi ordusuna sahip olmuştur. 1763 yılında Yedi Yıl Savaşları'nın

bitmesiyle Fransızlar Hindistan'daki bölgelerini kaybetmiş, şirket tüm Hindistan'a egemen olmuştur. 50 bin kişilik bir orduya sahip olan şirket, yaklaşık 150 milyon nüfusluk bir ülkeyi yönetmiştir (Erçin, 2017, s. 121-123).

Sömürü düzeninin temellerinin atılmasına katkı sağlayan bir diğer şirket Hollanda Doğu Hindistan Şirketi'dir. 1602 yılında Felemenkler tarafından kurulan şirket, ilk olarak Portekizlilerin elinde olan baharat ve ipek ticareti için mücadele etmiştir. Güney Afrika, Doğu Hint Adaları ve Asya'da birçok ticaret üssü kurmuş, büyük bir ticaret imparatorluğuna dönüşmüştür (Marriott, 2015, s. 99). Şirketin kurduğu sömürü istasyonları tüm dünyaya yayılmıştır. Ticaret ağları sayesinde Hollanda 17. yüzyılın en güçlü devletlerinden biri haline gelmiştir (Sander, 2003, s. 98). Endonezya'yı kontrol eden şirketin yönetiminde, 19. yüzyılda yaklaşık 60 milyon Endonezyalı yaşamıştır. Fransız Devrimiyle birlikte Birleşik Eyaletlerin Fransa tarafından işgali şirketin sonunun gelmesine yol açmıştır (Roberts, 2015, s. 519).

Batılı devletler ve şirketler ticaretten elde ettikleri kârı arttırmak için değişik yöntemler izlemişlerdir. 17. ve 18. yüzyıllarda üçgen ticaret mekanizması sayesinde sömürgeci devletler büyük sermaye birikimleri elde etmiştir. Üçgen ticarete, anavatandan çıkan mamul mallarla Afrika'dan köleler satın alınmış, satın alınan köleler Amerika Kıtası'ndaki sömürge mallarıyla takas edilmiş ve sömürgelerden alınan hammaddeler de anavatana üretim için gönderilmiştir. Bu sistem, üretim süreçlerinin ticaretle bağlanmasını sağlamış ve sermaye birikiminin başlıca kaynağı haline gelmiştir (Koç, 2019, s. 68-69). Üçgen ticaret, üretilen metalar için pazar ve hammadde sağlarken; aynı zamanda plantasyonlar için emek gücü Afrikalı kölelerden sağlanmıştır. Özellikle oluşturulan sistem İngiliz tüccarların Avrupa ticaretinde ön plana çıkmasını sağlamıştır (Kaymak, 2016, s. 76).

Sömürü düzeni içerisinde belirli metalar ön plana çıkmıştır. Amerika Kıtası'nın keşfiyle birlikte, Avrupalı güçler ilk olarak gümüş ve altın madenlerini yağmalamaya girişmişlerdir. Yeni kıtayı keşfeden İspanyol sömürgeciler, İnka ve Aztek imparatorluklarının gümüş ve altınlarını çalmışlardır. Resmi rakamlara göre, 1521 ve 1660 yılları arasında Amerika Kıtası'ndan İspanya'ya 18 bin ton gümüş ve 200 ton altın transfer edilmiştir. Amerika yerlilerinin madenlerinin yağmalanması, İspanya'nın uzunca bir süre ana gelir kaynağı olmuştur. Amerika Kıtası'ndan yağmalanan madenler tüm Avrupa'da ticaretin ve üretimin gelişmesini sağlamıştır (Beaud, 2010, s. 22-27).

Sömürü düzeni için emek gücü Afrika'dan sağlanmıştır. Köleler de düzen içerisinde önemli bir meta haline gelmiştir. Afrikalı köleler, silah ve barut karşılığında Avrupalılar tarafından satın alınmıştır. 16. yüzyılda köle ticareti rakamlarının 850 bin civarı olduğu tahmin edilmektedir. Portekizlilerin ön planda olduğu köle ticareti için insan kaynağı Angola ve Kongo gibi ülkelerden sağlanmıştır. 17. yüzyılda sadece Atlantik ötesi köle ticareti hacmi 1 milyon 350 bin dolaylarındadır. 18. yüzyıla gelindiğinde ise 6 milyon 700 bin insanın köle ticaretinde kullanıldığı düşünülmektedir (Acemoğlu ve Robinson, 2015, s. 249).

Değerli madenler ve köleliğin haricinde belirli tarım ürünleri sömürü düzeni içerisinde önemli işlevler görmüşlerdir. Portekiz, İngiltere, Fransa ve Hollanda sömürdükleri topraklarda şeker ve tütün plantasyonları kurmuşlardır (Harman, 2016, s. 249). Tütün, çay, kahve ve şeker Avrupalıların beslenme düzeninin bir parçası olurken; ticaret zincirlerinin de önemli bir parçası haline gelmiştir. Kumaş üretiminde ipeğin yerini pamuk almış, birçok sömürge pamuk plantasyonları kurulmuştur (Roberts, 2015, s. 404). Sömürgelerden yağmalanan tarım mallarının bollaşması ticari kapitalizm için uygun ortamı yaratmıştır. Tarım ve ticaretten sağlanan sermaye sayesinde Avrupalı devletler büyük bir sermaye birikimine ulaşmıştır (Beaud, 2010, s. 104).

Batı oluşturduğu bu sömürü düzenini dünyaya yaydığı *jeokültür* sayesinde meşrulaştırmıştır. Wallerstein (2003), jeokültür kavramını modern dünya-sisteminin kültürel ideolojisini tanımlamak için kullanmıştır. Wallerstein, bu kültürel ideolojinin 1789 yılında ortaya çıktığını, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetlerin 1989 yılında yıkılmasıyla modern dünya-sisteminin jeokültürünün çöküşünün de başladığını düşünmektedir (2003, s. 9). Wallerstein'a göre, Fransız Devrimiyle ortaya çıkan üç ideoloji kapitalizmin kültürel boyutunun oluşmasını sağlamıştır. Muhafazakârlık, liberalizm ve sosyalizm gibi ideolojilerin amaçları daha fazla üretim ve kalkınma üzerine kurulmuştur. Bu üç ideoloji birbirinin zıttı gibi gözükse de aynı amaçla hareket etmekte, kalkınmayı ön plana çıkarmakta ve liberal ekonomik politikalarla şekillenmektedir (Avcıoğlu, 2014, s. 104).

17. ve 18. yüzyılda doğa bilimlerinde yaşanan gelişmeler jeokültürün oluşumunu etkilemiştir. Isaac Newton'ın yerçekimsel kuramı, Francis Bacon'ın ampirizmi ve Rene Descartes'ın tümdengelimci yöntemi evrensel, kesin ve çürütülemez yasalar olduğu fikrini kuvvetlendirmiştir. Bu gelişmelerden beslenen Aydınlanma hareketinin öncüleri

aynı fikirlerin insan ilişkileri için de geçerli olduğunu düşünmüşlerdir. Bu düşünceye göre, insan akıl çağına adım atmalı ve toplumsal kurumları bu doğrultuda şekillendirmelidir (Lee ve Wallerstein, 2007, s.27).

Avrupa’da ilk olarak doğa bilimlerinde ortaya çıkan yasalar, sosyal bilimlere de uyarlanmıştır. Modernleşme adı altında Batı’nın hâkim kül türü tek medeniyet ve tek kültür olarak kabul edilmiştir. Dünya-ekonomi genişledikçe Batı’nın jeokültürü de yeni alanlara o nunla b irlikte yayılmaktadır. Dünya-sistemine eklemlenmeye karşı siyasi direnişler, kültürel yollarla kırılmaktadır. Modernleşme adı altında Batı’nın kültürü tüm dünyaya e mpoze e dilmektedir. Sistem bir y andan, modernleşmeyi batılılaşma ile özdeşleştirirken; diğ er y andan da, bilinçli id eolojik çatışmalar yaratmaktadır. Wallerstein’a (1993) göre inşa edilen kültür, karşıt ideolojileri bilinçli olarak çatışma içerisine sokmaktadır. Irkçılık, cinsiyetçilik, evrenselcilik, ulusçuluk, birlik ve çeşitlilik hepsi aslında ortak hareket eden çiftlerdir. Bu üretilen kültürel çatışmaların tek amacı da kapitalist dünya-ekonominin ideolojik devamlılığını sağlamaktır (Wallerstein, 1993, s. 218-222).

Tarihsel süreçte dünya-ekonomi genişledikçe, Avrupa kültürü de tüm dünyada egemen kültür haline getirilmiştir. Asya ve Afrika’nın modernleşmesi ne kadar batılılaştığı üzerinden ölçölmüş, antropoloji ve şarkiyatçılık da farklı kültürlerin Batı’dan aşağı olduğunu meşrulaştırmak için kullanılmıştır. Batı kültürü modernleşmeyle özdeşleştirilmiş, Doğu kültürleri donuk ve geri kalmış olarak nitelendirilmiştir. Uluslar arasında belirli bir hiyerarşi olduğu fikri kültürel ve bilimsel olarak kanıtlanmaya çalışılmıştır (Wallerstein, 1993, s. 230-231).

Avrupalı devletlerin oluşturdukları ticaret sisteminin temellerinin atılmasında pamuk, tütün, altın, gümüş ve köle gibi metalar önemli bir yer almıştır. Artı değ er, meta zincirleriyle Avrupa’ya transfer edilmiştir. Avrupa, hem tüm dünyayı sömürmüş hem de sömürünün ideolojik meşruiyetini oluşturduğu jeokültür sayesinde sağlamıştır. Bu anlamda, Wallerstein’ın yanı sıra Dünya Sistem Teorisi’ne katkı sunan diğ er düşünürlerin de yaklaşımlarının kısaca irdelenmesi yerinde olacaktır.

1.2.3. Immanuel Wallerstein ve diğer teorisyenler

Wallerstein¹¹, ke ndi dön eminde N oam Chomsky ve P ierre B ourdieu gi bi ö ne mli düşünürlerle birlikte kapitalist küreselleşme karşıtı hareketlerin ö nemli f ikir önderlerinden biri olarak görülmüştür. Marx ve Braudel'in düşüncelerinden etkilenen Wallerstein, ekonomi alanında Marx'ın kavramlarından, tarih alanında ise Braudel'in çözümlemelerinden yararlanmıştır. Ayrıca, Bağımlılık kuramının merkez ve çevre analizlerinden etkilenmiş ve küresel sistemin nasıl işlediğini açıklamaya çalışmıştır (Aydınalp, 2010, s. 29).

Wallerstein, Avrupamerkezci sosyal bilim anlayışına karşı çıkmıştır. Sosyal bilimler içerisindeki birbiriyle ilişkili olan bilim dallarının farklı bölümlere ayrılmasına karşı çıkmıştır. Wallerstein'a göre, Avrupamerkezci sosyal bilimler paradigması devleti incelemek için siyaset bilimi, ekonomiyi incelemek için iktisatı, sivil toplumu analiz etmek için sosyolojiyi sosyal bilimlerin parçaları haline getirmiş ve birbirinden ayıştırmıştır. Avrupa'nın dayattığı egemen paradigma, disiplinlerin arasında sınırların oluşturulmasına, toplumsal gerçekliklerin sadece bir bölümüne odaklanılmasına ve toplumsal değişimlerin göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bu sayede, Avrupa'nın yerleştirdiği hegemonik düzen meşrulaştırılmıştır (Güldalı, 2018, s. 235-236).

Wallerstein, ABD'nin dünya hegemonyasını ele geçirdiği dönemde alan çalışmalarının yaygınlaştığını vurgulamıştır. Wallerstein, antropoloji ve şarkiyatçılık gibi bilimlerin yalnızca Batı'nın kendi farklılığını vurgulamak ve üstünlüğünü kabul e ttirmek iç in gelişmemiş ülkelerin halkları için yaratıldığını belirtmiştir. Ancak, modern dünya-sisteminde gelişen ulusları anlamak için antropoloji ve şarkiyatçılığın yetersiz olduğu

¹¹Yahudi bir a ilenin çocuğu olan Wallerstein, 28 Eylül 1930'da New York'ta doğmuştur. Liseyi New York'ta ok uyan Wallerstein, lisans eğitimini Columbia Üniversitesi'nde sosyoloji alanında yapmıştır. 1951 yılında mezun olduktan sonra ilgisi Afrika'ya yönelmiş, sömürge karşıtı hareketlerin kongrelerine katılmıştır. Master tezinde ABD'de yükselen komünist karşıtlığı olan McCarthyism üzerine çalışmış, doktora t ezini i se G ana G old Co ast v e I vory Co ast'taki (Gana Altın Sahili ve Fildişi Sahili) ulusal hareketler üzerine yazmıştır. 1958-1971 yılları arasında sosyoloji alanında Columbia Ü niversitesi'nde dersler vermiştir. 1973 yılında ABD'deki Afrika Çalışmaları Birliği'nin başkanlığını yapmaya başlamıştır. 1974 yılında en önemli eserlerinden *Modern Dünya Sistemi'nin* birinci cildini yayımlamıştır (Kaya, 2007, s . 103 -105). 1976 yılında New York Eyalet Üniversitesi'nde çalışmaya başlamış, Binghamton'daki "Fernand Braudel İktisat, Tarihsel Sistemler ve Uygarlıklar Merkezi"nin başkanlığını yürütmüştür. 1999 yılında üniversiteden emekli olmuş, 2005 yılına kadar Fernand Braudel İktisat, Tarihsel Sistemler ve Uygarlıklar Merkezi'nin başkanlığını ve kurumun dergisinin editörlüğünü yürütmüştür (Kaya, 2018, s. 53).

anlaşılmış ve bu bilim dalları işlevlerini kaybetmiştir. Wallerstein, bölümlere ayrılmış sosyal bilimlerin yaklaşımına karşı çıkmıştır. Bütünlüklü bir çözümleme için sosyal bilimlerin birlikte hareket etmesi gerektiğini vurgulamıştır (Wallerstein, 2011, s. 30-33).

Wallerstein'a göre, modern sosyal bilimlerin üç temel öncülle hareket etmektedir. Birinci öncül, dünya üzerindeki her şeyin bilinebilir olduğu savıdır. İkinci öncül, sosyal olgulara ilişkin yasalar zaman ve mekân fark etmeksizin evrenselleştirilebilir. Üçüncü öncül ise dünya ancak bilim sayesinde bilinebilir. Bu öncüller, modern sosyal bilimlerin doğa bilimleriyle yaklaştırmıştır. Wallerstein bu görüşe karşı çıkmış; sosyal bilimlerde toplumsal olguların karakteristik yapılarının farklı olduğunu ve evrensel doğrulara ulaşamayacağını belirtmiştir (Hira, 2011, s. 182). Wallerstein, bu anlamda, egemen sosyal paradigmanın farklılıkları anlama ve çözümleme yerine düzenin meşrulaştırılmasına hizmet ettiğini ileri sürmüştür. Bu yüzden, Wallerstein, sosyal bilimlerde Avrupamerkezci paradigmanın yerine bölge araştırmalarının ön planda olduğu, tarih, kültür ve dilin incelenen coğrafya bağlamında ele alındığı bir metod izlenmelidir sonucuna ulaşmıştır (Hira, 2011, s. 187-188).

Dünya Sistemler Teorisi'ne önemli katkıları olan bilim insanlarından biri de Giovanni Arrighi'dir.¹² Arrighi, dünya tarihinde belirli dönemlerde hegemonik güçlerin oluştuğunu, bu devletlerin uluslararası sistemi ve ekonomik düzeni şekillendirdiğini vurgulamıştır. Hegemonik devletlerin siyasi, askeri ve ekonomik üstünlükleri sayesinde uluslararası sermaye birikimini ve ülkeler arası düzeni şekillendirmektedir. Arrighi, farklı ülkelerin liderliğindeki bu dönemleri sistemik birikim döngüleri olarak adlandırmaktadır. Hollanda 1600 ile 1700 yılları, Britanya 1700 ile 1900 yılları arasında ve 1900'lerden günümüze ise ABD sistemi üzerinde hegemonya kurmuş devletlerdir (Peker, 2010, s. 74).

Arrighi'ye göre, sistemik birikim döngüleriyle ticaret ve endüstri yoluyla kâr getirisinin sınırına ulaşan ülkeler finansallaşma yoluna gitmektedir (Gürel ve Yörük, 2018, s. 211-212). Sistemik birikim döngüleri, maddi genişlemeyle başlamakta ve finansal genişlemeyle son bulmaktadır. Maddi genişlemeyle başlayan sistemik birikim

¹²Arrighi, 1937 yılında İtalya'da doğmuştur. İktisat üzerine doktora yapan Arrighi, 1960 yılında doktora tezini bitirmiştir. 1963 yılında Afrika'ya gitmiş, Afrika'nın kalkınması üzerine çalışmalar yürütmüştür. 1979 yılında Binghamton'daki "Fernand Braudel İktisat, Tarihsel Sistemler ve Uygarlıklar Merkezi"nde çalışmaya başlamıştır. Wallerstein, Terrence K. Hopkins ve Beverly J. Silver gibi isimlerle birlikte eserler yazan Arrighi, 18 Haziran 2009 yılında hayatını kaybetmiştir (Ördek, 2009, s. 225).

döngülerinde meta kütlelerinin hareketleri önemli bir yer kaplarken; finansal genişleme döneminde ise para kütlesi meta biçiminden kendini koparmaktadır. Finansal genişleme döneminin baskın özelliği para sermayesinin hareketleriyle şekillenmektedir. Cenova, Hollanda, Britanya ve ABD sistemik döngüleri bu sürecin tarihteki örnekleridir (Gürel ve Yörük, 2018, s. 219).

Arrighi, Dünya Sistemler Teorisi'ne de eleştiriler yöneltmiştir. 1970 sonrası ekonomik değişimlerin; bağımlılık olgusunda, merkez, yarı-çevre ve çevre ülkelerin ilişki biçimlerinde değişiklikler yarattığını belirten Arrighi; merkezin endüstri, çevrenin tarım ve yarı-çevrenin de yarı endüstrileşmiş ülkeler olarak tanımlanmasına karşı çıkmıştır. Arrighi, emeğin ucuzlamasıyla birlikte merkez ülkelerin endüstrilerinin çevre ülkelere kaydığını, sadece eşitsiz mübadele ve ticaret yoluyla bağımlılık olgusunun açıklanamayacağı; sermaye bağımlılığı ve nüfus hareketlerinin de çözümlenmesinin gerekliliğini vurgulamıştır (Üçer, 2019, s. 298).

Bir diğer Dünya Sistemler Teorisi düşünürü Jason W. Moore'dur.¹³ Moore'un çalışmaları, kapitalizm ve ekoloji ilişkilerine odaklanmaktadır. Moore, kapitalizmin, emeğin etkinliğini ve sermaye birikimini arttırmak için doğayı sömürdüğünü ve değersizleştirdiğini vurgulamıştır. 15.-17. yüzyıllarda, kapitalizmin yükselişiyle birlikte insanlar ve onların doğayla olan ilişkileri büyük değişiklikler göstermiştir. İnsan doğa üzerinde egemenlik kurmaya ve onu yeniden düzenlemeye girişmiştir. Amerika Kıtası'nın keşfi ve kolonize edilmesiyle, kapitalist mantığın bir sonucu olarak orman katliamları yapılmış ve madenlerden daha ucuza üretim sağlamak için doğa katledilmiştir. Birçok icat ve teknolojik yenilik de aslında, doğal kaynaklardan daha az maliyetle yararlanmak için keşfedilmiştir. Kapitalizm, insanın doğayla olan ilişkisini şekillendirirken; insanın toplumsal yaşamı da doğa tarafından şekillendirilmiştir (Moore, 2016, s. 5-6).

Moore, Wallerstein ve Braudel'in Avrupa'da kapitalizmin gelişmesindeki sosyo-ekolojik faktörlerin etkili olduğu görüşüne katılmaktadır. Moore'a göre, şeker plantasyonları ve gümüş madenciliği Avrupa'da yükselen erken dönem kapitalizmi için merkezi bir öneme sahiptir. Modern dünya -ekonominin temelleri bu değerli metaller

¹³Moore, Binghampton Üniversitesi'nde sosyoloji alanında profesörlük yapmaktadır. Coğrafya tarihi ve doğa tarihi alanlarında dersler vermektedir. Moore, ekoloji, kapitalizm, tarih ve sosyoloji hakkında yazılar yazmaktadır. "World-Ecology Research Network" adlı kuruluşun koordinatörlüğünü yürütmektedir (<https://jasonwmoore.com/> Erişim Tarihi: 10.09.2020).

sayesinde ortaya çıkmıştır. Uzak bölgelere ticaret başlamış, kapitalist dünya-ekonominin en önemli amacı olan sınırsız sermaye birikimi için uygun şartlar bu metaller sayesinde sağlanmıştır. Moore'a göre, Avrupa'nın sermaye birikimi için yayılmacı politikalar izlemesinin nedenleri ancak, ekolojik faktörlerle anlaşılabilir. Modern dünya-sistemi de ekolojik faktörlerin etkisiyle tarih boyunca şekillenmiştir (Moore, 2003, s. 308-309).

Özetle, Dünya Sistemler Teorisi'nin anılan her üç kuramcısı da kapitalizmi irdelemiş ve sisteme yönelik eleştirel bir tutum izlemiştir. Wallerstein, Dünya Sistemler Teorisi'nin temellerini atarken; Arrighi'nin egemonik güçlerin asıl ortaya çıktığına odaklanmış; Moore ise ekoloji ve kapitalizm ilişkilerinin dünya-sistemini nasıl etkilediğini çözümlenmiştir.

1.3. Dünya Sistemler Teorisi Çerçevesinde Osmanlı ve Türkiye

Osmanlı İmparatorluğu, 1300 ve 1600 yılları arasında dini ideolojiyle güçlendirilmiş bürokrasi tarafından yönetilen bir tarım imparatorluğuydu. İmparatorluğun ekonomik yapısı tarım ve şehir zanaatkarlığından oluşuyordu. Toprağın büyük bir bölümü sultanın sahipliğindeydi. Tarımsal üretim, tımar sistemi üzerinden ilerliyordu. Köylüler, topraklarının gelirleriyle sipahileri besliyorlardı. Tarımdan elde edilen artı değer ordunun güçlenmesi için kullanılıyordu. Yiyecek fiyatları denetim altında tutulurken; ticari faaliyetler de kadı ve sancak beyi gibi bürokratlar tarafından denetlenmekteydi. Devlet tarafından kontrol edilen ekonominin yönetimindeki amaç sermaye birikimi yapmak değil, şehirlerin ve ordunun gereksinimlerinin tam olarak sağlanmasıydı (Wallerstein, Decdeli ve Kasaba, 1983, s. 43).

16. yüzyılda Osmanlı, tam olarak Avrupa'nın oluşturduğu dünya-ekonomiye eklenmemiş klasik bir dünya-imparatorluktur. Ancak, Osmanlı'nın belirli bölgeleri Avrupa'yla ticari ilişkiler yürütmektedir. Avrupa dünya-ekonomisi, 16. yüzyıl boyunca genişlemiş; Polonya, Avrupa'nın doğusu ve Amerika Kıtası'nı içine almıştır. Rusya ve Osmanlı imparatorlukları ise Avrupa'yla belirli ticari faaliyetler yürütseler de sisteme tam olarak eklenmemişlerdir. Wallerstein, tartışmalı bir tarih olarak kabul etse de Osmanlı'nın 1750'den sonra dünya-ekonomiye tam olarak eklendiğini ve çevre ülke haline gelme sürecinin bu tarihten sonra başladığını vurgulamaktadır (Wallerstein, 1979, s. 391-392).

Osmanlı İmparatorluğu'nun en önemli artı değer kaynağı tarım olmuştur. 16. yüzyılın ortalarından başlayarak tımar sisteminin yerine iltizam sistemine geçilmiştir. 17. yüzyılda bu sistem yaygınlık kazanmış ve tımar sisteminin yerini almıştır. İltizam sistemiyle birlikte tımar hakları iptal edilmiş, arazilerin gelirleri ihale usulüyle mültezim adı verilen kişilere verilmiştir. Bu gelişmeler, Osmanlı yönetimi altındaki merkezkaç kuvvetlerin ekonomik olarak güçlenmesini sağlamıştır. Bu dönemde, özellikle mültezimlerin haksız uygulamalarına karşı halkı koruyan ayanlar önem kazanmıştır. Ayanların çoğalması ve yerel güçler haline gelmesiyle, 12 Ocak 1695 yılındaki Hatt-ı Hümayunla ayanlara vergi toplama yetkisi verilmiştir (Aktan, 1991, s. 74-75).

Ayanların toprak üzerinde hâkimiyet kurmasıyla yetiştirilen ürünler de farklılaşmıştır. Mısır ve pamuk giderek daha fazla üretilmeye başlanmıştır. 18. yüzyılda pamuk, sığır, tütün gibi metaller ihracatta öne çıkmıştır. Ayanlar, ticaretten yüksek gelir elde etmişler ve ihraç edilen malın gelirinin yarısına el koymuşlardır. Bu da üretimin Avrupa'nın ticari talepleri doğrultusunda ilerlemesini hızlandırmıştır. Ruslara karşı kaybedilen savaşların Karadeniz ticaretindeki Osmanlı'nın tekeline zarar vermesi, toprak sisteminin bozulması ve ayanların önem kazanmasıyla 18. yüzyıl ortalarında Osmanlı'nın ithalat rakamları ihracat rakamlarını geçmiştir. Bu ekonomik ve siyasi gelişmeler, Osmanlı İmparatorluğu'nun ekonomik yapısının bozulmasına neden olmuştur. Ticaret dengesinin bozulması ve Osmanlı tebaası olan azınlık tüccarlarının da etkisiyle, Osmanlı'nın Avrupa dünya -ekonomisiyle bütünleşme süreci başlamıştır (Wallerstein, Decdeli ve Kasaba, 1983, s. 46).

İlk olarak Balkanlar dünya-ekonominin çevre alanı haline gelmiş, daha sonra Mısır ve Levant gibi bölgeler dünya-ekonomiyle eklemlenmiştir. Osmanlı'nın dünya-ekonomiyle bütünleşmesi zanaat sistemini yok etmiş ve ticarete yönelik bir tarım politikası yerleşmiştir. Rusya İmparatorluğu ise yarı-çevre olarak dünya-ekonomiyle bütünleşirken; Osmanlı İmparatorluğu'ndaki siyasi ve ekonomik zayıflıklar, Osmanlı'nın çevre ülke olarak sisteme eklemlenmesine neden olmuştur (Wallerstein, 1979, s. 397-398).

19. yüzyılda altyapı yatırımları Osmanlı İmparatorluğu'nda ticaretin gelişmesini etkilemiştir. Liman ve demiryolları yapımı için Avrupa'dan borç alınmıştır. Kurulan liman ve demiryolları, ticaret ağlarının kurulmasını kolaylaştırmıştır. Osmanlı'nın tarım ürünleri, yeni ulaşım olanakları sayesinde daha kolay ihraç edilmiştir. Batı'dan başlayan

altyapı yatırımları Anadolu'nun içlerine doğru ilerledikçe bu bölgeler de dünya-ekonomi ile bütünleşmiştir (Ceylan, 2003, s. 84-85). Özellikle 1838'de imzalanan Balta Limanı Ticareti Antlaşması Osmanlı'yı Batı ticaretine tamamen açmış, imalat endüstrisinin yok olmasına neden olmuştur. Ucuz İngiliz tekstil ürünleri Anadolu'nun birçok bölgesini ele geçirmiştir. Zayıf olan imalat sektörü büyük bir çöküş içine girmiş, İstanbul'da 1830 yılında 3160 olan dokuma tezgâhı sayısı 1866'da 37'ye düşmüştür (Eşiyok, 2010, s. 87). İmalat endüstrisinin yok olması ve ticaretin Avrupa ile entegrasyonu, Osmanlı ekonomisine büyük zararlar vermiştir. 1876 yılında imparatorluk moratoryum ilan etmiş, 1881 yılında Osmanlı ekonomisi yabancılar tarafından kontrol edilen Düyunu Umumiye İdarisi'nin eline geçmiştir. 1914 yılına gelindiğinde Osmanlı'nın borcu 140 milyon sterline, gayri safi yurtiçi hasılasının yüzde 60'ına denk gelmiştir. Osmanlı'dan kalan borçlar ancak, 1954 yılında Türkiye Cumhuriyeti tarafından ödenebilmiştir (Anbar, 2009, s. 32). Borçlanma yoluyla Osmanlı'nın Avrupa'ya olan mali bağımlılığı pekiştirilmiştir. Mali bağımlılık, Osmanlı'nın doğal kaynaklarının Avrupalı güçler tarafından kontrol edilmesini sağlamıştır (Çetin ve Kök, 2015, s. 218).

Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı İmparatorluğu'nun yetersiz, gelişmemiş endüstri kuruluşlarını ve kötü durumdaki ekonomisini miras olarak almıştır. Bu durumdan kurtulmak için 1923 -1950 yılları arasında Türkiye hammaddesini kendi ülkesinden çıkarabileceği endüstriyel ürünleri üreterek kalkınma yoluna başvurmuştur. Silahlı Kuvvetler ve harp malzemesi üretmek için başlayan endüstrileşme süreci, kalkınmak için en önemli yol olarak görülmüştür. Bu dönemde, devlet endüstrileşmesi modeli izlenmiş ve devlet sermayesiyle birçok fabrika kurulmuştur (Evsile, 2008). Tarımsal üretimin de endüstriyi desteklemesi beklenmiş, tarımsal verimin artması için toprak reformu yapılmış ve aşar vergisi kaldırılmıştır. Kırsal kesimde yaşayan insanlar için tohum yardımı yapılmış, endüstri ve ihracatta kullanılmak için tarımsal üretim teşvik edilmiştir. Bu dönemde, bir tarım ülkesi olan Türkiye pazara yönelik bir zirai üretim yoluna gitmiştir (Topuz, 2007). 1923-1950 yılları arası dönemde, devletin ekonomiye egemen olduğu görülmektedir. Bu dönemde, Türkiye dünya-ekonomi ile tam olarak bütünleşmemiştir. Ancak, ekonomisi çevre ülke özelliklerini yansıtmaktadır.

Demokrat Parti'nin (DP) iktidara gelmesiyle Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomi politikaları değişiklik göstermiştir. Adnan Menderes dönemiyle birlikte, devlet

müdahaleci bir siyasanın yerini liberal iktisat politikaları almıştır. Cumhuriyet tarihinde ilk defa yabancı sermayenin ülkeye girişi için kanunlar çıkarılmış ve ticaret kanunlarında düzenlemeye gidilmiştir. Özel teşebbüsün önünü açmak ve kredi sağlamak için devlet tarafından kalkınma bankaları kurulmuştur (Güvemli, Güvemli ve Aslan, 2018). DP döneminde, özellikle devlet endüstride bireysel yatırımları teşvik etmiş ve liberal serbest ticaret koşullarını egemen kılmaya çalışmıştır. Ancak, kamu harcamalarının payı bu dönemde artmış ve birçok kamu iktisadi teşkilatı kurulmuştur. 1954 yılında ise döviz sıkıntıları sonucunda ithal ikameci politikalara geçilmiştir (Tokathioğlu ve Öztürk, 2008, s. 157). ABD'nin Marshall Planı gibi destekleri, ekonomik politikaları etkilemiş ve Türkiye'yi merkez ülkelere daha bağımlı hale getirmiştir. Marshall Planı çerçevesinde yapılan yardımların nerede kullanılacağına ABD tarafından karar verilmiştir. Plan sonucunda tarımsal üretime yatırım yapılmıştır. Türkiye, uluslararası ticaretle yavaş yavaş bütünleşmiştir. Kendi kendine yeter bir ülke olan Türkiye, merkez ülkelere hammadde ve tarımsal ürün ihraç eden bir çevre ülke konumuna gelmiştir (Çınar, 2018, s. 338-339).

1960 sonrası Kalkınma Planları (1960-1980) dönemine geçilmiş, liberal politikaların yerini Keynesyen politikalar almıştır. 1950-1980 arası dönemde, özel sektörün endüstri kuruluşu sayıları büyük bir artış göstermiştir. 1950'de özel kesime ait endüstri kuruluşu sayısı 2513'iken; 1980 yılına gelindiğinde 8302'ye çıkmıştır (Güvemli, Güvemli ve Aslan, 2018, s. 162). 1980'li yıllarda, Türkiye hâlâ yarı endüstrileşmiş bir tarım ülkesidir. Özellikle Marshall planıyla başlayan süreç, Türkiye'nin bir çevre ülke olarak uluslararası işbölümüne entegre olmasına neden olmuş ve bu durum 1980'lere kadar ülkenin endüstrileşmesini engellemiştir (Çınar, 2018, s. 346).

24 Ocak 1980'de yürürlüğe giren istikrar paketiyle Türkiye yeni bir ekonomik döneme girmiştir. Dünyada hâkim olan neo-liberal politikalar, Türkiye'de de uygulanmaya başlanmış ve Uluslararası Para Fonu (IMF) ile anlaşmalar imzalanmıştır. İthal ikameci politikalar terk edilerek, ihracata dayalı büyüme hedeflenmiştir. Her sene büyük cari açıklar verilmiş ve ticaret hadlerindeki eşitsizlik 1990'lı yıllar boyunca krizlere neden olmuştur (Apaydın ve Açıkalın, 2015, s. 201-203). Devletçiliğin yerini liberalizm almış, burjuvazi ile devlet arasındaki ittifak zarar görmüştür. Devletle güçlü ilişkileri bulunan burjuvazinin yerini uluslararası mekanizmalarla bağları olan bir komprador sınıfı almıştır (Beriş, 2008, s. 37). 1980 sonrası çokuluslu sermaye ve şirketlerle kurulan

ilişkiler, Türkiye’yi uluslararası meta zincirinin içine almış ve uluslararası politikalar Türkiye’nin ekonomik atılımlarını şekillendirmiştir. Tarihsel süreçte, gelişmiş endüstrilere sahip merkez ülkeler karşısında, gümrük duvarlarının kaldırılmasıyla Türkiye güçsüz bir pozisyonda kalmıştır. Türkiye, 1980 sonrası gelişmeler sonucunda dünya-ekonomiye tam olarak eklemlenmiş ve yarı-çevre bir ülkeye dönüşmüştür (Saraç, 2011).

Özetle, Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluş ve gelişim yıllarında dünya-ekonomiye “çevre” olarak eklemlenmiş; günümüzde ise “yarı-çevre” konumuna geçmiştir. Sömürgeleştirilmiş ülkelerden farklı olarak Türkiye’nin güçlü bir siyasi yapıya sahip olması, tarihsel süreçte Türkiye’nin yarı-çevre bir ülke konumuna yükselmesini sağlamıştır.

1.4. Dünya Sistemler Teorisine Yöneltilen Eleştiriler

Dünya Sistemler Teorisi’ne getirilen en önemli eleştirilerden biri Robert Brenner’in eleştirisidir. Brenner, Wallerstein’in kuramının kapitalist sistem içerisinde sınıf çatışmasının önemini göz ardı ettiğini belirtmiştir. Brenner, çevreden merkeze transfer edilen artı değer, merkez ülkelerde sermaye birikimine yönelik üretken amaçlar için kullanıldığını ancak, çevre ülkelerde ise üretken olmayan amaçlarda kullanıldığını dikkat çekmiştir. Bu ayrışmanın, ülkelerin gelişimlerinde daha önemli bir yer kapladığını vurgulamıştır (Koşal, 2018, s. 46). Brenner, özellikle Polonya ve İngiltere örneklerinde, tarihsel süreçte ülkelerin içişlerindeki gelişmelerin devletlerin konumlarında daha büyük bir etki yarattığına dikkat çekmiştir. Wallerstein, Brenner’la tartışmaya girmemiş ve değişimin içsel kaynaklı değil dışsal kaynaklı olduğunu düşünmüştür. Wallerstein, tezini sınamak yerine kendi savını dış kaynaklı değişimin ayrıntıları üzerinden irdelemeye odaklanmıştır (Skocpol, 1999, s. 327).

Dünya Sistemler Teorisi’ne getirilen bir diğer önemli eleştiri, Marksist bilim insanlarının da göz ardı ettiği kültürel farklılıkların ekonomiyle olan ilişkisidir. Dünya Sistemler Teorisi, benzer kültürel geleneklere sahip ülkelerin neden hızlı bir biçimde ekonomik olarak geliştiğinin nedenini tam olarak açıklayamamaktadır. Örneğin, 18. yüzyılda Danimarka gibi çevre ve İsveç gibi yarı-çevre ülkeler günümüzde merkeze yerleşmiştir. Aynı yüzyılda yarı-çevre bir ülke olan İspanya, günümüzde de neden yarı-çevre bir devlet olarak kalmıştır? Bir diğer önemli örnek, kaynakları sömürülen Kuzey

Amerika ülkelerinin nasıl bu kadar hızlı bir şekilde yarı-çevre konumundan, günümüzde merkez ülkeler haline dönüştüğüdür. Wallerstein, bu gibi örneklerde kültür ve ekonomi arasındaki etkileşimi dikkate almamış ve ülkelerin gelişimindeki kültürel etkenleri göz ardı etmiştir (Skocpol, 1999, s. 338-339).

Pozitivistler ise Dünya Sistemler Teorisi'nin bilimsel olmadığını ileri sürmüşlerdir. Kuramın anlatsal olduğunu ve hipotezlerinin yanlışlanabilir olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca, incelenen olguların sayısallaştırılabilir olmadığını ve nesnellikten uzak öncüllerin kuramın içerisinde kullanıldığına dikkat çekmişlerdir. Bununla birlikte, Dünya Sistemler Teorisi çözümlerinde gerektiren ölçüde sayısallaştırma yoluna gitmiştir. Dünya Sistemler Teorisi, modern dünyanın anlaşılması için hangi metodolojinin kullanılması gerektiğini düşünmek yerine; tarihsel gerçekliğin uzun dönemde büyük ölçekli ne gibi değişimlere yol açtığına odaklanmıştır (Yörük, 2007, s. 49).

Dünya Sistemler Teorisi kendi teorisyenleri tarafından da eleştirilmiştir. Dünya Sistemi teorisyenlerinden Janet Abu-Lughod, Wallerstein'ın kapitalist dünya-ekonominin temellerinin 16. yüzyılda atıldığı görüşüne karşı çıkmıştır. Abu-Lughod'a göre, 16. yüzyıldan önce de küresel ticaret biçimleri bulunmaktadır. Kapitalizm, sistem içerisinde önemli bir yer işgal etmektedir. Abu-Lughod, 13. yüzyılın ikinci yarısında dünya-ekonominin geçerli olduğunu ve kapitalizmin bu dünya-sistem içerisinde tüm parçalara egemen olmasa da çeşitli bölümlerinde var olduğunu vurgulamıştır (Frank ve Gills, 2003, s. 508).

Andre Gunder Frank ve Barry K. Gills de Dünya Sistemler Teorisi'ne eleştiriler yöneltmiştir. Frank ve Gills'e göre, içinde yaşadığımız dünya-sisteminin temelleri en az 5000 yıl geriye uzanmaktadır. Modern dünya-sistemi, 16. yüzyıldan önceki dünya-sistemle birçok benzer özellik göstermektedir. Modern dünya-sisteminin motor gücü olarak kabul edilen sermaye birikiminin bin yıllar boyunca sistem içerisinde merkezi bir önemi vardır. Frank ve Gills, merkez-çevre ayrımının kökenlerinin çok eski olduğunu ve 1492'den önce de ülkeler arasında böyle bir ayrışmanın olduğunu irdelenmiştir (Frank ve Gills, 2003, s. 41-43). Bir başka deyişle, içinde yaşadığımız dünya-ekonominin özelliklerinin birçoğunun 16. yüzyılın çok öncesinde de var olduğu ileri sürülmektedir.

Özetle, Dünya Sistemler Teorisi, kuramı savunanlar ve karşıtlarından birçok eleştiri almıştır. Kurama karşıt olanlar kültürün ekonomiyle olan ilişkisini ihmal ettiğini ve bilimsellikten uzak olduğunu vurgulamıştır. Dünya Sistemler Teorisi içinden gelenler ise, modern dünya -sisteminin temellerinin ne zaman atıldığı yönündeki tartışmaları yürütmüşlerdir. Bununla birlikte, Dünya Sistemler Teorisi her ne kadar eksik yanları bulunsu ve eleştirilse de; yeni uluslararası ekonomik düzenin tarihsel olarak nasıl şekillendiği hakkında halen önemli bir perspektif sunmakta ve modern dünya-sisteminin nasıl işlediğini ortaya koymaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

2. KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE KÜLTÜREL EMPERYALİZM

Çalışmanın ikinci bölümünde, kitle iletişim araçlarına eleştirel bir yönelim sergileyen “Frankfurt Okulu”nun yaklaşımlarına ve Herbert Schiller’in “kültürel emperyalizm” kavramına yer verilmiştir. Çalışmanın kuramsal ardaanının anlaşılması için bu bölümde, sırasıyla *kültür endüstrisi*, *küreselleşme*, *tekelleşme*, *McDonalddlaştırma* ve *kültürel emperyalizm* kavramları irdelenmiştir.

Günümüzde kitle iletişim araçları endüstriyel üretim yapan kuruluşlara dönüşmüştür. Merkez ülkelerin kâr etme amacıyla hareket eden medya şirketleri kültürü metalaştırmış, neo-liberalizmin bir sonucu olan küreselleşmenin de etkisiyle uluslararası medya alanında tekelleşerek hâkim konuma gelmiştir. Ekonomik olarak güçlü devletler uluslararası medyada ortamındaki egemen konumları sayesinde kültürü kontrol etmektedir. Bu düşünce, tezin temel dayanak noktalarından birini oluşturmaktadır. Bu nedenle, uluslararası sistemde kültür endüstrilerinin işlevinin ve ekonomik olarak güçlü devletlerin kültürü nasıl kontrol ettiğinin anlaşılması için ikinci bölümde Frankfurt Okulu’nun yaklaşımları ve kültürel emperyalizm kavramı açıklanmıştır.

2.1. Kültür Endüstrisi

Çalışmanın çözümleme bölümünde, Türkiye’deki kültür endüstrileri çözümlendiği için Frankfurt Okulu düşünürlerinin eleştirileri ve kültür endüstrisi kavramsallaştırmalarının irdelenmesi önem kazanmaktadır. Dolayısıyla, bu alt başlık altında Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi kavramı irdelenmiş; okulun üyeleri Theodor W. Adorno, Max Horkheimer ve Herbert Marcuse’nin düşüncelerine yer verilmiştir.

2.1.1. Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi kavramı

Frankfurt Okulu bir doktora öğrencisi olan Felix Weil’in öncülüğünde 3 Şubat 1923 yılında Frankfurt Üniversitesi’ne bağlı olarak Toplumsal Araştırma Enstitüsü ismiyle kurulmuştur. Weil’in babası üniversiteye 120 bin marklık bir bağışta bulunmuş, bağış sayesinde enstitü üniversiteden özerk bir şekilde çalışmalarını yürütme olanağı bulmuştur. Okulun ismi ilk olarak “Marksizm Enstitüsü” olarak düşünülmüş ancak, isim çok kışkırtıcı bulunduğu için “Toplumsal Araştırma Enstitüsü” ismi kabul edilmiştir. Enstitü, “Frankfurt Okulu” adını ise 1950’li yıllarda almıştır (Selvitopu ve Kavurgacı,

2019, s. 101). Okulun kuruluşu sırasında gerçekleşen Bolşevik Devrimi, Weimar Cumhuriyeti'nin kuruluşu ve Almanya'da faşizmin yükselişi gibi olaylar Marksizme yeni bir yorum getirilmesini gerekli kılmıştır. Bu gelişmeler çerçevesinde enstitünün kuruluşundaki temel amaç, Marksist teori içindeki teori ile praxis arasındaki bağın vurgulama, Marksist teoriyi canlandırma ve yeniden işlevlik kazandırma olmuştur (Küçükcan, 2002, s. 257-258).

Frankfurt Okulu'nun tarihsel gelişimini üç döneme ayırmak mümkündür. İlk dönem 1923 ve 1929 yılları arası ortodoks Marksist düşüncenin ön planda olduğu Kurt Albert Gerlach ve Carl Grünberg'li yıllardır. İkinci dönem 1930 ile 1970 yılları arası Frankfurt Okulu'nun kendi kimliğini kazandığı ve Neo-marksist yaklaşımın kabul edildiği Adorno, Horkheimer ve Marcuse'li yıllardır. Üçüncü dönem ise Marksist düşünceden uzaklaşan, 1970'den günümüze Jürgen Habermas ve ikinci kuşak Frankfurt Okulu düşünürlerinin dönemidir (Özer ve Dağtaş, 2011, s. 57).

İlk dönem Gerlach'ın yöneticiliğiyle başlamıştır. Enstitünün kuruluşunda görev alan Weil, Horkheimer ve Friedrich Pollock profesörlük unvanına sahip olmadığı için yasal olarak enstitünün yöneticisi olma hakları yoktur. Bu yüzden, Weil'in davetiyle Marksist yönelimli ekonomi profesörü Gerlach enstitünün yöneticisi olmuştur. Gerlach, yöneticiliği döneminde enstitünün Marksist eksenli bir yaklaşım izleyeceğini vurgulamıştır. Anarşizm, sosyalizm, Marksizm üzerine bir dizi ders vereceğini duyurmuş ancak, ölümü dersleri vermesine engel olmuştur. Gerlach'ın enstitüye yönelik en büyük katkısı ise 8 bin ciltlik kitap arşivini Toplumsal Araştırma Enstitüsü'ne kazandırması olmuştur (Kızılcılık, 2008, s. 42).

Gerlach'ın ölümüyle enstitünün başına Avusturyalı Marksist tarihçi Grünberg geçmiştir. Grünberg açılış konuşmasında, enstitüde uygulanan yöntemin Marksist bir çizgi izleyeceğini belirtmiştir. Ancak, Marksizm üzerine yapılacak çalışmaların bir parti politikası şeklinde olmayıp, tamamen bilimsel bir çizgide ilerleyeceğini vurgulamıştır. Grünberg, üstyapının son kertede altyapı tarafından belirlendiği saptamasını kabul etmesine karşın bu süreç içindeki karmaşık ilişkiye odaklanmamıştır. Özellikle psikolojik boyuta ilgisiz kalmış, ideoloji eleştirisi üzerinde durmamış ve felsefi konulara yeterli önemi vermemiştir (Slater, 1998, s. 17-19).

1929 yılında Grünberg hastalandığı için enstitünün yöneticiliğini bırakmıştır. Bir süre yöneticilik arayışı yürüten enstitünün yöneticiliğine Horkheimer gelmiştir. Grünberg döneminde ekonomi çalışmaları ön plandayken, Horkheimer’ın döneminde felsefe çalışmaları önem kazanmıştır (Bekalp, 2019, s. 17). Horkheimer’ın enstitünün yöneticisi olmasıyla başlayan dönemde disiplinlerarası ortak çalışmanın önemine vurgu yapılmıştır. Enstitünün yayın organı *Zeitschrift für Sozialforschung*’un ilk sayısı bu durumu kanıtlar niteliktedir. Derginin ilk sayısında birçok farklı disiplinden makaleler yayımlanmıştır. Leo Löwenthal edebiyat sosyolojisi üzerine, Henryk Grossman Marx ve kapitalizmin çöküşü hakkında, Adorno müzik sosyolojisi, Horkheimer tarih ve psikoloji üzerine, E rich F romm Marksizm ve psikanalizi bütünleştirmeye yönelik makaleler yazmıştır (Ergün, 2018, s. 70). Enstitü, ikinci döneminde kendi kimliğini kazanmış, eleştirel teori ve kültür endüstrisi kavramları bu dönemde türetilmiştir. Marksist metottan vazgeçilmemiş ancak, daha çok üstyapı çözümlemelerine odaklanılmış ve Freud psikolojisi okulun çalışmalarında önemli hale gelmiştir (Selvitopu ve Kavurgacı, 2019, s. 101).

Enstitünün ikinci döneminde enstitünün doğrudan üyesi olmasa da enstitünün çalışmalarına katkıları bulunan isimlerden biri Walter Benjamin’dir. Benjamin, Adorno ile sürekli iletişim halinde olmuş ve enstitüyle bağını koparmamıştır (Koluçak, 2017, s. 136). Benjamin radyo, film, gazete ve tiyatro üzerine birçok analizde bulunmuştur. Gazetelerin kitlelerin eleştirel düşünme yeteneğini körelttiğini ve radyonun dinleyicileri “donuk dilsiz kitlelere” çevirdiğini vurgulamıştır. Sinemanın ise sanatseverler için bir düşünme aracı ve kitleler için de katarsis sağlayan bir oyalanma aracı olduğunu belirtmiştir. Benjamin, enstitü üyelerine göre kitle iletişim araçlarına daha olumlu yaklaşmış; kitlelerin aydınlanması, özgürleşmesi ve değişmesi için kullanılabileceğini düşünmüştür (Begtumur, 2018, s. 60-61).

Benjamin, meta fetişizmine farklı bir açıdan bakmıştır. 19. yüzyıldan sonra kül türün metalaştığını vurgulamıştır. Benjamin’e göre, kültürel varlıklar “fantazmagori” bir başka deyişle, “aldatıcı görüntü” halini almıştır. Fantazmagori içinde kültürel metalar fetişleştirilmiştir. Metalar aldatıcı şekilde yüceltilmiş ve adeta birer mite dönüşmüştür. Fantazmagori, metaların kullanım değerlerinin önemini yitirmesini sağlamış ve metaların değişim değerleri üzerinden algılanmasına neden olmuştur. İnsanlar arasındaki toplumsal ilişkiler de fantazmagorik bir içerik almış, algı bozulmuş ve meta

fetişizmi ön plana çıkmıştır. İnsanlar kendilerine ve çevrelerine yabancılaşmış; nesneler ise “hale”lerini yitirmiştir (Özbek, 2015, s. 89-90).

Almanya’da faşizmin yükselmesiyle birlikte Yahudilere ve Marksistlere karşı büyük bir düşmanlık oluşmuştur. Toplumsal Araştırma Enstitüsü’nün birçok üyesinin hem Yahudi hem de Marksist olması enstitü üyelerinin Almanya’da bulunmasını zorlaştırmıştır. 13 Nisan 1933 yılında Naziler tarafından işinden kovulan ilk bilim insanı Horkheimer olmuştur. Bunun üzerine enstitünün görevli kadrosu Frankfurt’u terk etme kararı almıştır. İlk olarak Cenevre’de bir merkez açmışlar, daha sonra Paris ve Londra’da şubeler kurmuşlardır. Fransa’da olumlu karşılanmayan enstitü üyeleri ABD’ye göç etmek zorunda kalmışlardır. ABD’ye gelen enstitü üyeleri Columbia Üniversitesi’nde ders vermeye başlamışlardır (Kızılçelik, 2008, s. 89-91). Benjamin ise Avrupa’da kalmıştır. 1933 yılında Almanya’dan sürülünce Fransa’ya yerleşmiştir. 1940 yılında Benjamin İspanya ve Fransa arasındaki sınırı geçip ABD’ye göç etmeye karar vermiştir. Ancak, sınırın kapalı olduğunu gören Benjamin 25 Eylül 1940’da intihar etmiştir (Özbek, 2015, s. 71-72).

Eleştirel teorinin temelleri Horkheimer’in yöneticiliği döneminde atılmıştır. Teorinin felsefi yönünü kazanmasına ve kimliğinin oluşmasına en fazla katkı sağlayan isimler Adorno ve Horkheimer olmuştur (Rutli, 2019, s. 17). Eleştirel teori, Marx’ın ekonomi politik eleştirisindeki bilimin bir ideolojiye dönüştüğü görüşünden etkilenmiştir. Horkheimer ve Adorno, Marx’ın eleştirisine araçsal aklın eleştirisini de eklemiştir (Balkız, 2004, s. 137). Eleştirel teori, Aydınlanma düşüncesinin eseri olan pozitivistimin bütüncül bir yaklaşım sergilemediğini, tek yöntem ve tek bilim haline gelerek mitselleştiğini vurgulamıştır. Aydınlanma düşüncesinin insanı özgürleştirmek, dinsel ve mitsel düşünceden kurtarma amacı yeni bir mitsellik yaratmıştır. Bu mit, aklın araçsallaştırılması sonucunu doğurmuş ve insanın kendisine yabancılaşmasına neden olmuştur (Bekalp, 2019, s. 16). Eleştirel teorisyenler, pozitivistimin insanın ve kültürün çözümlenmesi için doğru bir yöntem olmadığını belirtmişlerdir. Aydınlanmanın bir ürünü olan doğa bilimlerindeki yasaların sosyal bilimlere uygulanmasının bir tür totalitarizm olduğunu vurgulamışlardır. Frankfurt Okulu üyelerine göre, toplumsal bilimler ve doğa bilimleri aynı bilgisel yapılara sahip değildir. İnsanın metafiziksel özü pozitivistim tarafından görmezden gelinmiştir. Pozitivistim, insanın bir makine parçası olarak algılanmasına neden olmuştur (Ergün, 2018, s. 72).

Eleştirel teori üç tez üzerinden temellenmektedir. Birinci tez, eleştirel teori insanlar için rehberlik etme amacındadır. Teori, insanların aydınlanmasına, gerçek çıkarlarının peşine düşmesine ve insanların özgürleşmesine hizmet etmektedir. İkinci tez, eleştirel teorinin bilgi içeriği vardır bir başka deyişle, bilgi biçimleridirler. Son tez ise eleştirel teoriler, epistemolojik olarak doğa bilimlerinden farklıdır. Doğa bilimlerinde teoriler nesnelleştiricidir. Eleştirel teoriler ise dönüşlüdür. Özetle, “eleştirel teori, faillere içkin anlamda aydınlatıcı ve özgürleştirici bir tür bilgi veren dönüşlü bir teoridir” (Geuss, 2002, s. 10-11).

Horkheimer, ABD’de mülteci olarak 15 yıl yaşadktan sonra Frankfurt yönetiminin daveti sonucu Almanya’ya dönmüştür. 13 Temmuz 1949’da Horkheimer’in kürsüsü geri verilmiştir. 1950’li yılların başlarında birçok okul üyesi geri dönmüş ancak, Marcuse, Franz Leopold Neumann, Fromm ve Löwenthal gibi önemli isimler ABD’de kalmıştır. 1953’te okul yeniden kurulmuş, 1958’de Horkheimer emekli olunca okulun yöneticiliğine Adorno geçmiştir. Adorno’nun yöneticiliği döneminde pozitivism eleştirisi, kitle kültürü, müzik, siyaset ve öğrenci hareketleri gibi konulara odaklanılmıştır. Yeni kuşak düşünürler Claus Offe, Habermas, Oskar Negt, Albrecht Wellmer gibi düşünürler okulun çalışmalarına katkı sağlamışlardır. Habermas ve Offe ise okulun son döneminin en önemli düşünürleri olmuşlardır (Durdu, 2006, s. 18-19).

ABD’de kalan Frankfurt Okulu düşünürlerinden Löwenthal, Horkheimer’a yazdığı mektuplarla *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nin yazımına katkı sağlayan isimlerden biri olmuştur. Löwenthal’ın kültür endüstrisine yönelik düşünceleri, Adorno ve Horkheimer’la benzerlik göstermektedir. Löwenthal, 1961’de yazdığı *Literature, Popular Culture and Society* isimli eserinde kitle kültürünün standartlaşma, tutuculuk, yalancılık ve yönlendirme yoluyla sahte ihtiyaçlar yarattığını savunmuştur. Löwenthal, sanatın gerçek deneyimleri önerdiğini; kitle kültürünün ise sahte hazları öne çıkardığını vurgulamıştır (Koluaçık, 2017, s. 144-145).

Öte yandan, Löwenthal, kitle iletişim araçlarının içeriğini ve dilsel sembollerini inceleyerek insanların amaçları, önyargıları, davranışları ve tutumları hakkında bilgi edinilebileceğini savunmuştur. Löwenthal’a göre, kitle iletişim araçları toplumun yaşam biçimleri için bir model oluşturmaktadır. Radyo, televizyon, gazete ve filmlerin içerikleri insanların zihinlerini köleleştirmektedir. İnsanlar medyanın ürettiği benzer şablonlar üzerinden doyum sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarında aynı anların sürekli

olarak tekrarlanması rutin hazlar yaratmış ve insanların başkaldırma güdüsünü köreltmıştır. Özellikle televizyon ve sinema gibi birden fazla duyuya seslenen kitle iletişim araçları yazılı medya araçlarına göre insanlara daha çok zarar vermiştir. Birden fazla duyuya seslenen medya araçlarıyla insanların düşünmesi ve hayal etmesi engellenmiştir (Begtimur, 2018, s. 61-62).

1970'ler sonrası okulun son dönemi olarak kabul edilmektedir. 1969'da Adorno, 1973 yılında Horkheimer ölmüş ve okulun yöneticisi Habermas olmuştur. Okul, son yıllarında Marksizmden uzaklaşmıştır (Küçükcan, 2002, s. 258). Ancak, okul eleştirel teoriye katkı sağlayan analizlerini sürdürmüştür. Okul bir araştırma programı izlemek yerine Wellmer, Schmidt, Offe ve Habermas'ın bireysel çalışmaları üzerinden ilerlemiştir. Eleştirel teori, toplum bilimleri felsefesi ve ideoloji eleştirilerine devam etse de, Adorno ve Horkheimer'ın temel kavramlarının bazılarında kopuş gerçekleşmiştir (Bottomore, 2013, s. 63-64).

Okulun son döneminde eserleriyle öne çıkan ismi Habermas olmuştur. Habermas, kamusal alan kavramına farklı bir tanım getirmiştir. Habermas'a göre, bireylerin politik ve ekonomik mücadeleleriyle şekillenen kamusal alan, kitle iletişim araçlarının etkisiyle kamusal alanı işgal etmesini sağlamıştır. Kapitalist sistem, ekonomik gücü elinde bulunduranların kamusal alanı işgal etmesini sağlamıştır. Özel çıkarlar, medya ve devletin desteğiyle kamusal alanda ön plana çıkmıştır. Halk kitleleri rasyonaliteden medya aracılığıyla uzaklaştırılmış ve kamusal alan, ekonomik gücü elinde tutan erkin özel çıkarlarının ön planda olduğu bir uzlaşma alanına dönüşmüştür (Odabaş, 2018, s. 220).

Habermas'ın eleştirel teoriye katkıda bulunduğu konulardan biri de pozitivizm eleştirisi olmuştur. Pozitivizmin bilimcilik anlayışına karşı çıkan Habermas; insanın matematiksel çerçevede incelenmesinden elde edilen bilginin tek yönlü olmasına yol açtığını ve böylece, bilim insanının özgürlüğünün elinden alındığını vurgulamıştır. Habermas, bilginin şeyleşmesine karşı çıkmış ve pozitif bilgi tarafından yönlendirilen insan anlayışını reddetmiştir (Demir, 2009, s. 69-71).

Okulun üzerinde durduğu en önemli kavramlardan biri *kültür endüstrisi* olmuştur. ABD'ye göç eden Frankfurt Okulu film, müzik, radyo ve televizyon gibi kitle kültürü formlarının popülerleşmesine tanıklık etmişlerdir. Medya üretiminin her geçen gün büyük şirketler tarafından ticari eğlence formları içinde servis edildiğini görmüşlerdir.

Horkheimer ve Adorno, kültürün kapitalist üretim ilişkilerinden etkilenip, endüstriyel ve ticari bir ürün halini aldığını anlatmak için kültür endüstrisi kavramını kullanmıştır (Varol, 2011, s. 118). Kültür, kitlelerin gereksinimlerine yönelik olarak değil, sermayenin ihtiyaçlarına göre üretilmektedir. Kâr güdüsü, kültürel metaların içeriklerinin oluşumunu etkilemektedir. Bu yüzden, Frankfurt Okulu düşünürleri kitle kültürü kavramı yerine kültür endüstrisi kavramının kullanılmasının daha doğru olduğunu düşünmüşlerdir (Şan ve Hira, 2007, s. 330).

Kapitalist toplumun yönetici sınıfı, kültürel varlıkların üretimini kontrolü altında tutmaktadır. Ekonomik olarak güçlü olan sınıflar, kültürü belirlemektedir. Ticari tekellerin yönetimindeki kültür metalaştırılmakta, kitle kültürüyle özdeş hale getirilmektedir. Kültür endüstrisi sayesinde reklamcılığın zafer kazanması sağlanmış, tüketiciler endüstrinin ürünlerini almaya yönlendirilmiş ve tüketim alışkanlıkları kültür endüstrisi tarafından belirlenmiştir (Bottomore, 2013, s. 56).

Kültür endüstrisinin yarattığı estetik form, toplumsal yaşamın estetik formunu belirlemektedir. Kültür endüstrisi, sermayenin ihtiyaçlarına göre şekillenmekte ve gerektiğinde farklı yaşam biçimlerini de özendirmektedir. Bunun nedeni, 1950'li yıllar sonrasında bilincin homojenleştirilmesinin yeni metalar talep edilmesine ve yeni ihtiyaçların yaratılmasına hizmet etmemesidir. Her yeni oluşan yaşam biçimi yeni gereksinimler yaratarak tüketim kültürünün gelişmesine neden olmuştur. Oluşturulan bu çeşitlilik ne yeni bir bilinç düzeyi oluşumuna ne de özgürlüğe ulaşılmasını sağlamıştır. Farklı yaşam biçimleri farklı tüketim kalıplarını benimsemiştir. Amaç sürekli olarak meta tüketimini arttırmaktır. Kültür endüstrisi sayesinde metalar fetişleştirilmiştir. Metaların kullanım değerleri önemsizleşmiş; metalar, ambalaj ve pakete indirgenmiştir (Adorno, 2011, s. 37-38).

Kapitalist toplumlarda insanlar, kültür endüstrisi tarafından baskı altına alınmaktadır. Kültür endüstrisi, “ıslah etme” kurumu olarak çalışmaktadır. Kitlelerin cesaretleri kırılmakta, devrimci eğilimler kültür endüstrisi sayesinde yok edilmektedir. Kültür endüstrisinin koyduğu ölçütlere karşı gelenler ise dışlanma korkusuyla düzene boyun eğmektedir (Adorno, 2011, s. 89). İnsanlar zor yoluyla değil, kültür endüstrisi tarafından evcilleştirilmektedir. İktidar sahipleri artık, insanları kendileri gibi düşünmedikleri için cezalandırmamakta; malına, mülküne ya da canına herhangi bir zarar vermemektedir. Ancak, farklı düşüncelere sahip bireyler ise ya toplumdan

soyutlanmakta ya da toplum karşısında bir yabancıya dönüşmektedir (Tocqueville, 1962, s. 68).

Kültür endüstrisi, statükonun meşrulaştırılmasına hizmet etmektedir. Toplumda var olan eşitsizlikler kültür endüstrisi tarafından gizlenmekte ve kitlelerin sistemi onaylaması sağlanmaktadır. Kültür endüstrisi, bireylere sahte ihtiyaçlar dayatarak yanlış ihtiyaçların tahakkümü altına sokmakta; böylece, düzeni kabullenmesine ve sistemle özdeşleşmesine neden olmaktadır. Kültür endüstrisi, toplumun farklı kesimlerine ait kültürleri benzeştirmektedir. Bu yüzden, kültür endüstrisi aracılığıyla birey toplum içinde eritilmekte ve farklılıklar yok edilmektedir. Birey toplumsal rolü ile statüsünü, kültür endüstrisi ve onun yarattığı tüketim kültürü ve yaşam biçimleri sayesinde kabullenmektedir (Şan ve Hira, 2007, s. 332).

Kültür endüstrisi tarafından üretilen kültürel ürünler sanat eserinin sahip olması gereken niteliklere sahip değildir. Belirli şemalara göre kodlanan kültürel metalar, klişelerin etrafında şekillendirilmiştir. Filmde kimin öldürölüp kimin yaşayacağı filmin başından belli olmaktadır. Şarkının ilk ölçülerini duyduktan sonra gerisi tahmin edilebilmektedir. Kısa öyküler klişeler üzerinden ilerlemekte, kahramanlar değişse de uzmanlar tarafından hazırlanan şema aynı kalmaktadır. Kültür endüstrisinin ürettiği roman, müzik, film ve dizi sürekli olarak aynı formülleri kullanmaktadır. Uzmanlar tarafından yaratılan kültürel ürünler özgünlüklerini kaybetmiştir. Kültürel ürünlerin sürekli olarak aynı şemalar üzerinden ilerlemesi, kültürel ürünleri tüketen bireylerin düşünsel etkinliğinin sınırlandırılmasını sağlamıştır. Bilişsel etkinlikleri sınırlandırılan toplum, bu yolla egemenlik altına alınmıştır (Adorno ve Horkheimer, 2014, s. 168-171).

Kültür endüstrisinin en büyük başarısı sanat ile eğlenceyi kaynaştırmasıdır. İçi boşaltılmış sanat eserleri mekanik bir süreçle yinelenen üretime tabi tutulmuştur. İçerik önemsizleştirilmiş ve teknik ön plana çıkmıştır. Kültürel ürünler tüketilirken herhangi bir zihinsel faaliyete gereksinim duyulmamaktadır. Kültür endüstrisinin amacı eğlence üretmektir. Eğlence, geç kapitalizm döneminde çalışmanın bir uzantısı olmuş ve insanların mekanikleştirilmiş emek süreçleriyle baş edebilmesini sağlamıştır (Adorno ve Horkheimer, 2014, s. 181-182). Kültür endüstrisi günümüzde de, eğlence sayesinde insanların iş yaşamından kaçabilmelerine yardımcı olmayı sürdürmektedir. Bu yüzden, yabancılaşmış bireyler kapitalist üretim sisteminin yeniden üretiminde gösterdikleri rızayla önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

Sanat, k ltr e ndstrisi tarafından yozlaştırılmıştır. Yüksek sanat, derinliği sayesinde zihinsel etkinlikleri ve düzene başkaldırıcıyı teşvik ederken; kültür endüstrisi, sanat eserlerini yzeyssel ve ticari hale getirmiştir. Kapitalizmin kurallarıyla şekillenen kültür endüstrisi, daha fazla sayıda insana sanat eserlerini pazarlayabilmek için sanat eserlerini kolay anlaşılır hale getirmiştir. Kitlelerin zihinsel tahakkümden kurtulmasına hizmet eden sanat artık, kitlelerin “uyutulmasına” hizmet etmektedir. Kültür endüstrisi, insanlara sadece anlık eğlence ve hazlar sunmakta; böylece, modern insanın varoluşsal sorunlarından kaçışını sağlamakta ve insanların bilinçlerini uyuşturmaktadır (Akkol, 2019, s. 51-52).

Frankfurt Okulu’na yönelik eleştiriler de yapılmıştır. Okulun “Aydınlanma”ya yönelik eleştirileri, bilimin ve teknolojinin sağladığı olumlu ynl eri görmezden ge lmektedir. Teknolojinin yol açtığı olumsuz sonuçların yanı sıra sağlık, bilişim ve uzay bilimleri gibi birçok alanda insan yaşamına olumlu etkileri de olmuştur. Frankfurt Okulu’nun bir diğer ihmal ettiği nokta da, düşünürlerin eserlerinde iktisadi, tarihi ve sosyal bağların derin mlerinin yer almamasıdır. Bir diğer eleştiri ise, Frankfurt Okulu’nun insanın yaşadığı ahlaki bunalımı tanımlaması; ancak, herhangi bir m y olu nermemesidir. Ayrıca, teoloji ve dini konular da Okul’un mlerinde göz ardı ettiği alanlar olmuştur (Karlı, 2018, s. 165-166).

Özetle, Frankfurt Okulu düşünürleri, sosyal bilimlere farklı bir yönelim getirmiştir. Okul düşünürleri dünyaya, kapitalist sisteme ve bilime karşı eleştirel bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Çok yönlü bir varlık olan insanın incelenmesinin dar bir çerçeveye alınmasına karşı ıkımışlar ve insanın metafiziksel yönüne önem göstermişlerdir. Okul, kitle iletişim araçlarına da eleştirel bir tutum sergilemiş ve kültür endüstrisi kavramını sosyal bilimler alanyazınına kazandırmıştır. Ayrıca, Frankfurt Okulu düşünürleri, oluşturulan yapay kültür bağlamında insanın tektipleşmesine karşı ıkımış ve insanın özgürlüğünü sınırlayan her türlü baskı unsurunu eleştirmiştir. Okul, özellikle ikinci döneminde kimliğini kazanmış ve dönemin ne çıkan isimleri ise Adorno, Horkheimer ve Marcuse olmuştur.

2.1.2. Adorno, Horkheimer ve Marcuse'nin yaklaşımları

Frankfurt Okulu'nun en önemli isimlerinden biri Adorno'dur. Adorno birçok alanda çalışmalar yürütmüş ve sanat, ideoloji, felsefe, müzik ve estetik üzerine eserler üretmiştir. Aydınlanma, pozitivizm, totalitarizm ve ideoloji gibi kavramlara eleştirel bir tutum sergilemiştir (Fırıncıoğulları, 2018, s. 54). Bir müzikolog olarak, müzikal estetik üzerine çalışmalar yapmıştır. Bilgi sosyolojisi ve Kant felsefesiyle ilgilenmiş, G. W. Friedrich Hegel, Søren Kierkegaard ve Edmund Husserl üzerine yazdığı eleştirilerle kendi kuramını temellendirmiştir (Yıldırım, 2017, s. 408).

Adorno, bilinçli olarak eserlerinde anlaşılması zor bir dil kullanmıştır. Bunun nedeni, olağan dilin, toplum yapısının ve iktidarın baskısının izlerini taşıdığını düşünmesidir. Adorno, olağan dilden kopuşun bu sürece karşı çıkmayı sağlayacağını belirtmiştir. Çünkü, toplumun dayattıklarına meydan okumak için ilk olarak dile de meydan okumak gerekmektedir. Adorno, eserlerinde varsayım, geliştirme, kanıtlama ve sonuç gibi klasik yazın şemalarını kullanmamıştır. Metinlerinin merkezleri tam olarak belli değildir. Yazdığı her cümle merkeze aynı uzaklıkta olmuştur. Adorno'nun yazdığı cümlelerin tam olarak anlaşılabilmesi için metnin bütünlüğü içinde irdelenmesi gerekmektedir (Dellaloğlu, 2001, s. 22-23).

Adorno, sanat üzerine birçok eser üretmiştir. Sanatın değiştirici ve devrimci potansiyeli olduğunu düşünmüştür. Adorno'ya göre, gerçek sanat kitle kültürüyle bir karşıtlık göstermektedir. Sanat, şeyleşmeyi, yabancılaşmayı eleştirmeli ve toplumsal düzene eleştirel bir perspektifle yaklaşmalıdır. Sanat, özerkliği sayesinde topluma yol göstermeli, topluma bir sığınak olmalı ve kültürü düzenleyerek insanlara bütünlüklü bir yaşam sürmenin olanaklarını sunmalıdır. Sanat eseri, içerdiği negatif unsurlarla ve topluma karşı eleştirel bir duruş sergileyerek hakikate hizmet etmelidir. Adorno, cazın ve Hollywood filmlerinin bu sanat anlayışına uygun olmadığını; avangard sanatın ise sanatın gerçek unsurlarına sahip olduğunu düşünmektedir (Ümer, 2016, s. 177-178). Adorno'ya göre, sanat yapıtı ekonominin, politikanın ve tarihin kavranmasına yardım etmelidir. Kendine ait bir zamansallığa sahip olan sanat yapıtı, dünyayı alt üst ederek farklı yaşam olanaklarını insanlara göstermelidir. Kaldı ki, içerdiği olumsuzlamayla dünyayı ve gerçekliği değiştirmeye çalışmalı; ayrıca, totaliter düşünceye karşı bir sığınak işlevi görmeli ve direniş için bir alan oluşturmalıdır (Bal, 2011, s. 74-75).

Adorno, modernist sanat anlayışını savunmakla birlikte bütün modernist akımları benimsememektedir. Marksist olarak betimlenen modernist hareketlerin bile özgürleşim yoluna hizmet etmediğini düşünen Adorno; eleştirel öğelerin yer aldığı avangard anlayışın egemen olduğu modernist hareket anlayışını savunmuştur. İktidar tarafından yönetilen günümüz sanat anlayışının yerine modern hayatı özümserken içinde protesto barındıran eserlerin gerçek sanat yapıtı olduğunu vurgulayan Adorno'ya göre; sanatın eleştirel gücünü yapıtlarında kullanan, içinde yaşadığı dünyanın negatif imajını eserlerine yansıtabilen Paul Celan, Franz Kafka ve Samuel Beckett gibi yazarlar gerçek sanatçılardır (Jay, 2001, s. 177-179).

Adorno, birçok farklı sanat dalı hakkında eserler üretmiştir. Ancak, onu temelde bir müzik sosyoloğu olarak nitelendirmek mümkündür. Adorno, müzik incelemelerinde dinleyicilerin duygularını ilgi çekici bulmamasına karşın, psikolojik kategorileri incelemelerinde kullanmıştır. Müziği, tarih felsefesi ve sosyoloji arasında bir bağlantı kurarak açıklamaya çalışmıştır. Adorno'ya göre, müzik doğal bir fenomen değil tarihsel bir fenomendir. Müzik ke ndisi dışındaki dünyayı bilinçsizce yeniden sunan ve kavramsal olmayan bir dildir. Batı müziği de tarihsel süreçte oluşmuş bir müzik türüdür. Diğer müzik formlarından daha doğal değildir. Batı müziği tarihsel süreçte tek yönlü ilerleyen müziğin belirli bir aşamasını, bir dönemini temsil etmektedir. Tarihte müzik belirli bir sınıfın bilincini değil, tüm toplumun bilincini yansıtmaktadır. Günümüzde ise müzik, gündelik yaşamın pratikleriyle ve ritüelleriyle olan bağlantısını kaybetmiştir. Pazarda satılmak için üretilen bir meta halini almıştır. Adorno'ya göre, müzik, toplumdaki çelişkiler ile çatışmaları anlattığı zaman bir sanat eseri olmakta ve sadece kolay anlaşılabilmeyi reddeden müzik eserleri devrimci etkiler yaratabilmektedir (Jay, 2001, s. 181-189).

Frankfurt Okulu'nun bir diğer önemli ismi Horkheimer'dır. Okul, onun yöneticiliği döneminde gerçek kimliğini kazanmıştır. Horkheimer, toplumu anlamak ve çözümlemek için disiplinlerarası bir yaklaşım izlemenin gerektiğini vurgulamıştır. Horkheimer, altyapıyı oluşturan ekonomi, üretim süreçleri, kâr gibi unsurların yanı sıra, üstyapıyı oluşturan kültür, edebiyat, sanat gibi unsurların da toplumu anlamak için önemli olduğunu belirtmiştir. Horkheimer'a göre, insanlığın maddi ve tinsel bütünlüğünün anlaşılması için felsefe, teoloji, sosyoloji, hukuk ve ekonomi gibi birçok

farklı disiplinin bir arada kullanılması gerekmektedir (Yurdigül, Yurdigül v e B atur, 2015, s. 100).

Horkheimer’a göre, düşünce tarihinde nesnel ve öznel olmak üzere iki farklı akıl bulunmaktadır. Öznel akıl, eylemle sıkı ilişki içindedir. Araçlar ve amaçlarla ilgilenmektedir. Nesnel akıl ise yalnızca bireyin zihninde olan değil; insanlar arası ilişkilerde, sınıflar arası ilişkilerde ve doğada var olan bir kuvvettir. İnsan yaşamının akla uygunluk derecesini belirleyen, doğayla uyum altında yaşamasını sağlayan ve her şeyin ölçütü olan evrensel bir rasyonelliktir. Horkheimer, Aydınlanma düşüncesiyle birlikte öznel aklın zaferini ilan ettiğini vurgulamıştır. Eleştirel düşünmeyi savunmak amacıyla başlayan Aydınlanma dönemi, aklın tinsel içeriğini kaybetmesine neden olmuş ve akli işlem yapan bir makineye dönüştürmüştür (Karlı, 2018, s. 154).

Öznel akıl verili amaç için hareket etmekte ve amacın rasyonelliğini sorgulamamaktadır. Kişisel çıkar ve kendini koruma güdüsüyle hareket eden öznel akıl, araçsallaşmış ve biçimselleşmiş akıldır. Nesnel akıl, araçlarla ilgilenmez amacın peşindedir. Nesnel akıl, öznel aklı dışlama ve evrensel hakikatlerle kişilerin çıkarlarını, kendini koruma güdüsünü ve insani yaşayış biçimlerini uzlaştırmaktadır (Onur, 2016, s. 80-81).

Horkheimer, bilim felsefi alanında birçok çözümlemeye bulunmuş ve geleneksel kuramın oluşmasına katkı sağlayan bilimsel anlayışlara eleştiriler yöneltmiştir. Bu eleştirilerin en önemlilerinden biri, kartezyen felsefeye getirdiği eleştirilerdir. Horkheimer’a göre, rasyonalizm denildiği zaman ilk akla gelen isim René Descartes ve onun kartezyen felsefesi geleneğidir. Kartezyen felsefe, dışsal unsurlara bağlanmış tinin kendisinden hareket ederek geçerli bilgilere ulaşabileceğini öngörmekte ve tümdengelim metoduyla doğruya şüphe edilerek ulaşılabilmesini savunmaktadır. Horkheimer’a göre, dış dünyadan tecrit edilmiş “ben”in kendi özü hakkında düşünerek diğer varlıkları ve ilkeleri keşfetmesi, gerçeklik alanını durağan hale getirmekte ve varlık sahasını aşkın ilkelere göre belirlemektedir. Böylesi bir anlayış, gerçekliğin mutlaklaştırılmasına neden olmaktadır. Ayrıca, aklın üzerine düşünebildiği metafizik gibi alanları da bilim sahasına dahil etmektedir (Daştan, 2017, s. 47-48).

Horkheimer, ampirizm ve pozitivizme de eleştiriler yöneltmiştir. Eleştirisinin temelinde, materyalizmin ruhuna aykırı olarak ampirizm ve pozitivizmin idealizme benzer bir

biçimde soyutlamalara ve yüceltmelere başvurması yatmaktadır. Ampirizm ve pozitivizm, belirli bir alanda doğruluğu kabul edilen ilkeleri farklı alanlara uygulayarak genellemelere gitmektedir. Bu da zorunlu nedensellik ilişkileri oluşturarak, dogmaların oluşmasına neden olmaktadır. Felsefe ve bilimin birleştirilmesinin yerine birinin diğerine indirgenmesine yol açmaktadır. Horkheimer'ın eleştirdiği bir diğer önemli nokta, bu anlayışlardaki duyumlara karşı olan aşırı güven, bilimsel değişimin ve hareketliliğin kavranmasına engel olarak duyumları mutlaklaştırmasıdır (Daştan, 2017, s. 50 -51). Horkheimer'ın getirdiği eleştiriler, toplumsal teori için alternatif bir epistemoloji ve metodoloji geliştirilmesini sağlamıştır (Fırıncıoğulları, 2018, s. 53). Bir başka deyişle, eleştirel teori, Horkheimer'ın pozitivizm, ampirizm ve rasyonalizme getirdiği eleştirilerden temellenmiştir.

Frankfurt Okulu'nun ABD'de kalan en önemli üyelerinden biri Marcuse'dir. Marcuse, 1960'lı yıllarda yazdığı eserlerde cinsiyet eşitsizliği, ırkçılık, eğitimin niteliksizleşmesi ve çevre kirliliği gibi sorunları irdelenmiş; ayrıca, tüm dünyada öğrenci hareketlerinin fikir önderlerinden biri olmuştur (Magee, 1985, s. 59).

Marcuse, teknolojinin toplumsal yaşam üzerindeki olumsuz etkilerini irdelenmiştir. Marcuse'ye göre, teknoloji toplumdaki yabancılaşmayı ve bilinçsizliği azaltmak yerine arttırmıştır. Kapitalist sistemde, teknoloji ve bilim sayesinde emeğin üretkenliğinin artması tüketimin arttırılmasını zorunlu kılmıştır. Tüketimin yaygınlaştırılması için reklamlar, öğreti aşılama ve planlı eskitme metotları kullanılmıştır. Bu metotların etkili olabilmesi için yönetenler tarafından dayatılan ve savurganlıkla bütünleştirilmiş iyi yaşam ideali direniş olanaklarını yok etmiştir. Refah devleti sayesinde oluşan ekonomik bolluk ve refah, politik özgürlüklerin sınırlandırılmasına yol açmıştır. Tüketim olanaklarının kolaylaştırılması ve yaygınlaştırılması sayesinde bireylerin özlemlerinde, duygularında elde ettikleri doyum düşünmeyi ve hayal etmeyi yadsımlarına neden olmuştur (Marcuse, 1990, s. 44-45). Egemenler tarafından üretilen yanlış bilinç topluma kabul ettirilmiş ve ideolojik egemenlik iktidarın totaliter yönetimiyle değil, teknoloji ve bilim sayesinde meşrulaştırılmıştır (Özek, 2019, s. 1543).

Marcuse'ye göre, insanların tüketim alışkanlıkları sahte ihtiyaçlar yoluyla oluşturulmaktadır. Bunun sonucunda, insanlar kendilerini tükettikleri aracılığıyla tanımlamaktadır. Üretim güçlerini ellerinde bulunduranların yeni tahakküm aracı bu olmuştur. Bireyler kendi benliklerini toplumun onlara dayattığı biçimde şekillendirmiş,

kendilerine sunulan varoluşla bütünleşmiş ve sistemin değerlerini içselleştirmiştir. Tüketim alışkanları birer yaşam öğretisi halini almıştır. Kitle iletişim araçları ve teknolojinin etkisiyle reklamlar belirli yaşam biçimlerini aşılabilir. Yaratılan evren sayesinde bireylere “tek boyutlu düşünce ve davranış kalıpları” kabul ettirilmiştir. Söylem evreninin dışına çıkmak isteyen özlem, düşünce ve hedefler ise engellenmiştir (Marcuse, 1990, s. 9-11).

Kitle iletişim araçları, bilginin yönlendirilmesine ve sınırlandırılmasına hizmet etmektedir. Bireylere gerçek yaşam hakkında bilgi vermek yerine eğlencenin ön planda olduğu, yaşamın gerçeklerinden uzaklaştırmak için bir illüzyon yaratılmaktadır. Ticari radyo ile televizyon bir yönlendirme ve baskı aracı olarak iktidarı elinde bulunduranlar tarafından kontrol edilmektedir. Muhafazakar düşünceler ve otantik kültürler dışlanırken; kitle iletişim araçları sayesinde kapitalist toplumun sosyal ve kültürel alışkanlıkları yeniden üretilmektedir (Varol, 2011, s. 121-122).

Marcuse, dünyadaki sosyalist yönetim biçimlerine de eleştiriler getirmiştir. Marcuse’ye göre, ilerlemiş kapitalizm ve reel sosyalizm birbirlerine benzemektedir. Sosyalist toplum insanların yabancılaşmasını önlemeli, insanların kadın ve erkek olarak varoluşlarını dayanışma içinde belirleyebilmesini sağlamalı ve yaşam sosyalist toplumda kapitalist toplumdan farklı olmalıdır. Ancak, reel sosyalizm niteliksel açıdan farklı bir topluma geçmeyi amaçlamamıştır. Aksine, reel sosyalizm, üretim güçlerinin etkinliğinin artırılmasını, emeğin verimliliğinin daha iyi hale getirilmesini ve üretilen ürünlerin düzgün bir şekilde paylaştırılmasını kendisine hedef olarak seçmiştir (Magee, 1985, s. 61).

Özetle, her üç düşünür de dünyaya eleştirel bir yönelimle bakmış ve kapitalist sistemin yarattığı sorunlara odaklanmıştır. Altyapıdan çok üstyapıyı çözümlemelerine yönelmişlerdir. Frankfurt Okulu’nun düşünceleri, iletişim bilimleri de dahil olmak üzere farklı sosyal bilim dallarındaki araştırmacıları da etkilemiştir. Sözü edilen düşünürlerin temel amacı, insanları yanlış bilinçten kurtararak onların özgürleşmelerini sağlamak olmuştur.

2.2. Uluslararası Medyada Tekelleşme ve Kültürel Emperyalizm

Çalışmanın çözümleme bölümünde incelenen kültür endüstrilerinin ürettiği kültürel metaların merkez, yarı-çevre ve çevre ilişkileri çerçevesinde nasıl bir akış

gerçekleştirdiğinin anlaşılması için “uluslararası medyadaki tekelleşme”nin irdelenmesi önem taşımaktadır. Aynı zamanda, çalışmanın kuramsal yaklaşımını oluşturan Dünya Sistemler Teorisi ile bağlantılı olan “kültürel emperyalizm” kavramının da yorumlanması gerekli görülmüştür. Dolayısıyla, bu alt başlık altında uluslararası medya alanındaki tekelleşme eğilimleri ve etkileri vurgulanmış; ayrıca, kültürel emperyalizm kavramı çerçevesinde Herbert Schiller’in düşüncelerine yer verilmiştir.

2.2.1. Uluslararası medyada tekelleşmenin etkileri

Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle büyük şirketler uluslararası medya alanına yatırımlarını arttırmıştır. Tüm dünyada uygulanan neo-liberal politikalar medyayı da etkilemiş, uluslararası şirketler düzenlemelerin az olduğu ülkelerde istedikleri alana yatırım yapmışlardır. Kârlarını arttırmak amacıyla birçok şirket medya alanına ilgi duymuş; dikey, yatay ve çapraz tekelleşmelerle piyasadaki yoğunluk her geçen gün artmıştır.

Uluslararası medya alanında tekelleşmenin nasıl gerçekleştiğinin anlaşılması için tekelleşme biçimlerinin bilinmesi önem taşımaktadır. Üç çeşit tekelleşme biçimi vardır. *Yatay tekelleşme*, medya alanında en çok gerçekleşen tekelleşme eğilimidir. Yatay tekelleşme, şirketlerin etkinlik gösterdikleri belirli bir alt sektörde birden fazla ürünle ya da kuruluşla farklı hedef kitleleri ve piyasayı kontrol etmeye çalışmalarıdır. Magazin dergisine sahip olan bir şirketin, spor dergisi satın alması yatay tekelleşmeye örnektir. *Dikey tekelleşme*, metaların hammadde, üretim ve dağıtım süreçlerinin tek bir merkezden kontrol altına alınmasını sağlamaktadır. Örneğin, medya endüstrisinde yatırım yapan bir şirketin dağıtım şirketi satın alıp tüm süreci yönetmesi dikey tekelleşmeye örnektir. *Çapraz tekelleşme* ise tek bir kitle iletişim aracına sahip olan bir şirketin farklı alanlardaki sektörlerle yatırımlarını yönlendirerek etkinliklerini yaygınlaştırmasıdır. Ayrıca, sanayi ve hizmet alanında yatırımları bulunan bir şirketin medya alanında yatırımlar yapması da çapraz tekelleşmeye örnektir (Dağtaş, 2012, s. 40-41).

Neo-liberalizmin sonucu olan yeni emperyalizm çağı medya alanını da dönüştürmüştür. Merkez ülkelerin çokuluslu şirketleri, küreselleşmeyle birlikte yarı-çevre ve çevre ülkelerin ekonomilerini işgal etmiş ve bu ülkelerin seçkinleri de kendi çıkarlarına olan neo-liberal politikaları desteklemiştir. Sermayenin yayılımı tüm dünyada üretim

süreçlerini etkilemiş ve yeni iletişim teknolojileri de yeni emperyal düzenin oluşmasına katkı sağlamıştır (Çoban, 2006, s. 3). Büyük sermayelere sahip medya şirketleri deregülasyon politikaları sayesinde uluslararasılaşmış, neo-liberal politikaların bir sonucu olarak kamu yararına ve hizmetine yönelik düzenleyici kurallar kaldırılmıştır (Adaklı, 2010, s. 68). Medya kuruluşları daha da ticarileşmiş ve tek amacı daha çok sermaye birikimi olan şirketlere dönüşmüştür. Yatay, dikey ve çapraz tekelleşme yoluyla büyüyen şirketler, ürettikleri metaların daha çok tüketilmesine yönelik bir politika izlemiştir. Kitle iletişim araçları tarafından üretilen içerikler de bu süreçten etkilenmiş; kültür, sanat ve eğlence ürünleri tüm dünyada tekelleşen iletişim araçları sayesinde tektipleştirilmiştir (Büyükbaykal, 2008, s. 45).

20. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak uluslararası medya alanında yoğunlaşma artmış ve çokuluslu şirketler piyasanın büyük bir bölümünü ele geçirmiştir. Medya alanında birçok farklı alanda etkinlik gösteren şirketler dikey ve yatay tekelleşme yoluyla radyo, sinema, televizyon ve gazete sektörlerine yatırım yapmış ve yerel kanalları da satın alarak büyümüşlerdir. Günümüzde uluslararası geleneksel medya AOL-Time Warner, Walt Disney, ViacomCBS, News Corporation ve Bertelsmann gibi çoğunlukla ABD merkezli çokuluslu şirketler tarafından yönetilmektedir (Pravdova, 2019, s. 111-112). Tablo 2.1. beş büyük şirketin etkinlik alanlarını ve sahip oldukları önemli kuruluşları göstermektedir.

Tablo 2.1. *Uluslararası medya alanında etkinlik gösteren şirketler*

Şirket Adı	Kuruluş Yeri	Etkinlik Alanı	Sahip Olduğu Önemli Kuruluşlar
Time Warner ¹⁴	ABD	Sinema - Tv	HBO – CNN – TNT - TBS
Walt Disney ¹⁵	ABD	Tv - Yayıncılık - Eğlence Parkı - Çevrimiçi Yayıncılık - Sinema-Radyo - Müzik	ABC - Disney Channel - Marvel Studios - ESPN
ViacomCBS ¹⁶	ABD	Tv - Sinema-Müzik - Radyo	MTV - CH1 - Paramount Pictures - CBS
News Corp ¹⁷	Avustralya	Tv – Sinema – Radyo – Yayıncılık - Gazetecilik	21st Centruy Fox - Fox Broadcasting Company - The Wall Street Journal
Bertelsmann ¹⁸	Almanya	Tv – Radyo - Yayıncılık	Bertelsmann's Penguin Random House - RTL Tv - RTL Radio

¹⁴(Napoli ve Dwyer, 2018).

¹⁵(Havard, 2020).

¹⁶<https://pitchbook.com/profiles/company/10610-65#overview> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).

¹⁷(Kreft, 2019).

¹⁸(Artero, Flynn ve Guzek, 2019).

Tablo 2.1.'de gösterilen şirketler birçok farklı alanlarda etkinlik yürütmektedir. Rupert Murdoch'ın sahibi olduğu News Corporation, yatay ve dikey tekelleşme yoluyla dünyada birçok farklı ülkede medya kuruluşuna sahip olmuştur. Yatırımlarına Avustralya'da gazetecilik alanında başlayan News Corporation, ABD ve İngiltere başta olmak üzere birçok ülkede televizyon, gazete, kitap ve sinema endüstrilerinde büyük pay sahibidir. Şirket medya alanında o kadar büyük bir etkiye sahiptir ki, şirketin sahibi Murdoch "global köyün iletişim bakanı" olarak adlandırılmaktadır (Kreft, 2019, s. 147-149). Almanya merkezli Bertelsmann ise Avrupa'nın en büyük medya şirketidir. Bertelsmann'ın ülkede 60 televizyon ve 31 radyo istasyonunun sahibidir. Ayrıca, dünyanın en büyük yayınevlerinden biri Bertelsmann şirketine aittir (Artero, Flynn ve Guzek, 2019, s. 303-304). Kurulduğunda animasyon filmler üreterek medya alanında hizmet veren Walt Disney şirketi, kurucusu Walt ve Roy kardeşlerin ölümünden sonra dünyaya açılmıştır. Eğlence parkları da kuran şirket, medyanın birçok alanında etkinlik yürütmektedir. Amerika merkezli şirket Pixar, Marvel Studios, Lucas Film gibi film şirketlerini satın alarak uluslararası film şirketleri arasında önemli bir yer edinmiştir (Havard, 2020, s. 3).

Yeni medya da geleneksel medya gibi yoğunlaşmış bir yapıya sahiptir. ABD merkezli büyük şirketler yeni medyayı kontrol etmektedir. Özellikle yeni medyanın en önemli parçalarından olan sosyal medya şirketleri dünyanın en değerli şirketleri arasındadır. Sosyal medya şirketleri, gelirlerini ve etkiledikleri insan sayısını her geçen yıl arttırmaktadır. 2019 yılı verilerine göre, Instagram'ın da sahibi olan Facebook'un marka değeri 88.9 milyar dolardır. Facebook marka değeri olarak dünya sıralamasında beşinci sıradadır. Youtube'un da sahibi olan Google ise 167.7 milyar dolarlık marka değeri ile dünya listesinin ikinci sırasındadır.¹⁹ Büyüklükleri ve etkiledikleri insanlar sayesinde yeni medya her geçen gün geleneksel medya kuruluşlarının önüne geçmektedir. Youtube, Netflix, Facebook, Google, Amazon ve Apple gibi uluslararası etkinlik gösteren firmalar, medyanın yapısını değiştirmekte ve iletişim alanında daha önemli bir yer kaplamaktadır (Rohn, 2019, s. 146).

İnternet üzerinden çevrimiçi yayın yapan sağlayıcılarda ABD merkezli şirketlerin hegemonyası bulunmaktadır. Abonelik sistemine dayanan Amazon Prime, Hulu,

¹⁹<https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/05/22/the-worlds-most-valuable-brands-2019-apple-on-top-at-206-billion/?sh=19c1a25e37c2> (Erişim Tarihi: 12.01.2021).

Youtube Premium ve Netflix gibi platformlar dijital teknolojiler sayesinde bir tür sanal sinema ortamı yaratmaktadır. Gün geçtikçe sinema salonlarının ve televizyonların yerini alan bu platformlar üye sayılarını tüm dünyada arttırmaktadır. Netflix'in 2018 yılı verilerine göre 125 milyonun üstünde abonesi bulunmaktadır (Ekinci, 2019, s. 228). Amazon Prime ise aslında dünyanın en büyük çevrimiçi alışveriş sitelerinden olan Amazon.com'un kuruluşudur. Çevrimiçi yayıncılık sektörüne giren Amazon, Amazon Prime üyeliği satın alan müşterilerine Amazon.com'dan ücretsiz kargo hizmeti de sunmaktadır. Amazon'un yıllık bütçesi 4.5 milyar dolarken, Netflix'in ise 8 milyar dolardır. En büyük üçüncü çevrimiçi yayın yapan sağlayıcı da Hulu'dur. Hulu, ABD'de 20 milyondan fazla üyeye sahiptir. Birçok büyük şirketin ortaklığında olan şirketin %60'ı Walt Disney tarafından kontrol edilmektedir. AT&T, Comcast gibi şirketlerin de ortak olduğu Hulu, sektörde etkinliğini arttırmak için Facebook, Yahoo, Msn ve Myspace gibi şirketlerle birçok anlaşma imzalamıştır. Son olarak, Youtube öne çıkan ilk çevrimiçi yayın sağlayıcıdır ve diğer şirketlere ilham kaynağı olmuştur. Kullanıcılarının kendi yükledikleri amatör videoları yayınlamasını sağlayan platform, reklam gelirlerinin bir kısmını içerik üreticilerine ödeyerek büyük bir başarı kazanmıştır (Shattuc, 2020, s. 150-153). Youtube kendi orijinal içerikleriyle birlikte farklı özelliklerde eklediği Youtube Premium uygulamasını sunarak, paralı abonelik sistemini de eklemiştir. Sözü edilen dört büyük şirket, uluslararası çevrimiçi yayıncılık sektörüne dikey, yatay ve çapraz tekelleşmeler yoluyla egemen olmuştur. Büyük sermayelere gereksinim duyulan bir sektör olan çevrimiçi yayıncılık alanı, ABD merkezli büyük şirketlerce yönetilmektedir.

Uluslararası medya alanında tekelleşmenin birçok olumsuz etkisi olmuştur. Tekelleşme, kapitalist pazarın sürekli genişlemeye ve ekonomik olarak büyümeye odaklı yapısının bir sonucudur. Liberal çoğulcu kuramlar serbest piyasanın sadece olumlu yanlarını ve bireyi ön plana çıkarırken; tekelleşmenin dinamiklerini göz ardı etmiştir. Kamu tekelinin olumsuzlanması ve serbest pazarın ise özgürlükler ve demokrasinin en önemli ayağı olduğu yaklaşımı, tekellerin alt sınıfların kaynaklarını nasıl çaldığını gizlemeye yönelik stratejileri oluşturmuştur (Erdoğan, 2002a, s. 418).

Uluslararası medya alanında gerçekleşen tekelleşme, dünya çapında yayın yapan kuruluşların sayısının azalmasına neden olmuştur. Medya endüstrisine yatırım yapmak için büyük sermayelere gereksinim duyulmaktadır. Özellikle uluslararası boyutta bir

medya şirketi kurmak, çok yüksek miktarda sermaye birikimini zorunlu kılmaktadır. Sektöre giriş maliyetlerini çevre ülkelerin şirketlerinin karşılaması mümkün değildir. Bu yüzden, az gelişmiş ülkeler kendi medya yapılarını oluşturamamaktadır. Uluslararası medya, merkez ülkelerin elitleri tarafından yönlendirilmekte ve yayınlarda kamu çıkarları yerine kişilerin öznel çıkarları önem kazanmaktadır (Çelik, 2015, s. 738).

Uluslararası medya alanında tekelleşmenin en önemli etkilerinden biri içeriklerdeki tektipleşmedir. Benzer ürünler aynı şablonlar üzerinden farklı şekiller ve teknikler kullanılarak izleyiciye sunulmuştur. Tüm içeriklerde eğlence ögesi ön plana çıkmış, habercilik alanı bile bu durumdan etkilenmiştir. Kamu yararına yapılan yayıncılığın yerini, reklam piyasası tarafından şekillendirilen ticari yayıncılık almıştır (Adaklı, 2010, s. 69-70).

Mevcut kapitalist sistemin devamlılığı ve tüketim kültürünün oluşturulmasının en önemli aracı uluslararası medya şirketleridir. Kitle iletişim araçları, ortak davranış kalıpları ve alışkanlıklar üretmektedir. Reklamlar yoluyla tüketicinin sürekliliği sağlanmakta ve oluşturulan içeriklerle tüketim alışkanlıkları yönlendirilmektedir. Küresel düzende egemen olan şirketler, oluşturdukları sistem sayesinde kârlarını arttırmakta ve tüm dünya da tüketicilerin seçimlerini yönlendirmektedir (Kadioğlu, 2014, s. 23). Uluslararası medya şirketleri, çevre ülkelerin ekonomik kaynaklarını sömürdükleri gibi aynı zamanda, bilinç üzerinde de egemenlik kurmaktadır. Dünya sisteminde oluşan hiyerarşiyi ve kendi varoluşlarını meşrulaştırmak için tekelleşmiş medya şirketleri bilinç yönetimine başvurmaktadır (Erdoğan, 2002a, s. 419).

Uluslararası şirketler, dikey ve yatay tekelleşme yoluyla dünyadaki iletişim piyasasına egemen olmuştur. Çapraz tekelleşmelerle yatırım yaptıkları alanları çeşitlendirmişler ve sermaye birikimlerini arttırmak için medyadaki güçlerini kullanmışlardır. Benzer gelişmeler, yeni medya alanında da gerçekleşmiştir. Yeni medya da geleneksel medya gibi tekelleşmiştir. Özellikle ABD merkezli şirketler, tüm dünyada sayısal iletişim piyasasını kontrol etmektedir. Merkez ülkeler, neo-liberal politikaların desteğiyle uluslararası medya üzerinde hâkimiyetlerini kurmuştur. Bu anlamda, merkezin egemenliğinin en önemli sonucu “kültürel emperyalizm” olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.2. Kültürel emperyalizm ve kültür endüstrisi

Teknoloji alanında 20. ve 21. yüzyılda gerçekleşen ilerlemeler dünyada hızlı bir değişimin yaşanmasını sağlamış; buna eşlik eden ekonomik ve siyasal gelişmeler de dünyanın küresel bir köye dönüşmesine neden olmuştur. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler küreselleşmeyi hızlandırmıştır. Oluşan küresel ekonomi Batılı devletlerin hegemonyalarını devam ettirmelerine yardımcı olmuştur. Batı dünyası diğer devletler üzerinde hegemonyasını askeri güç kullanarak değil; elde ettiği zenginliğin sonucunda kurduğu sistemin ürettiği anlayışlar ve kavrayışlar sayesinde sürdürmektedir. Bunun en önemli araçlarından biri de geleneksel ve yeni medyadır (Şimşek, 2003, s. 76).

Neo-liberal politikaların 1980’li yıllarda yaygınlaşmasıyla sermaye uluslararası bir boyut kazanmış ve küreselleşen ekonomik düzende yeni yapılar ve çelişkiler oluşmuştur. Devletlerin yapıları ve uluslararası ilişkiler küreselleşmeden etkilenmiştir. Küreselleşmeyle ulus devletler ekonomilerini, kültürlerini hatta dillerini kontrol etme gücünü kaybetmiştir. Merkez güç küresel piyasanın, uluslararası firmaların ve küreselleşmiş iletişim kanallarının eline geçmiştir. Sermaye ile finansal araçları kontrol eden aygıtlar, bilgi ve haberleşme alanında da egemenlik kurmuşlardır. Küreselleşmeyi destekleyen en önemli etken ise yeni bilgi teknolojileri olmuş ve iletişim kanalları sürecin gerçekleşmesini mümkün kılmıştır (Konak, 2011, s.151-152).

George Ritzer (2011), küreselleşme olgusuna farklı bir açıdan bakmış ve küreselleşmeyi “McDonalddlaştırma” olarak irdelemiştir. Bu kavram, farklı ülkelerdeki toplumların değerlerinin, tüketim alışkanlıklarının ve pratiklerinin benzeşmesini tanımlamak için kullanılmıştır (Dağtaş ve Yıldırım, 2018, s. 103).

Ritzer, McDonalddlaştırma kavramını “fast-food restoranlarının temelindeki ilkelerin, Amerikan toplumunun ve dünyanın geri kalan kısmının gitgide daha fazla kısmına egemen olma süreci” (Ritzer, 2011, s. 23) olarak tanımlamaktadır. McDonalddlaştırma süreci sadece yemek sektörünü etkisi altına almamıştır. İş, aile, eğitim, seyahat, sağlık, politika gibi toplumun birçok yapısı bu süreçten etkilenmiştir. Dünyanın en etkiye kapalı bölgeleri ve kurumlarına bile bu süreç yayılmıştır.

Ritzer’e göre, “McDonalddlaştırma”nın dört temel boyutu bulunmaktadır. Birinci boyut, verimlilik. Verimlilik, yapılan eylemlerin en uygun şekilde yönetimidir. İnsanlar

tercihlerini yaparken en verimli gözükeni seçmekte; çalışan kesim, yönetmelikler ve kurum içi kurallarla en etkili şekilde çalıştırılmaktadır. İkinci boyut, *hesaplanabilirlik*dir. Burada, sunulan hizmetin ve ürünlerin niceliğine vurgu yapılmaktadır. Harcanan zaman, emeğin ücreti, tüketilen ürünün boyutu ve ücreti kolayca hesaplanabilmektedir. Üçüncü boyut, *öngörülebilirlik*dir. Ürün ve hizmet zaman ve mekân fark etmeksizin aynı özelliklere sahiptir. Standartlaşma sayesinde tüketicinin seçenekleri sınırlandırılmaktadır. Dördüncü boyut ise *denetim*dir. Çalışanlar ve tüketiciler, oluşturulan sınırlarla denetim altında tutulmaktadır. Kullanılan teknolojiler ve kurallar, tüketicilerin belirli kalıpları kabul etmesini sağlamaktadır. Çalışanlar ise kurumların çalışma biçimleri ve ilkeleriyle denetim altına alınmaktadır (Ritzer, 2011, s. 34-37). Küreselleşme sayesinde fast-food restoranlarında etkili olan bu dört temel ilke, toplumsal yaşamın her alanına ve tüm dünyaya yayılmıştır.

Afrika ve Amerika Kıtaları'nın keşfiyle başlayan küreselleşme eğilimi kentleşme, endüstri devrimi, Afrika ve Amerika Kıtası'ndaki insanların köleleştirilmesi gibi yeni bir ekonomik yapı oluşturmuştur. Meta ilişkileri yeni bir boyut kazanmış ve yerel pazarlar uluslararası pazara eklemlenmiştir. Sermayenin egemenlik kurduğu bu yeni sistemde küreselleşme kapitalizmle birlikte gelişmiştir (Talas ve Kaya, 2007, s. 151). Küreselleşme olgusu, kapitalizmin kendi dinamikleriyle vardığı bir aşamayı temsil etmektedir. Artık, küresel piyasa ulus-devletlerin denetiminden çıkmıştır. Meta zincirleri tüm dünyayı sarmıştır (Ayhan, 2014, s. 85). Kapitalizmin yarattığı sınırsız sermaye birikimi, sistemin genişleyerek tüm dünyaya yayılmasını sağlamış ve eşitsiz bir hiyerarşi ilişkisi doğurmuştur. Aynı zamanda, makineleşme de tüm dünyada yaygınlık kazanmış ve toplumsal yaşamın özünü belirlemiştir. Makineleşmenin insan yaşamına en büyük etkisi ise küresel sistemde kitle iletişim araçlarının değişim göstermesi olmuştur (Şimşek, 2003, s. 78).

İletişim alanında gerçekleştirilen teknolojik yenilikler küreselleşmenin teknik altyapısının oluşmasına neden olmuş, dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanlar arasında toplumsal, ekonomik ve kültürel bağlar kurmuştur. İnsanları fiziksel olarak bir araya getirmeden aralarında bağlar oluşturan medya, küreselleşmenin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Merkezileşmiş ve gelişmiş iletişim ağları tüm dünyaya benzer tüketim ve eğlence kalıplarını sunmuştur. Özellikle yazılı medyanın karşısında elektronik

medyanın artan gelişimi, dünyanın tek bir mekân haline geldiği ve sınırların yok olduğu fikrini doğurmuştur (Ayhan, 2014, s. 87-88).

Neo-liberal politikaların bir sonucu olan özelleştirme ve kuralsızlaştırma gibi düzenlemeler, büyük medya şirketlerinin çıkarlarına hizmet etmiştir. Küresel çapta medya araçlarının ürettiği içerikler birer metaya dönüşmüştür. Neo-liberal politikaların en önemli sonuçlarından biri küresel iletişim piyasasının Batılı kapitalist şirketlerin eline geçmesi olmuştur (Yaylagül, 2019, s. 148). Özellikle ABD’li şirketlerin dünya iletişim piyasasını kontrol etmesi tüm dünya çapında “Amerikanlaşma”ya yol açmıştır. Dünyadaki toplumların yaşam biçimleri, dünyaya bakış açıları ve tüketim kalıpları benzer hale gelmiştir. Kültürün homojenleşmesi, çevre bölgelerin yerel geleneklerine ve bölgesel özelliklerine zarar vermiştir. Kültürel alanda gerçekleşen bu değişimler, yeni bir sömürgecilik anlayışının şekillenmesine neden olmuştur (Talas ve Kaya, 2007, s. 153).

Küreselleşme, yeni bir emperyalizm olgusunu beraberinde getirmiştir. Sömürgecilik faaliyetleriyle dünyayı egemenlik altında tutan merkez, sömürgeciliğin çözülmesiyle emperyal politikalarına yeni bir boyut kazandırmıştır. Edward Said’e (1998) göre, emperyalizm uzak topraklarda egemenlik kurmuş merkezin kendisinden güçsüz ülkeleri egemenlik altında tutması anlamına gelmektedir. Emperyalizm basit bir ele geçirme ya da birikim yapma süreci değil; merkeze bağlı olan ülkelerin kültürel düşüncelerini değiştirme, halklarını egemenlik altına alma, egemenlikle ilişkili olan düşünce biçimlerini ideolojik olarak oluşturma ve geliştirme anlamına gelmektedir (Said, 1998, s. 40). Modern dünya-sisteminde emperyalizmi olanaklı hale getiren etken ise, merkez ülkelerin rıza üretme mekanizmalarıdır. Bu da ancak, çevrenin üzerinde kültürel olarak egemenlik kurulduğunda başarılı olmaktadır.

Kültürel emperyalizm kavramı, özellikle 1960’lı yıllarda gündeme gelmiştir. John Tomlinson, kültürel emperyalizm kavramını “yabancı bir kültürün değer ve alışkanlıklarını, yerli bir kültür pahasına yüceltmek için ekonomik ve siyasi güç kullanması” (Tomlinson, 1999, s. 14) olarak açıklamıştır. Schiller ise kültürel emperyalizmin, emperyalizmin bir alt sistemi olduğunu belirtmiştir. Schiller’e göre, medya, endüstriden ve ekonomiden bağımsız değildir. Medyanın görevi tüketici sayısını arttırmak ve yeni tüketim kalıpları yaratmaktır. Medyanın ideolojik ve kültürel çıktıları, oluşturulan ekonomik düzenin devamını sağlamaktadır. Şirketler tarafından oluşturulan

düzen medyaya bağımlı haldedir. ABD'nin kültürel metalarının en önemli ihracat alanı özellikle çevre ülkelerdir. Kültürel metalar sayesinde ABD, uluslararası ideolojiyi yeniden yapılandırmakta ve düzenlemektedir (Schiller, 1991, s. 14).

Schiller, medyanın ekonomi politik güç odaklarından bağımsız hareket etmediğini ve eleştirel bir tutum sergilemediğinin altını çizmiştir. Schiller'e göre, ABD ve Batı merkezli uluslararası şirketler medya alanında egemen haldedir. Dünya ülkelerinin büyük bir bölümü teknoloji, enformasyon, eğlence ve kültürel ürünler bakımından ABD'ye bağımlıdır. Medyadan tek yönlü olarak gerçekleşen enformasyon akışı hem çevre ülkelerin ekonomik ve siyasi bağımsızlığını tehdit etmekte hem de kültürel emperyalizme neden olmaktadır (Schiller, 1969'dan aktaran Yaylagül, 2018, s. 14-15).

Schiller'e göre, kârlılık, özel mülkiyetin ve tüketim kültürünün özendirilmesi için çalışan kültür endüstrisi yönlendirme ve bilinç içeriği oluşturmak için beş temel mit üzerinden ilerlemektedir. Birinci mit, *bireysellik ve kişisel tercih miti*dir. Bireysel tercih, özgürlükle özdeşleştirilmiş ve Batı'nın başarısının en büyük nedeni olarak görülmüştür. Pazar ekonomisi, kişisel tercih miti sayesinde meşrulaştırılmıştır. İkinci mit, *yansızlık miti*dir. Kapitalist sistemin egemen olduğu ülkelerde, insanlar hükümetin, eğitimin, bilimin ve sosyal kurumların yansız olduğuna inandırılmıştır. Özellikle medya yansız olarak görülmüştür. Ancak, medya kuruluşları gelirlerini yayınladıkları reklamlardan elde eden ticari şirketlerdir. Üçüncü mit, *değişmeyen insan doğası miti*dir. Özel mülkiyet temelinde inşa edilmiş ekonomik, sosyal ve bireysel çatışmaların önüne geçmek için medya meşrulaştırma aracı olarak kullanılmaktadır. Statükoya hizmet eden medya insanı değişmez bir varlık olarak yansıtmaktadır. Medya, sosyal ilişkilerin ve ekonominin zararına olan kurumların tartışılmasını engellemektedir. Orta sınıf imajında insanlar birleştirilerek, işçi ve işveren arasındaki ayrım önemsizleştirilmektedir. Seçkinlerin kontrolündeki medya, güçlü şirket ve kuruluşların sömürü faaliyetlerini meşrulaştırmaktadır (Schiller, 1993, s. 19-31).

Dördüncü mit, *sosyal çatışmanın mevcut olmadığı miti*dir. Toplumsal sorunlar göz ardı edilmekte ve gündeme getirilmemektedir. İletişim kanallarıyla yayılan eğlence ve kültür ürünleri toplumsal çatışmanın gizlenmesine hizmet etmektedir. Beşinci mit ise, *medya çoğulculuğu miti*dir. Kültür ve enformasyon çeşitliliğine ve kişisel tercihlerin özgürlüğüne vurgu yapılmaktadır. Sayısal olarak fazla gözükken medya kuruluşları belirli bir grup seçkinin kontrolündedir. Enformasyon tekdüze hale gelmiş, fikir

çeşitliliği haberlerin içerisinde kaldırılmıştır. İletişim endüstrisinin tekelci yapısı, sahiplerinin çıkarları ve ideolojilerine hizmet etmektedir. Enformasyon ve eğlence sektörü ürünleri birbirlerinin yapay kopyalarıdır. Sayısal olarak fazla ancak, içerik olarak birbirine benzeşen iletişim kanalları bireyde seçim yapabilme şansı olduğu yanılsamasını oluşturmaktadır. Kaldı ki, ticari kurallara göre çalışan medya bir grup elitin sahipliğinde benzer içerikleri üretmektedir (Schiller, 1993, s. 31-42).

Günümüz kapitalist sistemindeki bağımlılık ve sömürü ilişkisi serbest enformasyon akışı miti sayesinde sürdürülmektedir. Merkezden çevreye gerçekleşen tek yönlü enformasyon akışı, var olan düzenin ve iktidar yapısının pekiştirilmesini sağlamaktadır (Yaylagül, 2018, s. 15). Kültürel emperyalizm, ABD ve Batı'nın ekonomik ve askeri gücünün yanı sıra, "soft power" olarak da öne çıkmasını sağlamaktadır. Böylece, özellikle ABD'nin küresel emperyal pozisyonu güçlenmekte ve "hard power" olma konumu kültürel emperyalizm aracılığıyla desteklenmektedir (Schiller, 1991, s. 18).

Küresel kapitalist düzen, tüketimin yaygınlaştırılması üzerine kurulmuştur. Ekonomik olarak gelişmiş merkez ülkelerin bünyesindeki çokuluslu şirketlerin gerçek amacı, arzettikleri metaların diğer ülkeler tarafından talep edilmesini sağlamaktır. Bu yüzden, Batılı şirketler dünya düzeyinde tüketimin yaygınlaştırılmasını kendilerine hedef edinmişlerdir. Gerektiğinde farklı coğrafyalara ait kültürel değerler bile Batılı ambalajlarla paketlenerek, teknolojik ve ekonomik olarak Batı'ya bağımlı yarı-çevre ve çevre ülkelere satılmaktadır (Tanrıöver ve Kırılı, 2015, s. 140-141).

ABD kültür endüstrisi, hegemonik gücünü uluslararası medya alanında da sergilemekte ve metalaşmış kültürü tüm dünyaya pazarlamaktadır. ABD, sistemden en çok çıkar sağlayan ülke olarak sistemin sürdürülebilirliği için kendi ideolojisinin propagandasını da yapmaktadır (Özel, 2019, s. 78). Günümüzde kültürel tahakküm, ABD başta olmak üzere Batılı devletlerin az sayıdaki medya şirketi tarafından üretilmektedir. Bu anlamda, dengesiz ve eşitsiz olarak gerçekleşen enformasyon akışı çokuluslu şirketler tarafından yönlendirilmektedir. Böylece, merkez ülkelerin değerleri ve ideolojisi tüm dünyada egemen kılınmaktadır (Dağtaş ve Yıldırım, 2018, s. 106-107).

Bununla birlikte, kültürel emperyalizm kavramına yönelik eleştiriler de yöneltmiştir. Bireyler ve toplumlar, her ne kadar büyük şirketler tarafından yönlendirilmeye çalışsa da kendi istedikleri içerikleri tüketebilmektedirler. Bir başka deyişle, bireyler özgürce

seçim yapabilmektedir. Ayrıca, okuluslu Şirketlerin temel amacı kültürü yönlendirmek değil, istedikleri tüketim alışkanlıklarını yerleőtirmekdir. Bu bağlamda, Batı dışındaki toplumlara bakıldığında hâlâ yerel özelliklerini koruyan birçok toplum bulunmaktadır. Bu toplumlar, zgn yaşam pratiklerini ve kültürel alışkanlıklarını sürdürmektedir (Tanrıöver ve Kırılı, 2015, s. 141-142).

Özetle, kültürel emperyalizm kavramı eleştiriler alsa da kapitalist sistemin yarattığı yeni uluslararası iletişim düzeninde enformasyon akışı tek yönlü olmaktadır. Merkezin büyük okuluslu Şirketleri tarafından kontrol edilen medya sektörü, yarı-evre ve çevreyi kültürel olarak da bağımlı hale getirmiştir. Özellikle ABD merkezli büyük Şirketler medyanın her alanını kullanarak benzer kültürel ve tüketim kalıplarını tüm dünyaya yaymaktadır. Yerellik ve özgünlük ise her geçen gün yo k olmakta ve tektipleőtmiőt bir kültür yaygınlık kazanmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DÜNYA SİSTEMLER TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DEKİ KÜLTÜREL METALARIN AKIŞININ ÇÖZÜMLENMESİ

Araştırmanın üçüncü bölümünde, öncelikle literatürdeki ilgili çalışmalar değerlendirilmiş ve çalışmanın yöntemine yer verilmiştir. Bu bölüm altında ayrıca, doküman analizinin bulguları Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır.

3.1. Literatürdeki İlgili Çalışmaların Değerlendirilmesi

Bu başlık çerçevesinde, Türkiye’de yapılmış konuyla ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Literatür incelendiğinde, yapılan bu araştırmanın amacını ve içeriğini tam olarak karşılayan bir çalışma bulunamamıştır. Ancak, literatürde yapılan bu araştırma ile benzer yönleri olan ve kültür endüstri üzerine yazılmış birçok araştırmaya rastlanılmıştır. Bu araştırmalar; Mehmet Efe ve Ömer Bilgehan Sonsel’in *Türkiye’de Dinlenen Popüler Müziklerin İncelenmesi: Spotify Örneği*, Erdal Dağtaş, Nursen Aydın ve Çağrı Yılmaz’ın *Sinemanın Ekonomi Politikası: 2016 Yılı Verileri Üzerine Bir Değerlendirme* ve Cihangir Eker’in *Sosyal Medyada Paylaşılan Reklamların Kültür Endüstrisi ve Cinsiyetçilik Kavramları Bağlamında İncelenmesi* makaleleri ile Arcan Akduman’ın *Türkiye’de Toplumsal Yapının Değişim Süreci ve Müzik Endüstrisi* ve Işık Önder’in *Elektronik Kitap Olgusu ve Türkiye’de Durum* isimli tezleridir. Literatürdeki çalışmalar, araştırmaların problemi ve yöntemi açısından irdelenmiş ve böylece, Türkiye’deki kültür endüstrisinin Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde çözümlenmesi amacıyla yapılan bu araştırma ile ilgili çalışmaların benzerlik ve farklılıklarına yer verilmiştir.

Efe ve Sonsel’in (2019) yaptığı çalışmada *Spotify* üzerinden Türkiye’de en çok dinlenen elli şarkının sanatçıları, müzikal özellikleri ve şarkıların kültürel etkileri irdelenmiştir. Doküman analizinin kullanıldığı çalışmada 2019 yılının Temmuz ayı boyunca ilk elli listesinde yer alan şarkılara yer verilmiştir. Efe ve Sonsel’in (2019) çalışmasının Türkiye müzik endüstrisini *Spotify* listesi üzerinden değerlendirmesi ile listede yer alan şarkıların yerlilik ve yabancılık özelliklerine göre değerlendirmesi yapılan bu çalışmayla benzerlik göstermektedir. Efe ve Sonsel’in çalışması daha çok müzikal özelliklere odaklanırken; bu çalışma ise müzik dinlemenin ekonomik sonuçlarını irdellemektedir. Efe ve Sonsel’in çalışması sadece bir ayı incelerken, yapılan bu

çalışmanın dört senelik bir süreci değerlendirmesi farklılık göstermektedir. Bir diğer farklılık gösteren nokta ise, yapılan bu çalışma artı değer sömürüsü ile kültürel emperyalizm konularını merkeze alırken; Efe ve S onsel'in (2019) makalesi m üzik türlerine ve şarkıların içerdiği temalara odaklanmaktadır.

Dağtaş, Aydın ve Yılmaz'ın (2018) çalışmasında ise Türkiye'deki film endüstrisinin üretim, dağıtım ve tüketim aşamaları incelenmiştir. Çalışmada, doküman analizi yöntemi kullanılmış, *Box Office Türkiye* ve *Box Office Mojo*'nun 2016 yılı verileri çalışma için kullanılmıştır. Dağtaş, Aydın ve Yılmaz'ın çalışmasının Türkiye'deki film endüstrisine odaklanması ve benzer veri kaynaklarını kullanması yapılan bu çalışmayla benzerlik göstermektedir. Bir diğer benzerlik, her iki çalışmanın da film endüstrisine yönelik eleştirel bir tutum sergilemesidir.

Dağtaş, Aydın ve Yılmaz'ın (2018) makalelerinin odak noktası filmlerin Türkiye'deki üretim, dağıtım ve tüketim süreçleriyken; bu çalışma, Türkiye'deki film endüstrisinin uluslararası alandaki eşitsiz mübadele koşullarından nasıl etkilendiğine odaklanmaktadır. Bir diğer farklı nokta Dağtaş, Aydın ve Yılmaz'ın çalışması sadece bir yıllık bir zaman dilimini kapsamaktayken; yapılan bu araştırmada Türkiye'deki film endüstrisi 2016-2019 yılları arasında incelenmiştir.

Eker'in (2015) çalışmasında, sosyal medyada yer alan reklamların cinsiyetçilik ve kültür e ndüstrisiyle olan ilişkisi incelenmiştir. Çalışmada, içerik a nalizi y öntemi kullanılmış ve *Twitter*'daki reklam görselleri analiz edilmiştir. Eker'in makalesinin sosyal medyayı kültür endüstrisi bağlamında ele alması ve eleştirel bir perspektifle yaklaşması, bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Eker'in çalışması sosyal medyayı sadece *Twitter* üzerinden değerlendirmiş; yapılan bu çalışma ise sosyal medyayı analiz etmek için daha geniş bir örneklem seçmiştir.

Eker'in (2015) araştırması, tüketim kültürünün sosyal medya sayesinde özendirildiğine dikkat çekmiştir; ancak, yapılan bu çalışmadan farklı olarak nasıl bir artı değer sömürüsü gerçekleştirildiği değerlendirilmemiştir. Bu çalışma, sosyal m edyadaki reklamların oluşturduğu uluslararası artı değer sömürüsünü irdelerken; Eker'in çalışması sadece sosyal medyada yayınlanan reklamlardaki cinsiyetçiliğe odaklanmıştır.

Literatürdeki bir diğer çalışmada, toplumsal yapıdaki değişimlerin müzik endüstrisiyle olan etkileşimi irdelenmiştir (Akduman, 2011). Akduman'ın çalışmasının müziğin

metalaşmasını nicel veriler çerçevesinde incelemesi, yapılan bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Akduman'ın tezi, müzik endüstrisinin toplumsal yaşamla olan etkileşimini merkeze çekerken; yapılan bu çalışma müzik endüstrisinin yarattığı artı değer sömürüsüne odaklanmıştır. Öte yandan, Akduman'ın çalışması sadece müzik endüstrisini irdelerken; bu çalışmanın bütüncül bir yaklaşımla diğer kültür endüstrisi dallarını da değerlendirmesi önemli farklılıklardan birini oluşturmuştur.

Son olarak, literatürde yer alan bir diğer araştırma olan Önder'in (2010) çalışmasında, Türkiye'deki e-kitap üretimi, dağıtımı ve kullanımı incelenmiştir. Çalışmada, belge tarama yöntemi ve anket tekniği kullanılmıştır. Önder'in araştırmasının kitap endüstrisine odaklanması yapılan bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Çalışma dijital kitap yayıncılığını incelerken; bu çalışma ise kitap endüstrisini fiziksel kitap üzerinden değerlendirmiştir. Önder'in çalışmasının eleştirel bir yaklaşımdan yoksun olması ve incelenen döneme ilişkin sadece kitap endüstrisinin var olan durumunu irdelemesi bu çalışma ile farklılaşan yanlarını oluşturmuştur.

Sonuç olarak, Türkiye'deki kültür endüstrisinin durumunu uluslararası perspektiften değerlendiren bu çalışmanın temel sorunsalı, incelenen çalışmalarla karşılaştırıldığında birçok açıdan farklılık göstermektedir. Literatürdeki benzer çalışmalar; farklı zaman aralıkları, benimsedikleri araştırma yöntemleri, eleştirel bir yaklaşım sergilememeleri, kültür endüstrisinin sadece bir parçasına odaklanmaları ve farklı konuları ön plana çıkarmaları açısından bu çalışma ile örtüşmemektedir. Yapılan bu çalışmada, Türkiye'deki kültür endüstrisinin farklı dalları olan *film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrileri* Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmada, Türkiye'de üretilen ve tüketilen metalar aracılığıyla oluşan artı değer sömürüsüne odaklanılmış ve metaların akışının kültürel sonuçlarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, çalışmada, eleştirel bir yaklaşım benimsenmiş ve çalışmanın, Türkiye'deki kültür endüstrisinin dünyadaki konumuna farklı bir bakış açısı geliştirmesi bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

3.2. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada, *nitel çözümleme yöntemi* kullanılmıştır. Çalışmanın problemine uygun olarak nitel çözümleme yöntemlerinden *doküman analizi tekniğinden* yararlanılmıştır. Nitel araştırma, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama

yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s. 36) olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle, nitel araştırma, incelenen sosyal olguları bulunduğu durum içinde bütünlüklü bir şekilde irdelemeyi ve anlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s. 36). Bu anlamda çalışmada, Türkiye’deki kültür endüstrilerinin seçilen yıllardaki dünyadaki konumu anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Çalışmada, geleceğe yönelik bir çıkarımda bulunulmamış; sadece incelenen dönemin anlamlandırılması amaçlanmıştır.

Nitel çalışmalarda, araştırmacılar, çalışmanın probleminin bütüncül bir resmini ortaya koymaya çalışmaktadır. Araştırma sürecinde, soruna yönelik bütüncül bir anlayış geliştirilmeye çalışılmaktadır. Nitel araştırmada, araştırmacı ön planda yer almakta ve bulgular üzerine derinlemesine düşünerek verileri anlamlandırmaktadır. Araştırmacı, çalışma sırasında etkin bir rol üstlenerek çalışmanın yönünü şekillendirmektedir (Creswell, 2017, s. 185 -186). Araştırmacı, olay ve olguları benimsediği kuramsal yaklaşım çerçevesinde irdelemektedir (Baltacı, 2019, s. 370). Bu yüzden, bu çalışmanın probleminin anlamlandırılması için nitel çözümleme yönteminden yararlanılmıştır.

Nitel çözümleme nicel çözümlemeden farklı olarak kanaatleri, tecrübeleri, algıları ve duyguları öznel veriler çerçevesinde çözümlemektedir. Öznel verileri inceleyen nitel araştırma, olay ve olgulara yönelik anlamlar oluştururken; sosyal olguların arkasındaki nedenleri açığa çıkarmaya çalışmaktadır. Nitel çözümleme yöntemi niçin, nasıl ve ne şekilde sorularının yanıtlarını aramaktadır (Baltacı, 2019, s. 382). Nitel çözümleme yönteminin kullanıldığı bu çalışmada ise, Türkiye’deki kültürel metaların transferiyle artı değer sömürüsünün nasıl gerçekleştiği ve hangi metaların kültürel emperyalizme neden olduğu sorularına odaklanılmıştır. Bu bağlamda, çalışmada, nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan doküman analizinden yararlanılmıştır.

Doküman analizi yöntemi, yazılı ve basılı eserlerin incelenmesi için kullanılan sistematik bir yöntemdir. Doküman analizi yönteminde ilgili konu hakkında anlam çıkarmak, bir anlayış oluşturmak ve ampirik bilgi geliştirmek için veriler incelenmekte ve yorumlanmaktadır. Çözümlenen dokümanlar, araştırmacının müdahalesi olmadan kaydedilmiş metinler ve resimlerden oluşmaktadır (Kıral, 2020, s. 173-174). Dolayısıyla, doküman analizi yönteminde “araştırma konusuyla ilgili rapor, kitap, köşe

yazısı, internet siteleri, video, fotoğraf, ses kayıtları vb.” (Yıldırım, 2019, s. 110) doküman incelemesi kapsamında ele alınmaktadır.

Yapılan bu araştırma çerçevesinde kapsayıcı veriler araştırma için seçilmiş; ulaşılabilen ve amaca uygun her türlü doküman araştırmada kullanılmıştır. Öte yandan, araştırmanın problemi ve amacı kapsamında kullanılan dokümanlar amaçlı örnekleme tekniğiyle seçilmiştir. Amaçlı örnekleme tekniğinde, araştırmacı kendi yargısına göre amacına en uygun örnekleme seçmektedir. Seçilen örneklemin, çalışmanın evrenini genel hatlarıyla yansıttığı varsayımına dayanılmaktadır (Balcı, 2015, s. 104). Çalışmada, Türkiye’deki kültür endüstrisini temsilen ve kültür endüstrisinin önemli alt dalları olan film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrileri çözümlenmiştir. Bu anlamda, çalışma kapsamında incelenen kültür endüstrilerinin alt dalları şu şekilde sınıflandırılmıştır:

(1) Film endüstrisi: Araştırmada, Türkiye’deki film endüstrisinin durumunun anlaşılması için “Box Office Mojo” sitesinin ülkelere göre yıllık gişe istatistiklerinden yararlanılmıştır. “Box Office Mojo” sitesi, dünyadaki filmler hakkında bilgiler sunan bir veri tabanı sitesidir. Site, filmlerin hasılatları, bütçeleri, yapımcıları, yönetmenleri ve film dağıtım şirketleri gibi konularda ayrıntılı bilgiler vermektedir. Bu bağlamda, çalışmanın sorunsalına uygun olarak Türkiye’deki film endüstrisinin değerlendirilmesi için 2016, 2017, 2018 v e 2019 yıllarının Türkiye’de en çok hasılat elde eden on beş filmin gişe gelirleri bulgular bölümünde tablolar halinde verilmiş ve yorumlanmıştır. Pandeminin f ilm endüstrisini etkilediği düşünüldüğünden, 2020 yılı gişe gelirleri çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Ayrıca, merkez, yarı-çevre v e çevre ü lkelerle Türkiye’nin gişe verilerinin karşılaştırılması amacıyla ABD, Arjantin ve Bolivya gibi ülkelerin 2019 yılı gişe rakamları tablolastırılmış ve bulgular bölümünde kullanılmıştır. Türkiye’deki film dağıtım şirketlerinin gelirlerini incelemek için ise “Box Office Türkiye” sitesinin 2016, 2017, 2018 ve 2019 yılı verilerine yer verilmiştir.

(2) Müzik endüstrisi: Türkiye’deki müzik endüstrisini değerlendirmek için “Spotify”ın yıllık verilerinden yararlanılmıştır. “Spotify” tüm dünyada hizmet veren çevrimiçi müzik, video ve podcast dinleme olanağı sağlayan ve aynı zamanda abonelik sistemi bulunan bir müzik uygulamasıdır. “Spotify” sanatçıların, şarkıların ve podcastlerin ne kadar dinlenildiğini sayısal verilerle paylaşmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın sorunsalına uygun olarak Türkiye’deki müzik endüstrisinin incelenmesi için 2017, 2018, 2019 ve 2020 yılları “Spotify”ın Türkiye’de en çok dinlenen beş şarkısı ve aynı

zaman diliminde dünyada en çok dinlenen beş şarkının dinlenme rakamları tablolar halinde bulgular bölümünde verilmiş ve bu veriler yorumlanmıştır. “Spotify” yıllık olarak en çok dinlenen şarkıları “Spotify Wrapped” listesiyle açıklamakta ancak, dinlenme sayılarını paylaşmamaktadır. “Spotify Wrapped” listesi her yıl için 1 Ocak ve 31 Ekim tarihleri arasında kapsamaktadır. En çok dinlenen beş şarkıya ulaşmak için 1 Ocak ve 31 Ekim arasında dinlenen şarkıların haftalık sayıları çalışma için toplanmış ve şarkıların dinlenme sayıları hesaplanmıştır. Ayrıca, 2020 yılında dünyada müzik dinlemek için en çok kullanılan araçların üye sayılarına da yer verilmiştir.

(3) Kitap endüstrisi: Araştırma kapsamında bir diğer kültür endüstrisi olarak Türkiye’deki kitap endüstrisi incelenmiştir. Türkiye’deki kitap endüstrisinin irdelenmesi için Türkiye Yayıncılar Birliği’nin Türkiye kitap pazarı raporlarından yararlanılmıştır. Türkiye Yayıncılar Birliği, Türkiye’deki kitap sektörü üzerine devlet kurumlarıyla işbirliği içinde çalışmalar yürüten bir kurumdur. Birlik, her yıl Türkiye’deki kitap sektörü üzerine kapsamlı üretim ve satış verilerini içeren raporlar yayımlamaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın sorunsalına uygun olarak Türkiye Yayıncılar Birliğinin 2016, 2017, 2018 ve 2019 yıllarının kitap üretim ve perakende satış verilerinden yararlanılmıştır. Güncel verilerin kullanılması için 2019 yılından itibaren dört yıllık bir zaman dilimi değerlendirilmiş; 2020 yılı ise pandeminin kitap üretim ve perakende satış verilerine zarar verdiği düşünüldüğünden çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Ayrıca, “Statista.com”un 2018 ve 2019 yılları gelirlerine göre, dünyanın en büyük kitap şirketleri tablosuna da bulgular bölümünde yer verilmiştir.

(4) Sosyal medya endüstrisi: Araştırma kapsamında son olarak Türkiye’deki sosyal medya endüstrisi değerlendirilmiştir. Araştırmada Türkiye’de sosyal medya endüstrisinin incelenmesi için “We Are Social” sitesi tarafından hazırlanan raporlardan yararlanılmıştır. Site yıllık olarak dünyadaki internet kullanım alışkanlıkları üzerine kapsamlı raporlar oluşturmaktadır. Raporlar e-reklamcılık, sosyal medya ve internet kullanımı üzerine nicel veriler sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada güncel verilerden yararlanmak için “We Are Social” tarafından hazırlanan “Digital 2018 : Turkey”, “Digital 2019: Turkey” ve “Digital 2020 : Turkey” raporları kullanılmıştır. 2017 yılı raporları çalışmanın sorunsalı ve amacı için yeterli veriye sahip olmadığı için üç yıllık bir dönem araştırma verilerine dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında ek olarak, Türkiye’nin 2020 yılı sosyal medya endüstrisi verileri seçilen merkez, yarı-çevre ve

evre ülkelerle karşılaştırılmıştır. Bu bağlamda, “Digital 2 020: US”, “ Digital 20 20: Poland” ve “Digital 2020: Colombia” raporlarına yer verilmiştir.

Özetle, çalışmanın amacına uygun olarak çalışma için nitel araştırma yöntemi seçilmiş, veri toplama tekniği olarak doküman analizi kullanılmıştır. Amaçlı rneklem tekniğiyle seçilen kültür endüstrilerine ilişkin dokümanlardan elde edilen veriler Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır.

3.3. Çalışmanın Nitel Bulguları ve Yorumları

Araştırmanın bu başlığı altında, çalışmanın problemi ve amacı çerçevesinde seç ilen dokümanlar D nya S istemler T eorisi  erevesinde çözümlenmiştir. İlk alt başlıkta, Türkiye’deki film endüstrisi irdelenmiştir. Türkiye’de 2016, 2017, 2018 i le 2 019 yıllarında üretilen ve tüketilen filmlerin gelirleri incelenmiş ve Türkiye f ilm endüstrisindeki dağıtım şirketlerinin gelirlerine de yer verilmiştir. Ayrıca, 2019 yılı Türkiye film endüstrisinin verileri, seçilen diğer merkez, yarı-evre ve evre ülkelerle karşılaştırılmıştır.

Çalışmanın bulgular ve yorumlarına ilişkin ikinci alt başlığında, Türkiye’deki m zik endüstrisi incelenmiştir. “Spotify”ın 2017, 2018, 2019 ve 2020 yılları Türkiye’deki ve dünyadaki en çok dinlenen şarkı listelerine ve 2020 yılında dünyada en çok kullanılan müzik dinleme araçlarına yer verilmiştir.

nc alt başlıkta, Türkiye’deki kitap endüstrisi incelenmiştir. Türkiye Yayıncılar Birliği’nin yıllık olarak yayınlanan 2016, 2017, 2018 ve 2019 yılları Türkiye k itap pazarı raporlarına yer verilmiştir. Ayrıca, “Statista.com”ın 2018 ve 2019 yılları gelirleri çerçevesinde dünyanın en büyük kitap şirketleri tablosundan yararlanılmıştır.

Son alt başlıkta ise, Türkiye’deki sosyal medya endüstrisi irdelenmiştir. Türkiye’deki sosyal medya endüstrisinin incelenmesi için “We Are Social”ın “Digital 2018: Turkey”, “Digital 2019: Turkey” ve “Digital 2020 : Turkey” raporlarından yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında seçilen merkez, yarı-evre ve evre ülkelerle karşılaştırmak için “Digital 2020 : US”, “Digital 2020 : Poland” ve “Digital 2020 : Colombia” raporlarına yer verilmiştir.

3.3.1. Film endüstrisi

Bulgular ve yorumu bölümünün ilk alt başlığında, Türkiye’de 2016, 2017, 2018 ve 2019 yıllarında üretilen ve tüketilen filmler incelenmiştir. 2019 yılı Türkiye film endüstrisi verileri seçilen diğer merkez, yarı-çevre ve çevre ülkelerle karşılaştırılmıştır²⁰. Türkiye’deki film endüstrisiyle ilgili tüm bulgular Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır. Bu bağlamda, Tablo 3.1’de “Box Office Mojo”nun verilerine göre, Türkiye’de 2016 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden on beş film gösterilmektedir.

Tablo 3.1. Türkiye’de 2016 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2016)

Film	Türkiye’deki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)	ABD’deki Hasılat (dolar)
Dağ 2	11.371.303	7.595	11.378.898	—
Dedemin Fişi	7.994.548	579.415	8.573.963	—
Osman Pazarlama	7.990.276	1.362.663	9.352.939	—
Kardeşim Benim	7.735.748	1.336.276	9.072.024	—
Görümce	6.206.406	19.496	6.225.902	—
Kolpaçino 3.Devre	5.640.981	261.771	5.902.752	—
Kocan Kadar Konuş: Diriliş	5.529.874	625.400	6.155.274	—
Batman v Superman: Dawn of Justice (ABD)	5.430.850	543.274.725	873.634.919	330.360.194
Captain America: Civil War (ABD)	5.051.436	745.211.944	1.153.296.293	408.084.349
Deadpool (ABD)	4.985.998	419.541.446	782.612.155	363.070.709
İkimizin Yerine	4.410.751	24.186	4.434.937	—
İftarlık Gazoz	4.227.648	—	4.227.648	—
Ice Age: Collision Course (ABD)	4.177.779	344.516.030	408.579.038	64.063.008
Çakallarla Dans 4	4.111.121	—	4.111.121	—
Ekşi Elmalar	3.996.975	42.641	4.009.596	—

²⁰Bu ülkelerin merkez, yarı-çevre ve çevre olarak belirlenmesinde Wallerstein’in sınıflandırmasından yararlanılmıştır (Wallerstein, 1976).

Tablo 3.1’de yer alan veriler değerlendirildiğinde, on bir film Türk ve dört film ise yabancı yapımcılar tarafından üretilmiştir. On bir Türk filminin Türkiye’de elde ettiği toplam hasılat 69 milyon 215 bin 631 dolardır. Dört yabancı filmin Türkiye’deki toplam hasılatı 19 milyon 646 bin 63 dolardır. Tablo 3.1’e göre, Türk filmleri gişe hasılatlarının %77.89’unu kazanırken, yabancı filmler %22.11’ini kazanmıştır.

Tablo 3.1’deki filmlerin uluslararası hasılatları karşılaştırıldığında, Türk filmleri toplam 4 milyon 259 bin 443 dolarlık uluslararası hasılat elde ederken; yabancı filmler 2 milyar 52 milyon 544 bin 145 dolar uluslararası hasılat kazanmıştır. On bir Türk filminden sadece dört tanesi 500 bin dolardan daha fazla uluslararası hasılatla ulaşmış ve iki Türk filmi ise yurtdışında gösterime girmemiştir.

Uluslararası hasılatla ilişkin sonuçlar incelendiğinde, 2016 yılında en çok geliri elde eden ilk üç Türk filmi sırasıyla “Osman Pazarlama”, “Kardeşim Benim” ve “Kocan Kadar Konuş: Diriliş” olmuştur. İlk sırada yer alan “Osman Pazarlama” yurtdışında 1 milyon 362 bin 663 dolar gelir elde ederken; yurtiçinde 7 milyon 990 bin 276 dolar kazanmıştır. İkinci sıradaki “Kardeşim Benim”, yurtdışında 1 milyon 336 bin 276 dolar gelir elde ederken; yurtiçinde 7 milyon 735 bin 748 dolar kazanmıştır. Üçüncü sıradaki “Kocan Kadar Konuş: Diriliş”, yurtdışında 625 bin 400 dolar gelir elde ederken; yurtiçinde 5 milyon 529 bin 824 dolar kazanmıştır (Bkz. Tablo 3.1). Yurtdışında en yüksek gelire ulaşan üç Türk filmi, Türklerin yoğunlukta olduğu Almanya, Avusturya ve İngiltere gibi ülkelerde uluslararası gelirlerini arttırmıştır. Her üç film de en çok uluslararası geliri sırasıyla Almanya, Avusturya ve İngiltere’den elde etmiştir²¹.

2016 yılı film gelirlerine bakıldığında (Tablo 3.1), vizyona giren Türk filmleri temel gelirlerini yurtiçi hasılatlarından kazanmış ve Türk filmleri yurtdışında yeterli talebi görmemiştir. Türk filmlerinin sadece yurtdışında yaşayan Türklerin yoğun olduğu ülkelerde gelir elde ettiği ve bu gelirin de yurtiçi hasılatlarıyla karşılaştırıldığında az olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye’de en çok gelir elde eden yabancı filmlerin ise yurtdışı hasılatlarının büyüklüğü yurtiçi hasılatlarını geçmektedir. 2016 yılında

²¹<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1744130565/> (Erişim Tarihi: 24.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3337048581/> (Erişim Tarihi: 24.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1339118085/> (Erişim Tarihi: 24.03.2021).

Türkiye’de en çok gelir sağlayan üç yabancı film ABD’li yapımcılar tarafından üretilmiş ve filmler dünya genelinde kırk beşten fazla ülkede gösterime girmiştir²².

2016 yılının Türkiye hasılatları değerlendirildiğinde en çok gelir elde eden yabancı filmler sırasıyla “Batman v Superman: Dawn of Justice”, “Captain America: Civil War” ve “Deadpool” olmuştur (Tablo 3.1). “Batman v Superman: Dawn of Justice” filminin uluslararası hasılatı 543 milyon 274 bin 725 dolar olmuş; film yurtiçinde ise 330 milyon 360 bin 194 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %37.8’ini yurtiçi hasılatından, %62.2’sini yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. İkinci sıradaki “Captain America: Civil War” filminin uluslararası hasılatı 745 milyon 211 bin 944 dolar olmuş, film yurtiçinde 408 milyon 84 bin 349 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %35.4’ünü yurtiçi hasılatından, %64.6’sını yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. Üçüncü sıradaki “Deadpool” filminin uluslararası hasılatı ise 419 milyon 541 bin 446 dolar olmuş; film yurtiçinde 363 milyon 70 bin 709 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %46.4’ünü yurtiçi hasılatından, %53.6’sını yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. Üç filmin de yurtdışı gelirleri yurtiçi hasılatlarından fazla olmuş, ABD’li film şirketleri yurtdışı gösterimlerinden yüksek miktarda artı değer transferi gerçekleştirmiştir.

Yurtdışında ABD’li filmlerin daha fazla talep görmesinin en önemli nedenlerinden biri filmlere yüksek miktarda yatırım yapılmasıdır. 2016 yılında Türkiye’de üretilen filmler ile ABD’de üretilen filmler arasında çok büyük bütçe farkları bulunmaktadır. 2016 yılında Türkiye’de en çok hasılatı ulaşan “Dağ 2” filmi olmuş; film toplam 11 milyon 378 bin 898 dolar gelir elde etmiştir (Tablo 3.1). Bu gelir, ABD’li yapımcılar tarafından yapılan filmlerin bütçelerini dahi karşılamamaktadır. Örneğin, “Batman v Superman: Dawn of Justice” filminin bütçesi 250 milyon dolar olmuştur. Bu anlamda, Türkiye’de üretilen filmlerin “Batman v Superman: Dawn of Justice” filminin bütçesine ulaşması mümkün değildir.

ABD’de üretilen filmler çok büyük bütçelere sahiptir. Tarihsel süreçte ABD’de biriken sermaye, film sektörüne daha fazla yatırım yapılabilmesini sağlamış ve elde edilen ihracat gelirleriyle sistem sürekli olarak kendini yeniden üretmiştir. Türkiye gibi yarı-

²²<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr4182135301/> (Erişim Tarihi: 25.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr2136297989/> (Erişim Tarihi: 25.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr2532200965/> (Erişim Tarihi: 25.03.2021).

evre lkeler ise sermaye azlığından film endüstrisine daha az yatırım yapmış ve filmler sadece yurtiçinde talep grmştir. Bunun sonucunda, Türk filmleri ihraç edilememiş ve sadece yerel ölçekte başarı kazanabilmiştir.

Türkiye’de 2016 yılında film endüstrisinde artı değerin kazanıldığı bir diğer alan ise dağıtım sektörüdür. 2016 yılında en çok geliri elde eden beş dağıtım şirketinin gelir dağılımı şöyle şekillenmiştir: UIP Türkiye % 29.75, C GV Mars % 28.3, Warner Bros Türkiye %18.14, TME Films %15.23 ve Pinema %2.7. 2016 yılında Türkiye’de en çok gelir elde eden beş dağıtım şirketi film gelirlerinin %94.12’sini kazanmıřtır²³. İlk beşte yer alan şirketlerden sadece Pinema, Türkiye merkezli bir şirkettir. Dört diğer şirket, merkez ülkelerin kuruluşlarıdır. 2016 yılında merkez ülkeler dünya-sistemindeki konumları sayesinde Türkiye’deki film dağıtım sektöründe egemen olmuşlardır. Merkez lkeler, filmlerin üreticileri olmasalar da sahip oldukları dağıtım kanalları sayesinde artı değer sömürüsü gerçekleştirmiştir.

Özetle, 2016 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye’nin yarı-evre l ke konu munun yansımaları film sektöründe gözlemlenmektedir. Yarı-evre bir ülke olarak Türkiye’nin ürettiği filmler yurtdışında talep görmemiş; sadece Türkiye’deki yurttaşlar ve yurtdışında yaşayan Türklerin fazla olduğu ülkelerde bu filmler izlenmiştir. ABD tarafından üretilen filmler ise tüm dünyaya ihraç edilmiştir. ABD yapımı filmlerin ihracı ise önemli miktarda artı değerin Türkiye’den ABD’ye aktarılmasına neden olmuştur. Ayrıca, merkez ülkeler sahip oldukları dağıtım kanalları sayesinde Türkiye film endüstrisi üzerinden artı değer sömürüsü gerçekleştirmiştir. 2016 yılında ABD filmleri, Türkiye’de ve tüm dünyada kültürel e mperyalizme neden olmuş, Türk filmleri ise sadece yurtdışında Türklerin yoğun olarak yaşadığı ülkelerde ilgi grmştir. Bu bağlamda, 2016 yılında Türk filmleri yurtdışında önemli bir kültürel etki yaratamamış ve yalnızca yerel ölçekte başarılı olmuştur.

2017 yılında da Türkiye film endüstrisinde 2016 yılına benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Tablo 3.2, Türkiye’de 2017 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden on beş filmi göstermektedir.

²³<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2016> (Erişim Tarihi: 25.03.2021).

Tablo 3.2. Türkiye’de 2017 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2017)

Film	Türkiye’deki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)	ABD’deki Hasılat (dolar)
Recep İvedik 5	24.368.421	4.583.837	28.952.258	–
Ayla	12.996.998	13.731	13.010.729	–
Aile Arasında	10.072.653	8.569	10.081.222	–
Çalgı Çengi İkimiz	9.197.621	3.508	9.201.129	–
The Fate of the Furious (ABD)	8.965.295	1.009.996.733	1.236.005.118	226.008.385
Olanlar Oldu	6.072.011	4.326	6.076.337	–
Pirates of the Caribbean: Dead Man Tell No Tales (ABD)	5.752.585	622.302.918	794.861.794	172.558.876
Moana (ABD)	4.690.880	394.574.067	643.331.111	248.757.044
Kolonya Cumhuriyeti	3.540.420	–	3.540.420	–
Toz	3.288.150	–	3.288.150	–
Logan (ABD)	3.206.290	392.744.368	619.021.436	226.277.068
Despicable Me 3 (ABD)	3.186.444	770.175.109	1.034.799.409	264.624.300
Thor: Ragnarok (ABD)	2.981.701	538.918.837	853.977.126	315.058.289
Smurfs: The Lost Village (ABD)	2.882.836	152.163.264	197.183.546	45.020.282
The Mummy (ABD)	2.880.051	329.003.712	409.231.607	80.227.895

2017 yılı verilerine göre, yedi film Türk ve sekiz film yabancı yapımcılar tarafından yapılmıştır (Tablo 3.2). Yedi Türk filminin Türkiye’de elde ettiği toplam hasılat 69 milyon 536 bin 274 dolardır. Sekiz yabancı filmin Türkiye’deki toplam hasılatı ise 34 milyon 546 bin 82 dolardır. Tablo 3.2’ye göre, 2017 yılında Türk filmleri gişe hasılatlarının %66.80’ini; yabancı filmler ise %33.20’sini kazanmıştır.

2017 yılına ait filmlerin uluslararası hasılatları karşılaştırıldığında, Türk filmleri toplam 4 milyon 613 bin 971 dolarlık uluslararası hasılat elde ederken, yabancı filmler 4 milyar 209 milyon 879 bin 8 dolar uluslararası hasılat kazanmıştır (Bkz. Tablo 3.2). Yedi Türk filminden sadece biri 500 bin dolardan daha fazla uluslararası hasılatla ulaşırken; iki Türk filmi ise yurtdışında gösterime girememiştir.

Tablo 3.2’ye göre, 2017 yılında yurtdışında sadece “Recep İvedik 5” filmi yüksek hasılat elde etmiştir. Film, yurtdışında 4 milyon 583 bin 837 dolar; yurtiçinde 24 milyon

368 bin 421 dolar kazanmıştır. İkinci sıradaki “Ayla” filmi ise yurtdışında sadece 13 bin 731 dolar gelir elde etmiştir.

Birinci sıradaki, “Recep İvedik 5” filmi Almanya’da 4 milyon 519 bin 441 dolar, İngiltere’de ise 64 bin 396 dolar hasılat kazanmıştır²⁴. 2017 yılında sadece “Recep İvedik 5” filmi yurtdışında talep görmüştür. Ancak, film yurtdışı gelirlerini, yurtdışında Türklerin yoğun olarak yaşadığı yerlerde elde etmiştir.

2017 yılında, 2016 yılına benzer biçimde Türkiye’de en çok gelir elde eden yabancı filmlerin yurtdışı hasılatlarının büyüklüğü yurtiçi hasılatlarını geçmektedir (Bkz. Tablo 3.2). Türkiye’de 2017 yılında en çok gelir elde eden üç yabancı film ABD’li yapımcılar tarafından üretilmiştir. Üç film de 2016 yılına benzer biçimde 45’den fazla ülkede gösterime girmiştir²⁵.

2017 yılının Türkiye hasılatları değerlendirildiğinde en çok gelir elde eden yabancı filmler sırasıyla “The Fate of the Furious”, “Pirates of the Caribbean: Dead Man Tell No Tales” ve “Moana” olmuştur (Tablo 3.2). Birinci sıradaki “The Fate of the Furious” filminin uluslararası hasılatı 1 milyar 9 milyon 996 bin 733 dolar olmuş; film yurtiçinde 226 milyon 8 bin 385 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %18.3’ünü yurtiçi hasılatından ve %81.7’sini yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. İkinci sıradaki “Pirates of the Caribbean: Dead Man Tell No Tales” filminin uluslararası hasılatı 622 milyon 302 bin 918 dolar olmuş; film yurtiçinde 172 milyon 558 bin 876 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %21.7’sini yurtiçi hasılatından ve %78.3’ünü yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. Üçüncü sıradaki “Moana” filminin ise uluslararası hasılatı 394 milyon 574 bin 67 dolar olmuş; film yurtiçinde 248 milyon 757 bin 44 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %38.7’sini yurtiçi hasılatından ve %61.3’ünü yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. Tablo 3.2’den görüleceği gibi, 2017 yılında ABD’li yapımcıların ürettiği filmlerin temel gelir kaynağı yurtdışı gösterimleri olmuştur.

2017 yılında ABD’li yapımcılar ile Türk yapımcılar tarafından yapılan filmler arasında büyük bütçe farklılıkları bulunmaktadır. “Recep İvedik 5” filminin toplam hasılatı

²⁴<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr2737852933/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

²⁵<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr38949381/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1009078789/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1742623237/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

yaklaşık 28 milyon dolar; “The Fate of the Furious” filminin bütçesi yaklaşık 250 milyon dolardır²⁶. F ilm, yurtdışında 1 milyar doların üzerinde gelire ulaşmıştır. ABD’nin tarihsel süreçte elde ettiği sermaye birikimi sayesinde film endüstrisine yaptığı yatırımlar 2017 yılında da film endüstrisinde artı değerin ABD’ye transfer edilmesini sağlamıştır. Sermaye yatırımının az olduğu Türkiye’de 2017 yılında üretilen filmlere ise, 2016 yılına benzer biçimde yurtdışında yeterli talep gösterilmemiştir.

Türkiye film dağıtım sektöründe 2017 yılında da merkez ülke şirketleri film gelirlerinin büyük bir çoğunluğunu kontrol etmiştir. Dağıtım şirketlerine göre gişe gelirlerinin dağılımı şöyle şekillenmiştir: CGV Mars %34.86, UIP Türkiye %27.36, Warner Bros Türkiye %17.74, TME Films %10.04 ve Pinema %5.06. 2017 yılında Türkiye’de en çok gelir elde eden beş dağıtım şirketi film gelirlerinin %95.06’sını kazanmıştır²⁷. İlk beşte yer alan şirketlerden sadece Pinema Türkiye merkezli bir şirkettir. Diğer dört şirket ise merkez ülkelerin kuruluşlarıdır. 2017 yılında, 2016’da o lduğu gibi merkez ülkeler, dünya-sistemindeki konumları sayesinde Türkiye’deki film dağıtım sektöründe egemen konumdadır. Merkez ülke şirketleri, filmleri üretmeseler de dağıtım kanallarını ele geçirerek artı değer sömürsünü gerçekleştirmektedir.

Özetle, 2017 yılı verileri çerçevesinde Türkiye’nin yarı-çevre ül ke konu munun yansımaları 2016 yılına benzer bi çimde f ilm s ektöründe gözlemlenmektedir. Türkiye’nin ürettiği filmler sadece Türkiye’deki yurttaşlar ve yurtdışında yaşayan Türkler tarafından izlenmektedir. ABD tarafından üretilen filmler ise tüm dünyaya ihraç edilmektedir. 2017 yılında ABD filmleri, Türkiye’de ve t üm dünyada kültürel emperyalizm etkileri yaratmış ve yüksek miktarda artı değerin ABD’ye transferini sağlamıştır. Dünya-sisteminin hegemonik güç konumundaki ABD, 2017 yılında film sektöründeki egemen konumunu korumuştur. 2018 yılında da geçmiş yıllara benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. Tablo 3.3 , Türkiye’de 2018 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde edilen on beş filmi göstermektedir.

²⁶https://www.boxofficemojo.com/title/tt4630562/?ref_=bo_gr_ti (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

²⁷<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2017> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

Tablo 3.3. Türkiye’de 2018 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2018)

Film	Türkiye’deki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)	ABD’deki Hasılat (dolar)
Arif V 216	13.547.689	—	13.547.689	—
Müslüm	12.357.059	1.343.344	13.700.403	—
Ailecek Şaşkınız	9.210.325	6.227	9.216.552	—
Bizim İçin Şampiyon	6.212.153	2.209	6.214.362	—
Avegers: İnfinitiy War (ABD)	5.696.347	1.369.544.272	2.048.359.754	678.815.482
Yol Arkadaşım 2	5.274.045	4.425	5.278.470	—
Deliha 2	5.129.480	—	5.129.480	—
Hedefim Sensin	4.388.972	5.312	4.394.284	—
Rafadan T ayfa D ehliz Macerası	3.666.556	—	3.666.556	—
Deadpool 2 (ABD)	3.641.844	416.055.185	734.546.611	318.491.426
Enes Batur H ayal mi Gerçek mi?	3.595.901	—	3.595.901	—
Aquaman (ABD)	3.300.000	813.400.000	1.148.461.807	335.061.807
Maze Runner: T he Death Cure (ABD)	3.128.400	230.142.892	288.175.335	58.032.443
Çakallarla Dans 5	2.987.100	—	2.987.100	—
Incredibles 2 (ABD)	2.981.382	634.223.615	1.242.805.359	608.581.744

Tablo 3.3’ de ye r a lan on f ilm Türk ve beş film yabancı yapımcılar tarafından üretilmiştir. Tablo 3.3’e göre, Türk filmleri gişe hasılatlarının %77.97’sini elde ederken; yabancı filmler ise %22.03’ünü kazanmıştır. Tabloya göre, on Türk filminin Türkiye’de elde ettiği toplam hasılat 66 milyon 369 bin 280 dolardır. Beş yabancı filmin Türkiye’deki toplam hasılatı ise 18 milyon 747 bin 973 dolardır.

2018 yılına ait Türkiye’de vizyona giren filmlerin uluslararası hasılatları karşılaştırıldığında, Türk filmleri toplam 1 milyon 361 bin 517 dolar; yabancı filmler ise 3 milyar 463 milyon 365 bin 964 dolar uluslararası hasılat elde etmiştir (Bkz. Tablo 3.3). On Türk filminden sadece biri 500 bin dolardan daha fazla uluslararası hasılat ulaşırken, beş Türk filmi ise yurtdışında gösterime girememiştir.

Uluslararası hasılatla ilişkin veriler incelendiğinde, 2018 yılında yurtdışında en yüksek geliri elde eden Türk filmi “Müslüm” olmuştur. Film yurtdışında 1 milyon 343 bin 344

dolar ve yurtiçinde 12 milyon 357 bin 59 dolar hasılat elde etmiştir (Bkz. Tablo 3.3). İkinci sıradaki, “Ailecek Şaşkınız” filmi yurtdışında sadece 6 bin 227 dolar kazanmıştır. 2018 yılının Türkiye’de en çok izlenen filmi “Arif V 216” ise yurtdışında gösterime girmemiştir.

2018 yılında yurtdışı hasılatına göre birinci sıradaki “Müslüm” filmi Almanya’da 1 milyon 326 bin 704 dolar, İngiltere’de 16 bin 640 dolar gelir elde etmiştir²⁸. 2018 yılında sadece “Müslüm” filmi yurtdışında önemli talep görmüştür. 2018 yılında geçmiş yıllara benzer biçimde birinci sıradaki Türk filmi yurtdışında yaşayan Türklerin yoğun olduğu Almanya’da yurtdışı hasılatının büyük bir bölümünü kazanmıştır.

Türkiye’de en çok gelir elde eden yabancı filmlerin ise yurtdışı hasılatlarının büyüklüğü yurtiçi hasılatlarını geçmektedir. Türkiye’de 2018 yılında da en çok gelir elde eden yabancı film ABD’li yapımcılar tarafından yapılmıştır. Üç film de kırk beşten fazla ülkede gösterime girmiştir²⁹.

2018 yılında Türkiye’deki hasılatına göre birinci sıradaki yabancı film, “Avegers: Infinity War” filminin uluslararası hasılatı 1 milyar 369 milyon 544 bin 272 dolar olmuş ve film yurtiçinde 678 milyon 815 bin 482 dolar gelir elde etmiştir (Bkz. Tablo 3.3). Film toplam gelirinin %33.1’ini yurtiçi hasılatından, %66.9’unu ise yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. İkinci sıradaki “Deadpool 2” filminin uluslararası hasılatı 416 milyon 55 bin 185 dolar olmuş; film yurtiçinde 318 milyon 491 bin 421 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %43.4’ünü yurtiçi hasılatından ve %56.6’sını yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. Üçüncü sıradaki “Aquaman” filminin ise uluslararası hasılatı 813 milyon 400 bin dolar olmuş; film yurtiçinde 335 milyon 61 bin 807 dolar gelir elde etmiştir. Film toplam gelirinin %29.2’sini yurtiçi hasılatından ve %70.8’ini yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. 2018 yılında ABD’li yapımcıların ürettiği filmlerin temel gelir kaynağı yurtdışı gösterimleri olmuştur. Türkiye’de üretilen filmlere ise önceki yıllara benzer olarak yurtdışında yeterli talep gösterilmemiştir.

2018 yılında geçmiş yıllara benzer biçimde ABD’li yapımcılar ile Türk yapımcılar tarafından üretilen filmler arasında büyük bütçe farklılıkları bulunmaktadır. Tablo 3.3’e

²⁸<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3151843845/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

²⁹<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3915469317/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr262820357/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021);
<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1903186437/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

göre, “Arif V 216” filminin toplam hasılatı yaklaşık 13 milyon dolarken; Türkiye’de üçüncü en çok izlenen yabancı film “Deadpool 2” filminin bütçesi yaklaşık 110 milyon dolardır³⁰. ABD’ nin film endüstrisine yaptığı yatırımlar 2018 yılında da film endüstrisinde artı değerini ABD’ye transfer edilmesini sağlamıştır. Sermaye yatırımının az olduğu Türkiye’de ise filmler sadece yurtdışında yaşayan Türklerin yoğun olduğu Almanya’da gelir kazanabilmiştir.

Türkiye’deki film dağıtım sektöründe ise 2018 yılında da merkez ülkelerin şirketleri ön plana çıkmıştır. 2018 yılında Türkiye’de en çok gelir elde eden beş dağıtım şirketi film gelirlerinin %95.16’sını kazanmıştır. Gişe gelirlerinin, CGV Mars %41.44’ünü, UIP Türkiye %19.73’ünü, TME Films %12.43’ünü, CJ Entertainment Turkey %10.84’ünü ve Warner Bros Türkiye %10.72’sini elde etmiştir³¹. İlk beşte Türkiye merkezli bir şirket bulunmamaktadır. Beş merkez ülke şirketi, Türkiye film dağıtım sektöründe oligopol haline gelmiş ve film endüstrisi gişe hasılatının %95.16’sını kontrol etmiştir.

Özetle, 2018 yılı verileri çerçevesinde, film endüstrisinde Türkiye’nin yarı-çevre ülke konumunun yansımaları 2016 ve 2017 yıllarına benzer biçimde gözlemlenmektedir. Türkiye’nin ürettiği filmleri sadece Türkiye’deki yurttaşlar ve yurtdışında yaşayan Türkler izlemektedir. Yurtdışında, Türk filmleri yeterli sayıda ülkede gösterime girememektedir. ABD tarafından üretilen filmler ise tüm dünyaya ihraç edilmektedir. 2018 yılında ABD filmleri, Türkiye’de ve tüm dünya da kültürel emperyalizmin etkilerini göstermiş ve Türk filmleri sadece yurtdışında yaşayan Türkler tarafından izlenmiştir. Dünya-sisteminin hegemonik güç konumundaki ABD, 2018 yılında da film sektöründeki egemen konumunu sürdürmüştür.

Araştırma kapsamında 2019 yılı için ise, Türkiye’nin film endüstrisinin diğer merkez, yarı-çevre ve çevre ülkelerle benzerliklerinin ve farklılıklarının anlaşılması amacıyla en çok hasılat elde eden ilk on beş film karşılaştırılmıştır. İlk olarak 2019 yılı Türkiye’deki film hasılatlarına yer verilmiştir. Tablo 3.4, Türkiye’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde edilen on beş filmi göstermektedir.

³⁰<https://www.boxofficemojo.com/release/r12488436225/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

³¹<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2018> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

Tablo 3.4. Türkiye’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2019)

Film	Türkiye’deki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)	ABD’deki Hasılat (dolar)
7. Koğuştaki Mucize	13.101.475	4.062.185	17.163.660	–
Recep İvedik 6	11.503.942	5.514.214	17.018.156	–
Organize İşler Sazan Sarmalı	9.831.515	496.248	10.327.763	–
Avengers: Endgame (ABD)	7.920.068	1.939.128.328	2.797.501.328	858.373.000
Rafadan Teyfa 2 : Göbeklitepe	7.613.596	2.702	7.616.298	–
Joker (ABD)	6.400.000	738.800.000	1.074.251.311	335.451.311
Kral Şakir Korsanlar Diyarı	4.919.713	–	4.919.713	–
Cep Herkülü: Naim Süleymanoğlu	4.630.055	290.844	4.920.899	–
Fast & Furious Presents: Hobbs & Shaw (ABD)	4.477.062	585.100.000	759.056.935	173.956.935
Mucize 2: Aşk	4.459.517	1.178.480	5.637.997	–
Frozen 2 (ABD)	3.866.506	972.653.355	1.450.026.933	477.373.578
Captain Marvel (ABD)	3.245.267	701.444.955	1.128.274.794	426.829.839
Spider-Man: Far From Home (ABD)	2.974.337	741.395.911	1.131.927.996	390.532.085
John Wick: Chapter 3 - Parabellum (ABD)	2.800.216	155.694.040	326.709.727	171.015.687
The Lion King (ABD)	2.498.385	1.113.305.351	1.656.943.394	543.638.043

Tablo 3.4’de görülebileceği gibi 2019 yılında Türkiye hasılatlarına göre, en çok gelir elde eden yedi film Türk ve sekiz film yabancı yapımcılar tarafından üretilmiştir. Yedi Türk filminin Türkiye’de elde ettiği toplam hasılat 56 milyon 59 bin 813 dolar arken; yabancı filmlerin Türkiye’deki toplam hasılatı ise 34 milyon 181 bin 841 dolar olmuştur. On beş filmin Türkiye’deki toplam hasılatı 90 milyon 241 bin 654 dolardır. Türk filmleri gişe gelirlerinin %62.12’sini; yabancı filmler ise %37.88’ini kazanmıştır.

Tablo 3.4’e göre, 2019 yılında Türk filmlerinin uluslararası toplam hasılatı 11 milyon 544 bin 673 dolardır. Yedi Türk filminden üçü bir milyon doları da hafif fazla uluslararası hasılat kazanırken; bir Türk filmi ise yurtdışında gösterime girememiştir. Yedi Türk filmi gelirlerinin %82.93’ünü yurtiçi gösterimlerinden; %17.07’sini ise uluslararası gösterimlerinden kazanmıştır.

2019 yılında yurtdışında en yüksek geliri elde eden Türk filmi “Recep İvedik 6” olmuştur. Film, yurtdışında 5 milyon 514 bin 214 dolar ve yurtiçinde 11 milyon 503 bin 942 dolar hasılat elde etmiştir. İkinci sıradaki “7. Koğuştaki Mucize” filmi, yurtdışında 4 milyon 62 bin 185 dolar ve yurtiçinde ise 13 milyon 101 bin 475 dolar hasılat kazanmıştır (Bkz. Tablo 3.4).

En çok uluslararası hasılatı elde eden Türk filmi “Recep İvedik 6” filmi on bir ülkede gösterime girmiştir. Ancak, film yurtdışı gelirinin %61.95’ini yurtdışında yaşayan Türklerin yoğunlukta olduğu Almanya’da kazanmış; en çok yurtdışı geliri elde ettiği ikinci ülke ise Hollanda olmuştur³². En çok uluslararası hasılatı elde eden ikinci film “7. Koğuştaki Mucize” de on bir ülkede gösterime girmiştir. “Recep İvedik 6” filmine benzer biçimde yurtdışı gelirin büyük bir çoğunluğunu (%68.11) Almanya’dan, en çok ikinci yurtdışı gelirini ise Hollanda’dan elde etmiştir³³. Geçmiş yıllardan farklı olarak 2019 yılında Türk filmleri yurtdışında daha fazla ülkede gösterime girmiştir. Ancak, benzer biçimde bu filmler de yurtdışı gelirlerinin çoğunluğunu yurtdışında yaşayan Türklerin fazla olduğu ülkelerde kazanmıştır.

2019 yılında Türkiye’deki film dağıtım sektörü geçmiş yıllara benzer biçimde merkez ülkelerin şirketlerinin kontrolündedir. 2019 yılında Türkiye’de en çok gelir elde eden beş dağıtım şirketi film gelirlerinin %94.12’sini kazanmıştır. Gişe gelirlerinin, CJ Entertainment Turkey %35.10’unu, UIP Türkiye %23.55’ini, CGV Mars %17.31’ini, Warner Bros Türkiye %12.60’ını ve TME Films %5.56’sını elde etmiştir³⁴.

Özetle, 2019 yılı verilerine göre, Türkiye’nin dünya-sistemindeki konumunun yansımaları film endüstrisinde de gözlenmekte ve Türkiye film endüstrisi eşitsiz mübadele koşullarından etkilenmektedir. Yarı-çevre bir ülke olarak Türk filmleri yurtiçinde talep görürken; yurtdışında yaşayan Türklerin yoğunlukta olduğu ülkelere de gelir elde etmiştir.

Bununla birlikte, Türkiye’nin dünya-sistemindeki konumunun daha iyi anlaşılması için 2019 yılı verileri farklı konumlardaki ülkelerle de karşılaştırılmıştır. Bu bağlamda, 2019 yılı verilerinin karşılaştırılması için seçilen merkez ülke ABD olmuştur. Tablo 3.5,

³²<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1705988613/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021).

³³<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3493548549/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021).

³⁴<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2019> (Erişim Tarihi: 15.03.2021).

ABD’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden on beş filmi göstermektedir.

Tablo 3.5. ABD’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2019)

Film	ABD’deki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)
Avengers: Endgame (ABD)	858.373.000	1.939.128.328	2.797.501.328
The Lion King (ABD)	543.638.043	1.113.305.351	1.656.943.394
Star Wars: Episode IX- The Rise of Skywalker (ABD)	515.202.542	558.941.706	1.074.144.248
Frozen 2 (ABD)	477.373.578	972.653.355	1.450.026.933
Toy Story 4 (ABD)	434.038.008	639.356.585	1.073.394.593
Captain Marvel (ABD)	426.829.839	701.444.955	1.128.274.794
Spider-Man: Far From Home (ABD)	390.532.085	741.395.911	1.131.927.996
Aladdin (ABD)	355.559.216	695.134.737	1.050.693.953
Joker (ABD)	335.451.311	738.800.000	1.074.251.311
Jumanji: The Next Level	320.314.960	479.744.747	800.059.707
It Chapter Two (ABD)	211.593.228	261.500.000	473.093.228
Us (ABD)	175.084.580	80.100.000	255.184.580
Fast & Furious Presents: Hobbs & Shaw (ABD)	173.956.935	585.100.000	759.056.935
John Wick: Chapter 3 - Parabellum (ABD)	171.015.687	155.694.040	326.709.727
Knives out (ABD)	165.363.234	146.038.145	311.401.379

Tablo 3.5’te yer alan on beş film de ABD’li yapımcılar tarafından üretilmiştir. On beş filmin ABD’de elde ettiği toplam hasılat 5 milyar 554 milyon 326 bin 246 dolardır. On beş filmin toplam uluslararası hasılatı ise 9 milyar 808 milyon 337 bin 860 dolardır. On beş film, gelirlerinin %36.15’ini yurtiçinden kazanırken; %63.85’ini ise yurtdışı satışlarından elde etmiştir.

Türkiye ile 2019 yılı verilerini karşılaştırmak için seçilen yarı-çevre ülkesi Arjantin olmuştur. Tablo 3.6’da, Arjantin’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden on beş film gösterilmektedir.

Tablo 3.6. Arjantin’de 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2019)

Film	Arjantin’deki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)	ABD’deki Hasılat (dolar)
Toy Story 4 (ABD)	20.467.483	639.356.585	1.073.394.593	434.038.008
Avengers: Endgame (ABD)	17.729.729	1.939.128.328	2.797.501.328	858.373.000
The Lion King (ABD)	15.248.914	1.113.305.351	1.656.943.394	543.638.043
Joker (ABD)	9.700.000	738.800.000	1.074.251.311	335.451.311
Ralph Breaks the Internet (ABD)	5.446.297	328.232.251	529.323.962	201.091.711
Captain Marvel (ABD)	5.419.493	701.444.955	1.128.274.794	426.829.839
The Secret Life of Pets 2 (ABD)	5.324.196	271.176.898	430.051.293	158.874.395
Heroic Losers (Arj)	5.243.024	1.933.249	7.176.273	—
Maleficent: Mistress of Evil (ABD)	4.152.270	377.800.484	491.730.089	113.929.605
Spider-Man: Far From Home (ABD)	4.116.370	741.395.911	1.131.927.996	390.532.085
It Chapter Two (ABD)	4.100.000	261.500.000	473.093.228	211.593.228
Aladdin (ABD)	3.977.816	695.134.737	1.050.693.953	355.559.216
Annabelle Comes Home (ABD)	3.700.000	157.100.000	231.252.591	74.152.591
How to Train Your Dragon: The Hidden World (ABD)	3.364.203	361.000.000	521.799.505	160.799.505
Star Wars: Episode IX- The Rise of Skywalker (ABD)	3.088.140	558.941.706	1.074.144.248	515.202.542

Tablo 3.6’da yer alan bir film Arjantinli yapımcılar ve on dört film ise ABD’li yapımcılar tarafından üretilmiştir. Tabloda yer alan tek Arjantin filminin yurtiçi hasılatı 5 milyon 243 bin 24 dolar olurken; yurtdışı hasılatı ise 1 milyon 933 bin 249 dolardır. On dört ABD yapımı filmin Arjantin’deki toplam hasılatı ise 105 milyon 834 bin 911 dolardır. ABD kökenli filmler Arjantin’de en çok izlenen on beş filmin hasılat gelirlerinin % 95.28’ini kazanırken; Arjantinli yapımcılar ise sadece % 4.72’sini elde etmiştir.

2019 yılı Türkiye verilerinin karşılaştırıldığı çevre ülke ise Bolivya olmuştur. Bu anlamda, Tablo 3.7, Bolivya’da 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden on beş filme ilişkin verileri göstermektedir.

Tablo 3.7. Bolivya’da 2019 yılında vizyona giren filmler arasında en çok hasılat elde eden ilk on beş film (Box Office Mojo, 2019)

Film	Bolivya’daki Hasılat (dolar)	Uluslararası Hasılat (dolar)	Toplam Hasılat (dolar)	ABD’deki Hasılat (dolar)
Avengers: E ndgame (ABD)	3.617.750	1.939.128.328	2.797.501.328	858.373.000
Toy Story 4 (ABD)	2.298.015	639.356.585	1.073.394.593	434.038.008
Joker (ABD)	1.733.355	738.800.000	1.074.251.311	335.451.311
Captain Marvel (ABD)	1.565.527	701.444.955	1.128.274.794	426.829.839
Jumanji: T he N ext Level (ABD)	1.478.718	479.744.747	800.059.707	320.314.960
Aladdin (ABD)	1.271.681	695.134.737	1.050.693.953	355.559.216
Spider-Man: Fa r F rom Home (ABD)	1.261.551	741.395.911	1.131.927.996	390.532.085
How t o T rain Y our Dragon: T he Hi dden World (ABD)	1.139.924	361.000.000	521.799.505	160.799.505
Fast & F urious Presents: H obbs & Shaw (ABD)	909.231	585.100.000	759.056.935	173.956.935
St. Agatha (ABD)	878.003	1.468.454	1.468.454	—
Dumbo (ABD)	797.406	238.518.314	353.284.621	114.766.307
Star Wars: Episode IX- The R ise of Skywalker (ABD)	705.387	558.941.706	1.074.144.248	515.202.542
Dragon B all S uper: Broly (ABD)	660.698	84.848.491	115.560.610	30.712.119
Annabelle Comes Home (ABD)	560.332	157.100.000	231.252.591	74.152.591
Pokemon D etective Pikachu (ABD)	537.814	288.900.000	433.005.346	144.105.346

Bolivya’da 2019 yılında en çok hasılat elde eden on beş filmin tümü ABD’li yapımcılar tarafından üretilmiştir. ABD yapımı filmlerin Bolivya’daki toplam hasılatı 19 milyon 415 bin 392 dolar olmuştur. ABD’li filmler Bolivya’da en çok izlenen on beş filmin gelirlerinin %100’ünü kazanmıştır (Bkz. Tablo 3.7).

Araştırma kapsamında merkez ülke olarak seçilen ABD’nin yurtiçindeki en çok izlenen on beş filmin %100’ünün ABD yapımı olduğu görülmektedir. Arjantin’de yabancı

filmler gişe gelirinin %95.28'ini ve Bolivya'da ise %100'ünü kazanmıştır. Türkiye'de ise yabancı filmler 2019 gişe gelirlerinin %37.88'ini kazanmıştır. 2019 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye film endüstrisinin yurtiçinde aynı konumda bulunan Arjantin'den ve çevre ülke olan Bolivya'dan daha başarılı olduğu görülmektedir. Bu anlamda, Türkiye film endüstrisinin diğer iki ülkeye oranla ABD'ye daha az bağımlı olduğu ortaya çıkmaktadır.

2019 yılı verilerine göre, ABD'nin yurtiçi film gelirleri toplamı Türkiye, Arjantin ve Bolivya'nın yurtiçi film gelirlerinden büyük olduğu görülmektedir. Ancak, ABD'li filmler yurtdışı gösterimlerinden 9 milyar 808 milyon 337 bin 860 dolar kazanmış ve filmler temel gelirlerini (%63.85) yurtdışı satışlarından elde etmiştir. Arjantin'de sadece bir Arjantin yapımı film en çok izlenen on beş film arasına girmiş, film 1 milyon 933 bin 249 dolar yurtdışı geliri kazanmıştır. Önemli bir diğer bulgu olarak, Bolivya film endüstrisinde Bolivya yapımı film yer almamıştır. Türkiye'de ise filmler 11 milyon 544 bin 673 dolarlık geliri yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır.

Türkiye'nin yarı-çevre ülke olarak ke ndi konu mundaki Arjantin'den ve çevre konumundaki Bolivya'dan daha fazla film ihraç ettiği görülmektedir. ABD'nin uluslararası rakamlarıyla karşılaştırıldığında ise Türkiye'nin merkez ülkelere göre filmlerinin yurtdışında yeterli talebi görmediği ortaya çıkmaktadır. Yurtiçinde yüksek gelir elde eden Türk filmleri, yurtdışında merkez ülkelere göre daha az gelir elde etmektedir.

2019 yılında ABD'li yapımcıların tek bir film yapmak için harcadıkları para, Türkiye ve Arjantin yapımı en çok geliri elde eden filmlerin toplam hasılatından fazla olmuştur. Örneğin, ABD'de en çok gelir elde eden on beşinci film olan “Knives out”un bütçesi 40 milyon dolardır³⁵. Merkez ülke olarak ABD tarihsel süreçte edindiği sermaye birikimi sayesinde film endüstrisine daha fazla yatırım yapmış ve film endüstrisi sayesinde eşitsiz mübadele sistemini yeniden üretmiştir. ABD'nin film endüstrisi, Türkiye, Arjantin ve Bolivya gibi yarı-çevre ve çevre ülkelerden yüksek miktarlarda artı değer transferi gerçekleştirmesini sağlamıştır.

Özetle, 2019 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye film endüstrisinin diğer yarı-çevre ve çevre ülkelere göre daha başarılı olduğu görülmektedir. Türkiye'nin film sektörü

³⁵<https://www.boxofficemojo.com/release/r13204875777/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021).

açısından karşılaştırıldığı ülkelerden olan Bolivya ta mamen ABD film endüstrisine bağımlı haldeyken; Arjantin'in film endüstrisinde Arjantinli yapımcılar çok küçük bir paya sahiptir. Merkez ülke ABD ise film endüstrisinde dünyada en çok kâr elde eden ülkedir. ABD yapımı filmler hem iç piyasada hem de uluslararası alanda büyük gelirler kazanmaktadır. Türkiye yarı-çevre ve çevre ülkelere göre yurtdışında başarılı olsa da, yurtdışında bir merkez ülke kadar gelir kazanamamaktadır. 2019 yılında ABD film endüstrisi sayesinde tüm dünya da kültürel emperyalizme neden olmuştur. Türkiye ve Arjantin yapımı filmler ise yurtdışında önemli bir kültürel etki yaratamamıştır. Bolivya yapımı filmler ise yurtdışında dahi başarılı olamamıştır.

ABD'li şirketlerin sermaye birikimlerini kullanarak film endüstrisinde artı değer sömürsü gerçekleştirdikleri bir diğer alan ise çevrimiçi yayıncılık sektörüdür. İnternet üzerinden çevrimiçi yayın yapan sağlayıcılarda, dünya-sisteminin hegemonik gücü ABD'nin egemenliği bulunmaktadır. Amazon Prime, Netflix ve Hulu gibi ABD merkezli çevrimiçi yayın sağlayıcılar tüm dünyada etkinlik göstermektedir. 2020 yılı verilerine göre, Netflix 183 milyon, Amazon Prime 150 milyon ve Hulu 28 milyon üyeye sahiptir³⁶. Türkiye'de de birçok kullanıcı bu platformlardan üyelik satın almaktadır. Türkiye'deki çevrimiçi yayıncılık alanında ise Exxen ve Blutr gibi Türkiye merkezli şirketler etkinlik göstermekte; ancak, bu platformlar sadece yerel ölçekte ilgi görmektedir. Bu anlamda, Türkiye çevrimiçi yayıncılık sektöründe eşitsiz mübadele koşullarından etkilenmekte ve önemli miktarda artı değer ABD'ye transfer edilmektedir.

Bu başlık altında dört senelik zaman diliminde Türkiye film endüstrisi ayrıntılı bir şekilde irdelenmiştir. Türkiye'nin 2019 yılı film endüstrisi verileri seçilen merkez, yarı-çevre ve çevre ülkelerle karşılaştırılmıştır.

3.3.2. Müzik endüstrisi

Bulgular bölümünün ikinci alt başlığında, Türkiye'deki müzik endüstrisi, Türkiye'de müzik dinlemek için en çok tercih edilen uygulamalardan olan "Spotify"nın Türkiye 2017, 2018, 2019 ve 2020 verileri üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca, dünya da en çok dinlenen şarkıları karşılaştırmak için "Spotify"nın aynı zaman dilimindeki dünyada

³⁶<https://www.forbes.com/sites/sergeiklebnikov/2020/05/22/streaming-wars-continue-heres-how-much-netflix-amazon-disney-and-their-rivals-are-spending-on-new-content/?sh=2dd03714623b> (Erişim Tarihi: 07.06.2021).

en çok dinlenen şarkı istatistikleri kullanılmıştır. Ulaşılan tüm veriler, Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır.

Müzik eserleri yapımında sermaye kullanımı, filmlere oranla daha az olan bir kültürel metadır. Dünya-sisteminde daha az artı değer kazandıran metalar, yarı-çevre ve çevre ülkeler tarafından üretilebilmektedir. Ancak, merkez ülkeler kültürel metaların tekeli elinde bulundurdukları için dünya-sisteminde çevre ve yarı-çevre ülkelerin kültürel metalar ihraç etmesine izin vermemektedir. Bu nedenle, uluslararası müzik endüstrisi merkez ülkelerin sahipliğindeki şirketlerin kontrolündedir.

Türkiye’de müzik endüstrisinin irdelenmesi için ilk olarak Türkiye’de 2017 yılında “Spotify” üzerinden dinlenen en çok beş şarkıya yer verilmiştir. Bu bağlamda, Tablo 3.8, 2017 yılında Türkiye’de “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.8. 2017 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2017)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Ed Sheeran	Shape Of You	16.931.938
Luis Fonsi, Daddy Yankee, Justin Bieber	Despacito- Remix	9.381.700
Raf	Deeprise	8.103.276
Aleyna Tilki	Sen Olsan Bari	8.010.456
Clean Bandit, Sean Paul, Anne-Marie	Rockabye	7.990.356

2017 yılı “Spotify” verilerine göre (Tablo 3.8), Türkiye’de en çok dinlenen beş şarkıdan yalnızca ikisi Türk sanatçılara aittir. Listede yer alan sanatçılardan Ed Sheeran ve Clean Bandit İngiliz yurttaşları olmakla birlikte, her iki sanatçının da şarkıları ABD merkezli şirket Atlantic Records UK’a bağlı olarak yayınlanmıştır³⁷. Listeye giren diğer yabancı sanatçı olan Luis Fonsi ise eseri için ABD merkezli Universal Music Latin Entertainment ile birlikte çalışmıştır³⁸. Bu bulgular, listede yer alan sanatçıların farklı ülkelerin yurttaşları olsalar dahi yabancı şarkıcıların ABD’li müzik şirketleriyle çalıştığını göstermektedir. 2017 yılında dünyada en çok dinlenenler listesinde ABD’li

³⁷<https://open.spotify.com/album/7oJa8bPFKVbq4c7NswXHw8> (Erişim Tarihi: 18.03.2021); <https://open.spotify.com/album/3meZFplbMmji648oWUNefQ> (Erişim Tarihi: 18.03.2021).

³⁸<https://open.spotify.com/album/3Gq2Dme9nesdgoqNNlcN8O> (Erişim Tarihi: 18.03.2021).

şirketlerle çalışan sanatçıların öne çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, Tablo 3.9, dünyada “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.9. 2017 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2017)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Ed Sheeran	Shape Of You	1.393.336.377
Luis Fonsi, Daddy Yankee, Justin Bieber	Despacito- Remix	870.282.091
Luis Fonsi Daddy Yankee	Despacito	710.749.772
The Chainsmokers, Coldplay	Something Just Like This	637.375.296
Dj Khalid, Justin Bieber, Quavo, Chance the Rapper, Lil Wayne	I'm the One	594.048.727

2017 yılında dünyada ilk iki sırayı alan şarkılar Türkiye'yle benzerlik göstermiş ve dünya listesinde yer alan tüm şarkılar ABD'li müzik şirketleri tarafından yayınlanmıştır. Tabloda yer alan şarkılar sadece ABD'de dinlenmemiş; yurtdışı dinlenmeleri sayesinde önemli bir dinlenme sayısına ulaşmıştır. Tablo 3.9'a göre, dünyada en çok dinlenen şarkıların %100'ü ABD'li şirketlerin şarkıları olmuştur³⁹.

2017 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye'de dinlenen müziklerin %40'ı Türk sanatçılarınken; %60'ının ise yabancı şarkıcılara ait olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 3.8). Türkiye'de dinlenen yabancı şarkılar, farklı yabancı uyruklu sanatçılar tarafından söylenmiş olsa da sanatçıların hepsi ABD'li şirketlerle çalışmaktadır. Dünya listelerinde ise en çok dinlenen şarkıların %100'ü ABD'li şirketler aracılığıyla dolaşıma sokulmuştur (Bkz. Tablo 3.9). ABD'li şirketlerin yayınladıkları şarkılar uluslararası pazar için yapılırken; Türk şarkıları sadece yurtiçinde başarılı olması için yapılmaktadır. 2017 yılında merkez ülke ABD'li şirketlerin dağıtımına izin verdiği şarkılar tüm dünyadan ve Türkiye'den tek yönlü artı değer transferine neden olmuş ve tüm dünyaya ABD'nin kültürel emperyalizm uygulamasını sağlamıştır. Türkiye müzik endüstrisi ise yerel ölçekte başarılı olmuştur.

³⁹<https://open.spotify.com/album/1HV4uCbhCiefI07dm2WvU0> (Erişim Tarihi: 19.03.2021);
<https://open.spotify.com/album/7IzpJkWQqgz1BTutQvSitX> (Erişim Tarihi: 19.03.2021);
<https://open.spotify.com/album/3HhZbSJdhOqMSaRbEt3gtw?highlight=spotify:track:1jYiIOC5d6soxkJP81fxq2> (Erişim Tarihi: 19.03.2021).

2018 yılında ise farklı bir durum oluşmuştur. Türkiye’de, Türk sanatçılar ve eserleri ön plana çıkmıştır. Bu anlamda, Tablo 3.10, Türkiye’de 2018 yılında “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.10. 2018 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2018)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Ezhel	Geceler	19.199.029
Gazapizm	Heyecanı Yok	16.134.056
Aleyna Tilki	Yalnız Çiçek	15.251.353
Ezhel	İmkânsızım	14.154.537
Canbay, Walker	Elbet Bir Gün	10.393.783

Tablo 3.10’ a göre, ilk beşte yer alan beş şarkının da Türk sanatçılara ait olduğu görülmektedir. Ancak, şarkıların dinlenme sayılarının görece düşük olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Türk müziklerinin sadece yerel ölçekte başarılı olduğu anlaşılmaktadır. 2018 yılında Türkiye haftalık listelerinde yüksek sıralarda ABD’li müzik şirketlerinin şarkıları olsa da hiçbir yabancı şarkı ilk beşte yer almamıştır.

2018 yılında dünyada ise ABD merkezli şirketlerle çalışan sanatçılar başarılı olmuştur. Tablo 3.11, dünyada “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.11. 2018 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2018)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Drake	God’s Plan	1.072.552.552
Xxxtentacion	Sad!	679.158.749
Post Malone, 21Savage	Rockstar	679.138.119
Post Malone, Ty Dolla \$ign	Psycho	658.270.007
Drake	In My Feelings	630.933.167

Tablo 3.11’ e göre, en çok dinlenen beş şarkının biri Kanadalı ve ikisi ABD’li sanatçılara aittir. Sanatçıların hepsi ABD’li müzik şirketleriyle çalışmaktadır. Dünya listesindeki şarkıların %100’ü ABD’li şirketlerin yapımcısı olduğu şarkılardır⁴⁰. Dinlenme sayıları dikkate alındığında, ABD’li müzik şirketlerinin tüm dünyada dinlenmesi için şarkıları ürettiği ortaya çıkmaktadır. Bulgular değerlendirildiğinde, 2018 yılında ABD’li şirketlerin müzik endüstrisinde gerektiğinde yabancı uyruklu şarkıcılarla da çalışarak kârlarını ve etki alanlarını arttırdığı görülmektedir.

2018 yılı müzik endüstrisi verileri çerçevesinde, Türkiye’de üretilen müziklerin yalnızca yurtiçinde başarılı olduğu gözlenmektedir. Türkiye müzik endüstrisi yurtiçinde başarılı olsa da dünyada herhangi başarı elde edememiştir. ABD’li müzik şirketleri ise ABD’nin dünya-sistemindeki konumunun sonucu olarak tüm dünyada eşitsiz mübadele koşulları oluşturmuş ve müzik endüstrisi sayesinde kültürel emperyalizme neden olmuştur.

2019 yılında da Türkiye’de tüketilen müzik eserlerinin üreticileri Türk sanatçılar olmuştur. Tablo 3.12, 2019 yılında Türkiye’de “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.12. 2019 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2019)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Ezhel	Felaket	42.432.703
Norm Ender	Mekanın Sahibi	33.701.030
Ben Fero	Bilâderim İçin	33.287.145
Ufuk Beydemir	Ay Tenli Kadın	29.859.622
Reynmen	Ela	27.535.555

Tablo 3.12’ye göre, 2019 yılında Türk sanatçıların Türkiye’deki müzik endüstrisinde egemen olduğu görülmektedir. En çok dinlenen beş şarkının %100’ü Türk sanatçılar tarafından söylenmiştir. 2019 yılında haftalık dinlenmelerde ilk 20’ye giren yabancı sanatçılar olmuş ancak, hiçbiri toplamda ilk beş listesine girebilecek dinlenme sayısına

⁴⁰<https://open.spotify.com/album/1ATL5GLyefJaxhQzSPVrLX?highlight=spotify:track:6DCZcSspjsKoFjzjrWoCdn> (Erişim Tarihi: 20.03.2021); <https://open.spotify.com/album/2Ti79nwTsont5ZHfdxIzAm?highlight=spotify:track:3ee8Jmje8o58CHK66QrVC2> (Erişim Tarihi: 20.03.2021); <https://open.spotify.com/album/1YCRXKLDRB0UnbrFUJ4F6e> (Erişim Tarihi: 20.03.2021).

ulaşamamıştır. Reynmen’in “Ela” isimli şarkısı iki hafta “Spotify” dünya listesinde ilk 200’e girmeyi başarmış ancak, dinlenme sayılarının büyük bir çoğunluğu yurtiçinde gerçekleşmiştir⁴¹.

2019 yılında dünyada ise ABD’li müzik şirketlerinin hegemonyası sürmektedir. Bu anlamda, Tablo 3.13, 2019 yılında dünyada “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.13. 2019 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2019)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Camilla Cabello, Shawn Mendes	Señorita	943.742.540
Billie Eilish	Bad Guy	927.824.660
Post Malone Swae Lee	Sunflower	900.528.033
Ariana Grande	7 Rings	897.118.455
Lil Nas X, Billy Ray Cyrus	Old Town Road	755.514.960

Tablo 3.13’ te yer alan şarkıların %100’ü ABD’li şirketlerin aracılığıyla çıkan müzik eserleridir⁴². Birinci sıradaki Camilla Cabello, Küba asıllı bir sanatçı olsa da “Senorita” adlı şarkısı için ABD’li müzik şirketleriyle çalışmıştır. Dünya listesinde yer alan sanatçıların 2019 yılına ait dinlenme sayıları karşılaştırıldığında, Türkiye’deki dinlenme sayılarıyla çok büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. ABD’li müzik şirketleri tüm dünyada hangi şarkının ön plana çıkacağına karar vermekte ve gerektiğinde farklı ülkelerden sanatçılarla anlaşma imzalayarak uluslararası müzik endüstrisinde egemen olmaktadır. Bunun sonucunda, ABD’li müzik şirketleri aracılığıyla tüm dünyadan ABD’ye artı değer transferi gerçekleştirilmektedir.

⁴¹“Ela” şarkısı 12.07.2019-19.07.2019 tarihleri arasında dünyada 7 milyon 23 bin 162 kere dinlenmiş, yurtdışı dinlenme sayısı 1 milyon 979 bin 767 olmuş ve dünyada sıralamasında 101. sırada yer almıştır. Bir sonraki hafta da listeye giren şarkı, dünyada 5 milyon 274 bin 552 dinlenirken; yurtdışında 1 milyon 566 bin 235 dinlenme sayısına ulaşarak dünya sıralamasında 150. sırada yer almıştır (Spotifycharts, 2019).

⁴²<https://open.spotify.com/album/2ZaX1FdZCwchXl1QZiD4O4> (Erişim Tarihi: 21.03.2021); <https://open.spotify.com/album/0S0KGZnfBGSIssF54WSJh?highlight=spotify:track:2Fxmhks0bxGSBdJ92vM42m> (Erişim Tarihi: 21.03.2021); <https://open.spotify.com/album/47LpgGVshd0tbFSbm9tTLb> (Erişim Tarihi: 21.03.2021); <https://open.spotify.com/album/03D36t8ODrA8ATvoTStU9P> (Erişim Tarihi: 21.03.2021); <https://open.spotify.com/album/4IRiXE5NROxknUSAUSjMoO?highlight=spotify:track:2YpeDb67231RjR0MgVLzsG> (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

2019 yılında, 2018 yılına benzer biçimde Türkiye’de tüketilen müzik eserlerinin Türk sanatçılar tarafından üretildiği gözlenmektedir (Bkz. Tablo 3.12) . Dünya listesiyle karşılaştırıldığında, dinlenme sayılarının az olduğu ve Türk şarkıcıların sadece yerel ölçekte başarılı olduğu ortaya çıkmaktadır (Bkz. Tablo 3.13). 2019 yılında, Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak müzik endüstrisinde dış ticaretten önemli bir artı değer elde edememiştir. ABD merkezli müzik şirketleri ise ekonomik olarak güçlü şirketler kurmuş ve gerektiğinde farklı yabancı uyruklu şarkıcılarla anlaşarak müzik şirketleri aracılığıyla tüm dünyadan artı değer transferi gerçekleştirmiştir. ABD kökenli müzik şirketleri ürettikleri kültürel metaları tüm dünyaya pazarlamış; elde ettikleri artı değerini yanı sıra, müzik endüstrisi sayesinde Amerikan yaşam biçimlerinin ve tüketim kültürünün propagandasını yapmıştır. Türk sanatçılar ise sadece yerel ölçekte başarılı olmuş ve dünyada önemli bir kültürel etki yaratamamıştır.

Son olarak, 2020 yılı Türkiye ve dünya müzik endüstrisinin verileri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, Tablo 3.14’te 2020 yılında Türkiye’de en çok dinlenen beş şarkıya ve dinlenme sayılarına yer verilmiştir.

Tablo 3.14. 2020 yılında Türkiye’de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2020)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
Murda, Ezhel	Bi Sonraki Hayatımda Gel	52.499.321
Gazapizm	Unutulacak Dünler	35.215.047
Zeynep Bastık	Uslanmıyor Bu	29.246.943
Reynmen	Leila	27.735.981
Murda, Ezhel	Aya	26.962.532

Tablo 3.14’e göre, 2020 yılında Türkiye’de en çok dinlenen şarkıların tümünü Türkçe şarkılar oluşturmaktadır. Birinci sıradaki “Bi Sonraki Hayatımda Gel” şarkısı geçmiş yıllarda Türkiye’de birinci sırada yer alan şarkılara oranla daha fazla dinlenmiş ve “Spotify” dünya listesinde yalnızca bir hafta ilk 200’de yer almıştır⁴³. Geçmiş yıllara

⁴³Şarkının en fazla dinlendiği 24.01.2020 ve 31.01.2020 tarihleri arasında 5 milyon 37 bin 967 dinlenmeyle Spotify dünyada en çok dinlenen 200 şarkı arasında 187. olmuştur. Ancak, şarkı Türkiye’de 4 milyon 219 bin 777 kere; yurtdışında ise o hafta aralığında sadece 818 bin 190 defa dinlenmiştir (Spotifycharts, 2020).

benzer bi çimde 2020 yılında Türkiye müzik endüstrisinin ürettiği şarkılar dinlenme sayılarının büyük bir bölümünü yurtiçinden elde etmiştir.

Dünyanın en çok dinlenen şarkılarında ise ABD’li şirketlerin ürettikleri şarkıların üstünlüğü 2020 yılında da sürmüştür. Tablo 3.15, dünyada “Spotify” aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıyı ve dinlenme sayılarını göstermektedir.

Tablo 3.15. 2020 yılında dünyada Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkı (Spotify Charts, 2020)

Sanatçı	Şarkı	Dinlenme Sayısı
The Weekend	Blinking Lights	1.478.690.715
Tones and I	Dance Monkey	1.114.126.075
Roddy Ricch	The Box	983.211.394
SAINT JHN, Imanbek	Roses - Imanbek Remix	956.100.992
Dua Lipa	Don't Start Now	950.130.817

Tablo 3.15’de yer alan veriler çerçevesinde, 2020 yılında ABD’li müzik şirketlerinin dolaşıma soktuğu şarkılar dünyada en çok dinlenen beş şarkı olmuştur. Tabloda yer alan sanatçılardan Tones and I Avustralyalı ve Dua Lipa İngiliz yurttaşı olmalarına karşın şarkıları için ABD’li müzik şirketleriyle çalışmışlardır⁴⁴. 2020 yılında ABD dünya-sistemindeki hegemonik konumunu müzik endüstrisinde de sürdürmüş ve tüm dünyadan elde ettiği artı değeri müzik şirketleri aracılığıyla transfer etmiştir.

Merkez ülkelerin tarihsel süreçte elde ettikleri sermaye birikimini kullanarak müzik endüstrisinde artı değer sömürüsü gerçekleştirdikleri bir diğer alan ise müzik dinleme araçlarıdır. Dünyanın en büyük müzik dinleme uygulamaları merkez ülkelerin sahipliğindedir. Özellikle müzik dinlemek için kullanılan araçlarda ABD’li şirketler öne çıkmaktadır. 2020 yılı verilerine göre, ABD merkezli “Spotify”ın dünyada 345 milyon kullanıcısı bulunmaktadır⁴⁵. Bir diğer ABD’li şirket “SoundCloud” aylık olarak 175 milyon kullanıcı tarafından ziyaret edilmektedir. Şirket 2020 yılında yaklaşık 200 milyon dolardan fazla gelir elde etmiştir⁴⁶. Müzik dinlemek için kullanılan bir diğer

⁴⁴<https://open.spotify.com/album/31IDBea3eEs57a0joX6TjN> (Erişim Tarihi: 22.03.2021); <https://open.spotify.com/album/0ix3XtPV1LwmZADsprKxcp> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

⁴⁵<https://newsroom.spotify.com/company-info/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

⁴⁶<https://www.businessofapps.com/data/soundcloud-statistics/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

önemli araç ise Youtube'dur. "Youtube" 2 milyardan fazla kayıtlı kullanıcısıyla dünyanın en büyük sosyal medya platformlarından biridir (Digital 2020: US, 2020).

Özetle, 2020 yılı bulgularına göre Türk sanatçılar geçmiş yıllardaki gibi yurtiçinde başarılı olmuş ve yurtdışında önemli bir başarı elde edememiştir. ABD'li müzik şirketleriyle çalışan sanatçılar ise tüm dünyada dinlenmiş ve yüksek dinlenme rakamlarına ulaşmıştır. ABD'li şirketler sadece yayınladıkları şarkılarla değil, müzik dinlemek amacıyla kullanılan araçlardaki hegemonyasıyla da müzik endüstrisinden büyük kârlar elde etmiştir. Türkiye'de de ABD'nin müzik araçları yoğun olarak kullanılmıştır. Bunun sonucunda, müzik endüstrisinde artı değer dolaylı yollardan ABD'ye transfer edilmiştir. 2020 yılında Türkiye, ABD'nin müzik endüstrisi aracılığıyla yarattığı kültürel emperyalizminden az etkilenmiş ancak, yarı-çevre bir ülke olarak müzik eserlerini yurtdışına ihraç edememiştir.

Bu başlık çerçevesinde, Türkiye ve dünya da müzik endüstrisiyle ilgili dört senelik bulgulara yer verilmiş ve elde edilen bulgular Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde çözümlenmiştir.

3.3.3. Kitap endüstrisi

Bu alt başlık altında, Türkiye'de 2016, 2017, 2018 ve 2019 yılları arasında üretilen ve tüketilen kitaplar irdelenmiştir. Türkiye kitap endüstrisinin dünyadaki konumu yıllara göre Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak Türkiye'ye ithal edilen kitapların kaynağının anlaşılması için 2018 ve 2019 yılları gelirlerine göre dünyanın en büyük kitap şirketleriyle ilgili verilere Tablo 3.16'da yer verilmiştir.

Dünya Sistemler Teorisi'ne göre, yüksek katma değerli ve yapımında teknoloji kullanılan metalar merkez ülkeler tarafından üretilmekte ve dünya-sisteminde daha az artı değer sağlayan metalar ise çevre ve yarı-çevre ülkelerde üretilebilmektedir. Kitap metası emeğin yoğun olarak kullanıldığı, film ve sosyal medya metaları kadar kâr sağlamayan kültürel bir metadır. Dünya-sistemi bu tarz metaların çevre ve yarı-çevre ülkeler tarafından üretilmesine izin vermektedir. Ancak, sistemin egemen konumundaki merkez ülkeler, çalışmada incelenen diğer kültür endüstrisi dallarında olduğu gibi kitap endüstrisinde de uluslararası dağıtım kanallarını ellerinde bulundurmaktadır. Kitap endüstrisinde eşitsiz mübadele sistemi uluslararası düzende yeniden üretilmektedir. Bir

başka deyişle, dünyanın en büyük kitap şirketleri merkez ülkelerin kontrolündedir. Bu bağlamda, Tablo 3.16, 2018 ve 2019 yılı gelirlerine göre dünyanın en büyük kitap şirketlerini göstermektedir.

Tablo 3.16. 2018 ve 2019 yılı gelirlerine göre dünyanın en büyük kitap şirketleri (Statista, 2020)

Şirket İsmi	2018 (milyar dolar)	2019 (milyar dolar)
Relx Group (BK/HOL/ABD)	5.28	5.64
Thomson Reuters (ABD)	5.13	5.28
Pearson (BK)	5.24	5.08
Bertelsman (ALM)	4.15	4.16
Wolters Kluwer (HOL)	3.76	3.98
Hachette Livre (FRA)	2.58	2.68
Springer Nature (ALM)	1.9	1.93
Wiley (ABD)	1.8	1.8
HarperCollins (ABD)	1.76	1.75
Scholastic (ABD)	1.63	1.65

Tablo 3.16'daki veriler değerlendirildiğinde, sıralamada yer alan on şirketin de merkez ülkelerin sahipliğinde olduğu gözlenmektedir. Dünyanın en çok gelir elde eden şirketi "Relx Group" Hollanda, ABD ve İngiltere'nin ortaklığında kurulmuş çokuluslu bir kuruluştur. Tabloda bir İngiltere, bir Fransa, bir Hollanda, iki Almanya ve dört ABD merkezli şirket yer almaktadır. Dünyadaki kitap endüstrisi merkez ülkeler tarafından kontrol edilirken; dünya -sisteminin hegemonik gücü ABD kitap endüstrisinde de egemen konumdadır. Kitap endüstrisinde de eşitsiz mübadele koşulları sürdürülmekte; merkez ülkeler çevre ve yarı-çevre ülkelere kitap metası sayesinde kültürel emperyalizm uygulanmaktadır. Hangi kitabın dünyada popüler ve çok satan olacağına merkez ülkelerin kitap şirketleri karar vermektedir.

Türkiye kitap endüstrisi ise sadece yurtiçinde önemli satış rakamlarına ulaşmakta ve Türkiye kitap ithalatıyla merkez ülkelerin kültürel emperyalizminin etkileriyle karşılaşmaktadır. Türkiye'deki kitap endüstrisinin daha iyi anlaşılması için öncelikle 2016 yılı Türkiye kitap endüstrisi verileri incelenmiştir. Bu anlamda, Tablo 3.17, Türkiye'de 2016 yılında üretilen kitap sayılarının dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.17. 2016 yılında Türkiye’de üretilen kitaplar (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2016)

Kitap Türü	Kitap Sayısı	ISBN Sayısı	Toplam Kitap Sayısındaki Oranı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	65.234.178	11.150	%16.14
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	20.226.792	9.166	%5.01
Çocuk-Gençlik Kitapları	32.459.781	8.618	%8.03
İnanç Kitapları	50.454.835	3.320	%12.49
Akademik Yayınlar	4.997.328	7.481	%1.23
Eğitim Kitapları	224.968.715	14.711	%55.67
İthal Kitaplar	5.787.664	—	%1.43

Türkiye 2016 yılı ISBN verilerine göre, dünyada yayıncılık sektöründe 11. sırada bulunmaktadır⁴⁷. Türkiye’de 2016 yılında üretilen kitapların yalnızca %1.43’ünü ithal kitaplar oluşturmaktadır. Türkiye’nin endüstrileşmiş bir kitap ihracatı olmadığı için “İhraç Kitaplar” kategorisi kitap pazarı raporunda yer almamıştır (Bkz. Tablo 3.17). Türkiye kitap endüstrisinde yurtiçinde başarılı olsa da yarı-çevre bir ülke olarak dünyaya kitap ihraç edememektedir. Türkiye’de tüketilen kitapların oranında ise ithal kitaplar daha büyük bir orana sahiptir. Tablo 3.18 ise, Türkiye’de 2016 yılında satın alınan kitaplardan elde edilen geliri ve pazar payını göstermektedir.

Tablo 3.18. 2016 yılı Türkiye kitap perakende pazarı (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2016)

Kitap Türü	Mevcut (milyon dolar)	Pazar Payı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	414	%19.12
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	112	%5.45
Çocuk-Gençlik Kitapları	88	%4.37
İnanç Kitapları	219	%10.28
Akademik Yayınlar	45	%2.13
Eğitim Kitapları	1.094	%51.44
İthal Kitaplar	153	%7.21

⁴⁷<https://turkayaybir.org.tr/2016-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

Tablo 3.18'e göre, 2016 yılında Türkiye'de ithal edilen kitaplarla bu kitapların satış oranında önemli farklılıklar bulunmaktadır. İthal kitaplar 2016 yılında üretilen kitapların %1.43'ünü oluştururken; satılan kitapların %7.21'ini oluşturmaktadır. 2016 yılında Türkiye'den yaklaşık 153 milyon dolarlık artı değer önemli bir bölümü kitap şirketleri aracılığıyla merkez ülkelere transfer edilmiştir.

2016 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye'nin dünyanın en büyük 11. yayıncılık sektörüne sahip olmasına karşın, Türkiye kitap endüstrisi ihracat geliri elde edememektedir. Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak dünya-sistemindeki konumunun bir yansıması olarak kitap endüstrisinde ithalatçı durumdadır. 2016 yılında kitap metası sayesinde 153 milyon dolarlık artı değer önemli bir bölümü merkez ülkelere transfer edilmiştir. Ayrıca, 2016 yılında ithal edilen kitaplar aracılığıyla Türkiye'ye merkez ülkeler kültürel emperyalizm uygulamıştır denilebilir.

2017 yılı göstergelerine bakıldığında da benzer bir durum ortaya çıkmaktadır. Tablo 3.19, 2017 yılında Türkiye'de üretilen kitap sayılarının dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.19. 2017 yılı Türkiye'de üretilen kitaplar (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2017)

Kitap Türü	Kitap Sayısı	ISBN Sayısı	Toplam Kitap Sayısındaki Oranı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	77.621.806	11.509	%18.95
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	25.072.382	9.828	%6.08
Çocuk-Gençlik Kitapları	41.867.509	10.043	%10.18
İnanç Kitapları	42.229.572	3.658	%10.29
Akademik Yayınlar	4.755.186	8.144	%1.60
Eğitim Kitapları	209.504.110	17.153	%51.31
İthal Kitaplar	6.688.443	—	%1.59

2017 yılında ISBN verilerine göre, Türkiye yayıncılık sektöründe 11.'likten 16. sıraya gerilemiştir⁴⁸. 2017 yılı kitap üretim verileri incelendiğinde, 2017 yılında ithal edilen kitap sayısı 2016 yılına göre 900 bin 779 artmış, kitap sektöründeki oranı ise %0.16 artış göstermiştir (Bkz. Tablo 3.19). 2016 yılına benzer biçimde 2017 yılında da kitap

⁴⁸<https://turkayaybir.org.tr/2017-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

ihracat rakamları kitap pazarı raporunda yer almamıştır. Tablo 3.20 ise, Türkiye’de 2017 yılında satın alınan kitaplardan elde edilen geliri ve pazar payını göstermektedir.

Tablo 3.20. 2017 yılı Türkiye kitap perakende pazarı (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2017)

Kitap Türü	Mevcut (milyon dolar)	Pazar Payı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	447	%28.08
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	121	%7.61
Çocuk-Gençlik Kitapları	103	%6.49
İnanç Kitapları	135	%8.47
Akademik Yayınlar	35	%2.23
Eğitim Kitapları	616	%38.68
İthal Kitaplar	134	%8.44

Tablo 3.20’de görüleceği gibi, 2017 yılında 2016’ya benzer biçimde Türkiye’ye ithal edilen kitaplarla bu kitapların satış oranında farklılık oluşmuştur. 2017 yılında üretilen kitapların %1.59’unu ithal kitaplar oluştururken; satılan kitapların ise %8.44’ünü oluşturmaktadır.

2017 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye dünya daki en büyük 16 . kitap yayıncılık sektörüne sahip olmasına karşın, 2016 yılına benzer biçimde endüstriyel bir kitap ihracatı gerçekleştirememiştir. Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak yaklaşık 6 milyon 600 bin kitap ithal etmiş ve ithal edilen kitaplar ise 134 milyon dolarlık bir ekonomik değerin belirli bir bölümünün yurtdışına transferine neden olmuştur. 2017 yılında da Türkiye, kitap endüstrisi ne deniyle merkez ülkelerin kültürel emperyalizminden etkilenmiş ve Türkiye’de üretilen kitaplar ise yurtdışında kültürel bir etki yaratamamıştır.

Türkiye’nin kitap endüstrisinde 2018 yılında da, geçmiş yıllara benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Tablo 3.21 , Türkiye’de 2018 yılında üretilen kitap sayılarının dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.21. 2018 yılı Türkiye’de üretilen kitaplar (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2018)

Kitap Türü	Kitap Sayısı	Toplam Kitap Sayısındaki Oranı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	74.484.289	%18.14
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	24.719.651	%6.02
Çocuk-Gençlik Kitapları	41.273.395	%10.05
İnanç Kitapları	44.431.096	%10.82
Akademik Yayınlar	4.461.008	%1.09
Eğitim Kitapları	215.370.387	%52.44
İthal Kitaplar	5.901.479	%1.44

2018 yılında toplam 67.135 yeni başlıklı kitap üretilmiş ve Türkiye kitap yayıncılığında dünyada 6. sıraya yükselmiştir⁴⁹. 2018 yılında ithal edilen kitap sayısı 2017 yılına göre 786 bin 964 azalmış ve ithal edilen kitapların kitap sektöründeki oranı ise %0.15 düşüş göstermiştir (Bkz. Tablo 3.21). Geçmiş yıllara benzer biçimde, 2018 yılında da Türkiye’de endüstrileşmiş bir kitap ihracatı olmamış ve “İhraç Kitaplar” kategorisi 2018 Türkiye kitap pazarı raporunda yer almamıştır. Tablo 3.22 ise, 2018 yılı Türkiye’de satın alınan kitaplardan elde edilen geliri ve pazar payını göstermektedir.

Tablo 3.22. 2018 yılı Türkiye kitap perakende pazarı (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2018)

Kitap Türü	Mevcut (milyon dolar)	Pazar Payı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	346	%24.96
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	98	%7.17
Çocuk-Gençlik Kitapları	68	%4.91
İnanç Kitapları	109	%7.18
Akademik Yayınlar	25	%1.80
Eğitim Kitapları	634	%46.11
İthal Kitaplar	106	%7.87

Tablo 3.22’de yer alan veriler değerlendirildiğinde, geçmiş yıllara benzer biçimde 2018 yılında da Türkiye’ye ithal edilen kitaplarla bu kitapların satış oranında farklılıklar

⁴⁹<https://turkyaybir.org.tr/2018-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

oluşturmuştur. 2018 yılında Türkiye’de üretilen kitapların %1.44’ünü ithal kitaplar oluştururken; Türkiye’de satılan kitapların ise %7.87’sine karşılık gelmektedir. Türkiye’de ithal kitapların, üretilen kitaplar arasındaki oranı düşük olsa da Türkiye’deki kitap pazarında önemli bir paya sahiptir.

2018 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye dünya yayıncılık sektöründe ISBN verilerine göre 6. sırada yer almıştır. Ancak, bu kitap çeşitliliği geçmiş yıllara benzer biçimde Türkiye’nin kitap endüstrisinde ihracat yapmasını sağlamamıştır. Eşitsiz mübadele sistemi, 2018 yılında da kendisini yeniden üretmiş ve kitap endüstrisi sayesinde Türkiye’den 106 milyon dolarlık artı değer önemli bir bölümü merkez ülkelere transfer edilmiştir. Türkiye 2018 yılında da, merkez ülkelerin kitapları ve merkez ülkelerin seçtiği kitaplar aracılığıyla kültürel emperyalizmin olumsuz etkileriyle karşılaşmıştır. Türkiye kitap endüstrisinin 2018 yılında ürettiği kitaplar ise dünyada herhangi bir kültürel etkiye yol açmamıştır.

Son olarak, Türkiye’nin 2019 yılına ilişkin kitap endüstrisi verileri değerlendirilmiştir. Tablo 3.23 , Türkiye’de 2019 yılında üretilen kitap sayılarının dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.23. 2019 yılı Türkiye’de üretilen kitaplar (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2019)

Kitap Türü	Kitap Sayısı	Toplam Kitap Sayısındaki Oranı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	79.387.610	%18.74
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	27.303.062	%6.45
Çocuk-Gençlik Kitapları	41.271.110	%9.74
İnanç Kitapları	36.899.907	%8.71
Akademik Yayınlar	4.480.495	%1.15
Eğitim Kitapları	228.559.913	%53.96
İthal Kitaplar	5.290.731	%1.25

2019 yılında Türkiye’de toplam 68.554 yeni başlıklı kitap üretilmiş ve Türkiye kitap yayıncılığında dünyada 6. sıradaki yerini korumuştur⁵⁰. 2019 yılında Türkiye’de ithal edilen kitap sayısı bir önceki yıla göre 610 bin 748 azalmış ve ithal edilen kitapların

⁵⁰<https://turkyaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

kitap sektöründeki oranı ise %0.19 düşüş göstermiştir (Bkz. Tablo 3.23). 2019 yılında da geçmiş yıllara benzer biçimde Türkiye'nin endüstrileşmiş bir kitap ihracatı olmamıştır. Tablo 3.24 ise, 2019 yılında Türkiye'de satın alınan kitaplardan elde edilen geliri ve pazar payını göstermektedir.

Tablo 3.24. 2019 yılı Türkiye kitap perakende pazarı (Türkiye Kitap Pazarı Raporu, 2019)

Kitap Türü	Mevcut (milyon dolar)	Pazar Payı
Yetişkin (Araştırma-inceleme)	308	%21.06
Yetişkin Kurgu (Edebiyat-Sanat)	90	%6.17
Çocuk-Gençlik Kitapları	67	%4.56
İnanç Kitapları	81	%5.57
Akademik Yayınlar	28	%1.93
Eğitim Kitapları	775	%52.99
İthal Kitaplar	113	%7.72

Tablo 3.24'e göre, 2019 yılında geçmiş yıllara benzer şekilde Türkiye'ye ithal edilen kitaplarla bu kitapların satış oranlarında farklılık bulunmaktadır. 2019 yılında Türkiye'de üretilen kitapların %1.25'ini ithal kitaplar oluştururken; satılan kitapların %7.72'si ise ithal kitaplara denk düşmektedir. Bir başka deyişle, 2019 yılında geçmiş yıllardaki gibi ithal edilen kitaplar Türkiye kitap perakende pazarında önemli satış rakamlarına ulaşmıştır.

2019 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye dünya yayıncılık sektöründe ISBN verilerine göre 6. sıradaki yerini korumuştur. Geçmiş yıllara benzer biçimde bu kitap çeşitliliği Türkiye'nin kitap endüstrisinde ihracat geliri elde etmesini sağlamamıştır. Eşitsiz mübadele sistemi, 2019 yılında da devam etmiştir. Dünya-sisteminden en çok çıkar sağlayan merkez ülkeler, kitap endüstrisi üzerinden artı değer sömürsü gerçekleştirmiştir. Kitap endüstrisi sayesinde 2019 yılında 113 milyon dolarlık artı değer önemli bir bölümü merkez ülkelere transfer edilmiştir. Türkiye 2019 yılında kitap ithalatıyla merkez ülkelerde üretilen kitaplar ve merkez ülke şirketlerinin öne çıkardığı kitaplar aracılığıyla kültürel emperyalizmin etkileriyle karşılaşmıştır. 2019 yılında Türkiye kitap endüstrisinin ürettiği kitaplar ise geçmiş yıllara benzer biçimde dünyada herhangi bir kültürel etkiye yol açmamıştır.

Bu bölümde, ulaşılan dört yıllık veriler bağlamında, Türkiye’de üretilen ve tüketilen kitaplar irdelenmiştir. Ayrıca, Türkiye’deki kitap endüstrisinin dünya adaki konumu yıllara göre Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır.

3.3.4. Sosyal medya endüstrisi

Bu alt başlık altında ilk olarak Türkiye’de 2018, 2019 ve 2020 yıllarında sosyal medya kullanım verilerine yer verilmiştir. Ayrıca, 2020 yılında Türkiye’deki sosyal medya kullanımı seçilen merkez, yarı-çevre ve çevre ülkelerle karşılaştırılmıştır⁵¹. Türkiye’deki sosyal medya endüstrisinin dünyadaki konumu yıllara göre Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır.

Sosyal medya, kültür endüstrisinin alt dalları olan kitap ve müzik endüstrilerinden farklı olarak üretim ölçeğinde büyük sermaye yatırımları gerektiren bir endüstridir. Kitap ve müzik, emeğin yoğun olarak kullanıldığı metalarken; sosyal medya platformu ise yapımında önemli teknolojik yatırımları ve sermaye birikimini gerektirmektedir. Sosyal medya endüstrisine bakıldığında, merkez ülkelerin teknolojik altyapıları ve bilgi sermayeleri sayesinde dünyada üstünlüğü ellerinde bulundurdıkları gözlenmektedir. Türkiye ise yarı-çevre bir ülke olarak sosyal medya endüstrisinde merkez ülkelere bağımlı haldedir. Bu bağlamda, ilk olarak Türkiye’nin 2018 yılındaki sosyal medya endüstriyle ilgili veriler değerlendirilmiştir.

2018 yılında, dünyada 4 milyar 21 milyon internet kullanıcısının, 3 milyar 196 milyonu sosyal medya kullanmaktadır. 2018 yılında dünyada internet kullanıcı sayısı 2017 yılına göre %7 oranında artarken; sosyal medya kullanıcı sayısı %13 oranında yükselmiştir. Türkiye’de ise nüfusun %67’sini oluşturan 54 milyon 330 bin kişi internet kullanıcısıdır. Türkiye nüfusunun %63’ü bir başka deyişle, 51 milyon kişi ise sosyal medya kullanıcısıdır. 2018 yılı istatistiklerine göre, 2017 yılında internet kullanıcı sayısı %13 artarken; sosyal medya kullanıcı sayısı %6 oranında artış göstermiştir. 2018 yılında Türkiye’de yurttaşlar ortalama 7 saat 9 dakikalarını internette harcarken; ortalama 2 saat 48 dakikalarını ise sosyal medya araçlarını kullanarak geçirmiştir (Digital 2018: Turkey, 2018).

⁵¹Bu ülkelerin merkez, yarı-çevre ve çevre olarak belirlenmesinde Wallerstein’in sınıflandırmasından yararlanılmıştır (Wallerstein, 1976).

Dünyada internet kullanıcısı olup aynı zamanda sosyal medya kullananların oranı %79.382 iken, Türkiye’de bu oran %93.87 olmuştur. Sosyal medya kullanım oranına ilişkin bu bilgi, 2018 yılında Türkiye’de internet kullanıcılarının sosyal medya kullanımının dünya ortalamasının üstünde olduğunu göstermektedir. Bu nedenle araştırmada, sosyal medya kullanımının daha ayrıntılı irdelenmesi için Türkiye’de en çok ziyaret edilen on sitenin incelenmesi önemli görülmüştür. Bu anlamda, Tablo 3.25’de Türkiye’de 2018 yılında en çok ziyaret edilen on siteye yer verilmiştir.

Tablo 3.25. Similarweb verilerine göre Türkiye’de 2018 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2018: Turkey, 2018)

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Google.com.tr	Arama motoru	2.237.700.000	8d 44s	6.9
Youtube.com	Tv/ video/ sosyal medya	845.800.000	22d 23s	11.3
Facebook.com	Sosyal medya	785.500.000	11d 28s	11.6
Google.com	Arama motoru	741.000.000	5d 34s	6.1
Twitter.com	Sosyal medya	188.000.000	10d 37s	9.9
Yandex.com.tr	Arama motoru/ haber	166.700.000	8d 22s	8.9
Hürriyet.com.tr	Haber	157.500.000	11d 4s	7.9
Instagram.com	Sosyal medya	136.800.000	7d 33s	14.3
Sahibinden.com	Alışveriş	132.200.000	12d 11s	21.0
Eksisozluk.com	Bilgi kaynağı / sosyal medya	127.000.000	6d 40s	4.8

Tablo 3.25’e göre, 2018 yılında Türkiye’de en fazla ziyaret edilen on sitenin beşi sosyal medya platformudur. Bu platformlar, ABD merkezli “Youtube”, “Facebook”, “Twitter” ve “Instagram” ile Türkiye merkezli “Eksisozluk” siteleridir. Tabloda yer alan on sitenin toplam aylık ziyaret sayısı 5 milyar 518 milyon 200 bindir. Sosyal medya sitelerinin toplam aylık ziyaret sayısı ise 2 milyar 83 milyon 100 bindir. 2018 yılında Türkiye’de aylık ziyaret sayılarının %37.74’ünü sosyal medya siteleri oluşturmaktadır (Bkz.Tablo 3.25).

Bir diğer bulgu olarak, 2018 yılında Türkiye’de en çok ziyaret edilen on sitede her ziyarette kullanıcıların harcadıkları toplam zaman 104 dakika 36 saniyedir. Sosyal medya sitelerinde her ziyarette harcanan toplam vakit ise 58 dakika 41 saniyedir. Tablo 3.25’e göre, sosyal medya siteleri, kullanıcıların internette her ziyarette harcadıkları zamanlarının %56.10’unu oluşturmaktadır.

Sosyal medyaya ilişkin 2018 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye’de sosyal medya internet kullanımının önemli bir parçasıdır denilebilir. Ayrıca, yoğun olarak kullanılan sosyal medya sitelerinin ABD merkezli şirketler olduğu görülmektedir. 2018 yılında en çok ziyaret edilen sosyal medya araçları arasında Türkiye merkezli bir platform yer almıştır (“Eksisozluk”). Ancak, “Eksisozluk” platformu aylık ziyaret sayısı, her ziyarette harcanan zaman ve her ziyarette girilen sayfa sayısı sıralamalarına göre sosyal medya platformları arasında sonuncu sıradadır.

Sosyal medya kullanımının en önemli sonuçlarından biri yarattığı artı değerdir. Birçok kullanıcı, internetten alışveriş yapmakta ve internetten yapılan alışverişlerin en önemli yönlendiricisi ise sosyal medya sitelerindeki reklamlar olmaktadır. 2018 yılında Türkiye’deki internet kullanıcıların %60’ı alışveriş sitelerini ziyaret ederken; kullanıcıların %43’ü ürün veya hizmet satın almıştır. 2018 yılında e-reklamlar yoluyla alışveriş yapan sayısı ise 2017 yılına göre %6 artış göstermiş ve 31 milyon 700 bin kişi olmuştur (Digital 2018: Turkey, 2018).

İnternet üzerinden Türkiye’de yapılan alışverişlerin kategorik dağılımı ise şöyledir: Moda ve güzellik 1 milyar 260 milyon dolar, elektronik aletler ve medya araçları 2 milyar 182 milyon dolar, yemek ve kişisel hizmetler 410 milyon dolar, mobilya ve aksesuarlar 1 milyar 390 milyon dolar, oyuncağı ve hobi eşyaları 848 milyon dolar, seyahat ve konaklama 1 milyar 823 milyon dolar, dijital müzik 26 milyon dolar ve video oyunları 276 milyon dolar. 2018 yılı verilerine göre, Türkiye’de internet üzerinden toplam 7 milyar 864 milyon dolarlık alışveriş yapılmıştır (Digital 2018: Turkey, 2018).

Türkiye’de sosyal medya kullanımının yoğunluğu dikkate alındığında, alışverişlerin önemli bir bölümünde sosyal medya platformlarındaki reklamlar rol oynamıştır. Ayrıca, internetten alışveriş yapılan metalar incelendiğinde, Türkiye’nin ithalatçısı olduğu metaların ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin, 2018 yılında 1 milyar 260 milyon dolar harcanan moda ve güzellik alanının parçası olan kozmetik sektöründe Türkiye’de pazarlanan ürünlerin %10’u Türkiye kökenli ürünlerdir (Ticaret Bakanlığı, 2021, s. 2). Bir başka deyişle, 2018 yılında hem sosyal medyaya verilen reklamlar yoluyla Türkiye’den merkez ülkelere artı değer transferi olurken; aynı zamanda da sosyal medyadaki reklamlar aracılığıyla satın alınan ürünler sonucunda merkez ülkelere artı değer transferi gerçekleşmiştir.

2018 yılında Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak katma değeri yüksek ve teknolojik altyapı gerektiren sosyal medya endüstrisinde ithalatçı konumundadır. Reklam verenler ve internetten satın alınan mal ve hizmetler aracılığıyla da Türkiye’den önemli oranda artı değer merkez ülkelere transfer edilmektedir. Ayrıca, Türkiye’de kullanıcıların bilgilenme, sosyalleşme, eğlence vb. gereksinimlerini giderdiği sosyal medya araçları, dünya-sisteminin hegemonik gücünü elinde bulunduran ABD’li şirketlerin kontrolündedir.

Sosyal medya endüstrisinde, 2019 yılında da bir önceki yıla benzer bir durumla karşılaşmıştır. 2019 yılında dünyada 4 milyar 388 milyon internet kullanıcısının 3 milyar 484 milyonu sosyal medya kullanmaktadır. 2019 yılında dünyada internet kullanıcı sayısı 2018 yılına göre %9.1 oranında artarken; sosyal medya kullanıcı sayısı ise %9 oranında yükselmiştir. Türkiye’de ise nüfusun %72’sini oluşturan 59 milyon 360 bin kişi internet kullanıcısıdır. Türkiye nüfusunun %63’ü bir başka deyişle, 52 milyon kişi sosyal medya kullanıcısıdır. 2019 yılı verilerine göre, Türkiye’de bir önceki yıla göre internet kullanıcı sayısı %9.3 artarken; sosyal medya kullanıcı sayısı ise %2 oranında yükselmiştir. 2019 yılında Türkiye yurttaşları ortalama 7 saat 15 dakikalarını internette harcarken; ortalama 2 saat 46 dakikalarını da sosyal medya araçlarını kullanarak geçirmiştir (Digital 2019: Turkey, 2019).

Dünyada internet kullanıcısı olup aynı zamanda medya kullananların oranı %79.39’iken, Türkiye’de bu oran %87.60 olmuştur. 2019 yılında, 2018 yılına benzer biçimde Türkiye’deki internet kullanıcılarının sosyal medya kullanımı dünya ortalamasının üstündedir. 2019 yılında Türkiye’de sosyal medya kullanımının daha iyi anlaşılması için Türkiye’de en çok ziyaret edilen on site irdelenmiştir. Tablo 3.26, Türkiye’de 2019 yılında en çok ziyaret edilen on siteyi göstermektedir.

Tablo 3.26. Similarweb verilerine göre Türkiye’de 2019 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2019: Turkey, 2019)

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Google.com.tr	Arama motoru	1.177.200.000	9d 12s	7.1
Google.com	Arama motoru	1.131.600.000	8d 36s	8.5
Youtube.com	Tv/ video/ sosyal medya	816.100.000	23d 28s	10.6
Facebook.com	Sosyal medya	490.800.000	11d 16s	11.9

Tablo 3.26. (Devam) *Similarweb verilerine göre Türkiye’de 2019 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2019: Turkey, 2019)*

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Twitter.com	Sosyal medya	181.100.000	11d 20s	10.7
Hürriyet.com.tr	Haber	144.600.000	8d	8.1
Instagram.com	Sosyal medya	142.700.000	8d 1s	19.5
Yandex.com.tr	Arama motoru/ haber	134.700.000	9d 18s	10.4
Eksisozluk.com	Bilgi kaynağı / sosyal medya	120.700.000	6d 37s	4.8
Sahibinden.com	Alışveriş	107.200.000	11d 28s	20.5

Tablo 3.26’ya göre, 2019 yılında Türkiye’de en çok ziyaret edilen on siteden beşi sosyal medya platformudur. Dört sosyal medya platformu ABD merkezli şirketlere, biri de Türkiye merkezli şirketin sahipliğindedir. On sitenin toplam aylık ziyaret sayısı 4 milyar 446 milyon 700 bindir. Sosyal medya platformlarının toplam aylık ziyaret sayısı ise 1 milyar 751 milyon 400 bini dir. 2019 yılının ziyaret sayıları dikkate alındığında, kullanıcıların internette erişim sağladıkları sitelerin %39.38’sini sosyal medya platformları oluşturmaktadır.

Tablo 3.26’ya göre, 2019 yılında Türkiye’de en çok ziyaret edilen sitelerde her ziyarette kullanıcıların harcadıkları toplam zaman 107 dakika 16 saniyedir. Sosyal medya platformlarında her ziyarette harcanan toplam zaman ise 60 dakika 42 saniyedir. Sosyal medya platformları, internet kullanıcılarının her ziyarette harcadıkları zamanlarının %56.58’ini oluşturmaktadır.

Tablo 3.26’daki veriler doğrultusunda, 2019 yılında Türkiye’deki sosyal medya kullanımının internette geçirilen zamanın önemli bir parçası olduğu görülmektedir. 2019 yılında en çok ziyaret edilen sosyal medya araçları arasında Türkiye merkezli bir platform yer almıştır (“Eksisozluk”). Ancak, sosyal medya araçları içerisinde en az ziyaret edilen platform olan “Eksisozluk” aylık ziyaret sayısı, her ziyarette harcanan zaman ve her ziyarette girilen sayfa sayısı sıralamalarına göre sonuncu sıradadır. Bir başka deyişle, “Eksisozluk” platformu, Türkiye’de en az kullanılan sosyal medya aracıdır (Bkz. Tablo 3.26).

2019 yılında, Türkiye’de internet kullanıcıların %86’sı alışveriş sitelerini ziyaret ederken; kullanıcıların %67’si ise internet üzerinden ürün veya hizmet satın almıştır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerin kategorik dağılımı ise şöyledir: Moda ve güzellik 1 milyar 300 milyon dolar, elektronik aletler ve medya araçları 2 milyar 61 milyon dolar, yemek ve kişisel hizmetler 412 milyon dolar, mobilya ve aksesuarlar 1 milyar 56 milyon dolar, oyuncak ve hobi eşyaları 1 milyar 125 milyon dolar, seyahat ve konaklama 5 milyar 198 milyon dolar, dijital müzik 60 milyon dolar ve video oyunları 268 milyon dolar. 2019 yılı verilerine göre, Türkiye’de 39 milyon 300 bin kişi e-reklamlar yoluyla alışveriş yapmıştır (Digital 2019: Turkey, 2019).

Türkiye’de yabancı şirketlere ait sosyal medya platformlarının kullanımının yoğunluğu ve bu platformlar aracılığıyla reklamların ulaştığı kişi sayısı dikkate alındığında, alışverişlerin önemli bir bölümü sosyal medya mecralarındaki reklamlar yoluyla yapıldığı söylenebilir. 2019 yılında Türkiye’de internetten alışverişi yapılan metalar incelendiğinde ise, Türkiye’nin ithalatçısı olduğu metaların ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin, Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak elektronik aletler ve medya araçlarında merkez ülkelere bağımlı haldedir. 2019 yılında internet üzerinden 2 milyar 61 milyon dolar elektronik aletler ve medya araçları alışverişi yapılmıştır. 2019 yılında da, bir önceki yıla benzer biçimde hem sosyal medya platformlarına verilen reklamlar hem de bu reklamlar aracılığıyla yapılan alışverişlerde Türkiye’den önemli miktarda artı değer başta ABD olmak üzere merkez ülkelere transfer edilmiştir.

Türkiye, 2019 yılında da, 2018 yılına benzer biçimde ABD’li sosyal medya araçlarına bağımlı haldedir. Sosyal medya platformlarına verilen reklamlar ve reklamlar aracılığıyla satın alınan mal ve hizmetlerle Türkiye’den merkez ülkelere önemli oranda artı değer transfer edilmiştir. 2019 yılında da Türkiye, yarı-çevre bir ülke olarak yüksek miktarda sermaye yatırımı gerektiren sosyal medya endüstrisinde ithalatçı durumundadır. Ayrıca, 2019 yılında her ne kadar “Eksisozluk” en çok ziyaret edilen online site arasına girse de, Türkiye’de internet kullanıcılarının bilgilenme, sosyalleşme, eğlence vb. gereksinimlerini giderdiği sosyal medya platformlarının büyük bir bölümü ABD’nin kontrolündedir.

Sosyal medya endüstrisinde, 2020 yılında da geçmiş yıllara benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. 2020 yılında, dünyada 4 milyar 540 milyon internet kullanıcısının 3 milyar 800 milyonu sosyal medya kullanmaktadır. 2020 yılında dünyada internet kullanıcı

sayısı 2019 yılına göre %7 oranında artarken; sosyal medya kullanıcı sayısı ise %9.2 oranında yükseliş göstermiştir. Türkiye’de nüfusun %74’ünü oluşturan 62 milyon 70 bin kişi internet kullanıcısıdır. Türkiye nüfusunun %64’ü, 54 milyon kişi ise sosyal medya kullanıcısıdır. Türkiye’de 2020 yılında 2019 yılına göre internet kullanıcı sayısı %4 artarken; sosyal medya kullanıcı sayısı %4.2 oranında yükseliş göstermiştir. 2020 yılında Türkiye’deki yurttaşlar ortalama 7 saat 29 dakikalarını internette harcarken; ortalama 2 saat 51 dakikalarını ise sosyal medya araçlarını kullanarak geçirmiştir (Digital 2020: Turkey, 2020).

2020 yılında dünyada internet kullanıcısı olup aynı zamanda sosyal medya kullanıcılarının oranı %83.70’iken, Türkiye’de bu oran %86.99 olmuştur. Sosyal medya kullanım oranına ilişkin bu bilgi, geçmiş yıllara benzer biçimde Türkiye’de i nternet kullanıcılarının sosyal medya kullanımının dünya ortalamasının üstünde olduğunu göstermektedir. 2020 yılında Türkiye’de sosyal medya kullanımının daha iyi anlaşılması için Türkiye’de en çok ziyaret edilen on sitenin incelenmesi gerekli görülmüştür. Bu bağlamda, Tablo 3.27’de Türkiye’de 2020 yılında en çok ziyaret edilen on siteye yer verilmiştir.

Tablo 3.27. Similarweb verilerine göre Türkiye’de 2020 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2020: Turkey, 2020)

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Google.com	Arama motoru	2.266.000.000	9d 12s	8
Youtube.com	Tv/ video/ sosyal medya	723.100.000	25d 1s	10.6
Facebook.com	Sosyal medya	423.700.000	8d 52s	8.8
Google.com.tr	Arama motoru	219.100.000	8d 15s	8.1
Twitter.com	Sosyal medya	193.900.000	10d 57s	10.8
Instagram.com	Sosyal medya	169.800.000	8d 46s	13.9
Hürriyet.com.tr	Haber	120.400.000	5d 5s	5.4
Sabah.com.tr	Haber	113.500.000	2d 32s	5.6
Sözcü.com.tr	Haber	111.100.000	7d 36s	5.1
Sahibinden.com	Alışveriş	102.600.000	11d 31s	19.0

Tablo 3.27’ ye göre, 2020 yılında Türkiye’de en çok ziyaret edilen on siteden dördü sosyal medya platformudur. Bu platformlar, ABD merkezli “Youtube”, “Facebook”, “Twitter” ve “Instagram” siteleridir. On sitenin toplam aylık ziyaret sayısı 4 milyar 443

milyon 200 bindir. Sosyal medya platformlarının toplam aylık ziyaret sayısı ise 1 milyar 510 milyon 500 bindir. 2020 yılının ziyaret sayıları dikkate alındığında, Türkiye’de kullanıcıların ziyaret ettiği sitelerin %33.99’unu sosyal medya platformları oluşturmaktadır.

Türkiye’de 2020 yılında en çok ziyaret edilen sitelerde her ziyarette kullanıcıların harcadıkları toplam zaman 97 dakika 47 saniyedir. Sosyal medya platformlarında her ziyarette harcanan toplam zaman ise 53 dakika 36 saniyedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların interneti her ziyarette harcadıkları zamanlarının %54.81’ini oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 3.27).

2020 yılında Türkiye’de sosyal medya platformları üzerinden birçok kullanıcı reklam görüntülemiştir. Facebook üzerinden 37 milyon kişiye, Instagram üzerinden 38 milyon kişiye ve Twitter üzerinden 11 milyon 800 bin kişiye reklam ulaştırılmıştır. 2020 yılında internetten alışveriş yapan kişi sayısı 50 milyon 900 bin kişi olmuştur. İnternette alışverişe harcanan para miktarı 8 milyar 5 milyon dolarken; dijital reklamlara ise 2 milyar 280 milyon dolar harcanmıştır (Digital 2020: Turkey, 2020).

Türkiye’de 2020 yılı itibarıyla internet kullanıcılarının %86’sı alışveriş sitelerini ziyaret ederken; internet kullanıcılarının %67’si ürün veya hizmet satın almıştır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerin kategorik dağılımı ise şöyledir: Moda ve güzellik 1 milyar 660 milyon dolar, elektronik aletler ve medya araçları 2 milyar 810 milyon dolar, yemek ve kişisel hizmetler 795 milyon dolar, mobilya ve aksesuarlar 1 milyar 430 milyon dolar, oyuncak ve hobi eşyaları 1 milyar 370 milyon dolar, dijital müzik 60 milyon dolar ve video oyunlara 363 milyon dolardır (Digital 2020: Turkey, 2020).

2020 yılı verileri çerçevesinde, Türkiye’de sosyal medya platformlarının internet kullanımının önemli bir parçası olduğu görülmektedir. Tablo 3.27’ye göre, Türkiye’de yoğun olarak kullanılan sosyal medya platformlarının ABD merkezli şirketler olduğu ortaya çıkmaktadır. 2020 yılında da, geçmiş yıllara benzer biçimde sosyal medya kullanımı önemli miktarda artı değer transferine neden olmuş ve sadece internet reklamlarına 2 milyar 280 milyon dolar harcanmıştır. 2020 yılında Türkiye’de sosyal medyaya hem reklam verenler hem de reklamlar aracılığıyla satın alınan mal ve hizmetler aracılığıyla artı değer başta ABD olmak üzere merkez ülkelere transfer edilmiştir. 2020 yılında da Türkiye, ABD’li sosyal medya platformlarına bağımlılığını

sürdürmüştür. Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak önemli teknoloji altyapısı gerektiren sosyal medya endüstrisinde kendisi sosyal medya araçlarını üretememiş ve merkez ülkelerin eşitsiz mücadele koşullarıyla karşılaşmıştır.

Türkiye'nin sosyal medya endüstrisinin dünya-sistemindeki konumunun daha iyi anlaşılması için merkez, yarı-çevre ve çevreyi temsilen seçilen ülkelerde 2020 yılında en çok ziyaret edilen on siteye ilişkin veriler karşılaştırılmıştır. Bu değerlendirmede, merkez ülke olarak ABD, yarı-çevre ülkesi olarak Polonya ve çevre ülkesi olarak ise Kolombiya belirlenmiştir. Bu anlamda, Tablo 3.28, karşılaştırılan merkez ülke olan ABD'de 2020 yılında en çok ziyaret edilen on siteyi göstermektedir.

Tablo 3.28. Similarweb verilerine göre ABD'de 2020 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2020: US, 2020)

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Google.com.tr	Arama motoru	16.140.000.000	12d 53s	9.5
Youtube.com	Tv/ video/ sosyal medya	5.040.000.000	23d 47s	9.1
Facebook.com	Sosyal medya	4.015.000.000	11d 29s	9.6
Amazon.com	Alışveriş	1.873.000.000	8d 10s	9.9
Yahoo.com	Arama motoru	1.704.000.000	8d 23s	7.1
Wikipedia.org	Bilgi kaynağı	1.092.000.000	3d 59s	3.2
Twitter.com	Sosyal medya	1.008.000.000	10d 39s	10.4
Pornhub.com	Yetişkin video	788.880.000	9d 24s	7.0
Instagram.com	Sosyal medya	665.800.000	5d 18s	9.6
Reddit.com	Sosyal medya	661.700.000	11d 23s	8.6

Tablo 3.28'den görülebileceği gibi, 2020 yılında ABD'de en fazla ziyaret edilen on sitenin beşi sosyal medya platformudur. Beş sosyal medya platformu da ABD merkezli şirketlerdir. On sitenin toplam aylık ziyaret sayısı 32 milyar 988 milyon 380 bindir. Sosyal medya platformlarının toplam aylık ziyaret sayısı ise 11 milyar 390 milyon 500 bindir. Tablo 3.28'e göre, 2020 yılında ABD'de aylık ziyaret sayılarının %34.52'sini sosyal medya platformları oluşturmaktadır.

2020 yılında ABD'de en çok ziyaret edilen sitelerde her ziyarette kullanıcıların harcadıkları toplam zaman 105 dakika 25 saniyedir. Sosyal medya platformlarında her

ziyarete harcanan toplam zaman ise 62 dakika 36 saniyedir. Sosyal medya platformları, internet kullanıcılarının her ziyarette harcadıkları zamanlarının %59.38'ini oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 3.28).

Türkiye'nin 2020 yılı sosyal medya endüstrisi verilerini karşılaştırmak için seçilen yarı-çevre ülke Polonya'dır. Tablo 3.29, Polonya'da 2020 yılında en çok ziyaret edilen on siteyi göstermektedir.

Tablo 3.29. Similarweb verilerine göre Polonya'da 2020 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2020: Poland, 2020)

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Google.com.tr	Arama motoru	1.387.000.000	12d 12s	8.6
Facebook.com	Sosyal medya	620.000.000	12d 55s	10.5
Youtube.com	Tv/ video/ sosyal medya	565.600.000	25d 51s	10.2
Google.pl	Arama motoru	273.200.000	9d 21s	11.4
Wp.pl	Haber/medya	267.300.000	7d 21s	7.7
Onet.pl	Haber/medya	206.400.000	7d 10s	5.9
Allegro.pl	Alışveriş	194.900.000	10d 31s	13.0
Interia.pl	Haber/medya	150.800.000	7d 32s	6.4
Wikipedia.org	Bilgi kaynağı	115.300.000	4d 15s	3.2
Olx.pl	Alışveriş	96.440.000	9d 56s	11.9

2020 yılında Polonya'da en fazla ziyaret edilen on sitenin ikisi sosyal medya platformudur. Bu platformlar, ABD merkezli “Facebook” ve “Youtube” siteleridir. On sitenin toplam aylık ziyaret sayısı 3 milyar 876 milyon 940 bindir. Sosyal medya platformlarının toplam aylık ziyaret sayısı ise 1 milyar 185 milyon 600 bindir. 2020 yılında Polonya'da aylık ziyaret sayılarının %30.58'ini sosyal medya platformları oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 3.29).

Tablo 3.29'a göre, 2020 yılında Polonya'da en çok ziyaret edilen sitelerde her ziyarette kullanıcıların harcadıkları toplam zaman 107 dakika 4 saniyedir. Sosyal medya platformlarında her ziyarette harcanan toplam zaman ise 38 dakika 46 saniyedir. Sosyal

medya platformları, kullanıcıların interneti her ziyaretlerinde harcadıkları zamanlarının %36.20'sini oluşturmaktadır.

Son olarak, 2020 yılı verilerini karşılaştırmak için çevreyi temsilen seçilen ülke ise Kolombiya'dır. Bu anlamda, Tablo 3.30, Kolombiya'da 2020 yılında en çok ziyaret edilen on siteyi göstermektedir.

Tablo 3.30. Similarweb verilerine göre Kolombiya'da 2020 yılında en çok ziyaret edilen on site (Digital 2020: Colombia, 2020)

Site ismi	Kategori	Aylık ziyaret sayısı	Her ziyarette harcanan zaman	Her ziyarette girilen sayfa sayısı
Google.com.tr	Arama motoru	427.400.000	17d 43s	12.6
Youtube.com	Tv/ video/ sosyal medya	315.200.000	37d 20s	13.2
Facebook.com	Sosyal medya	148.000.000	18d 13s	18.3
Whatsapp.com	Çevrimiçi mesajlaşma uygulaması	55.040.000	3d 28s	2.0
Live.com	Çevrimiçi e-posta hizmeti	52.690.000	10d 40s	10.2
Google.com.co	Arama motoru	42.870.000	8d 3s	7.7
Netflix.com	Çevrimiçi yayıncılık	30.370.000	10d 17s	4.9
Instagram.com	Sosyal medya	20.670.000	10d 37s	25.7
Wikipedia.org	Bilgi kaynağı	19.440.000	5d 37s	3.2
Twitter.com	Sosyal medya	17.360.000	15d 08s	16.2

2020 yılında Kolombiya'da en fazla ziyaret edilen on sitenin dördü sosyal medya platformudur. Bu platformlar, ABD merkezli "Youtube", "Facebook", "Instagram" ve "Twitter" siteleridir. On sitenin toplam aylık ziyaret sayısı 1 milyar 129 milyon 40 bindir. Sosyal medya sitelerinin toplam aylık ziyaret sayısı ise 501 milyon 230 bindir. Kolombiya'da 2020 yılında, kullanıcıların interneti aylık ziyaret sayılarının %44.39'unu sosyal medya platformları oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 3.30).

Tablo 3.30'a göre, 2020 yılında Kolombiya'da en çok ziyaret edilen sitelerde her ziyarette kullanıcıların harcadıkları toplam zaman 137 dakika 6 saniyedir. Sosyal medya platformlarında her ziyarette harcanan toplam zaman ise 81 dakika 18 saniyedir. Sosyal

medya platformları, kullanıcıların interneti her ziyaretlerinde harcadıkları zamanlarının %59.29'unu oluşturmaktadır.

2020 yılı verileri çerçevesinde, ABD'li şirketlerin tüm dünya da sosyal medya kullanımını yönettikleri ortaya çıkmaktadır. ABD'de beş, Türkiye'de dört, Polonya'da iki ve Kolombiya'da dört sosyal medya platformu 2020 yılında “en çok ziyaret edilen on site listesine” girmiştir. Listelerde yer alan sosyal medya platformlarının hepsi ABD merkezli şirketlerdir. ABD merkez ülke olarak yarı-çevre ve çevre ülkelerin sosyal medya endüstrilerinde tekel haline gelmiştir.

2020 yılı verilerine göre, sosyal medya araçlarının kullanım yoğunluğu karşılaştırıldığında; Türkiye'de internet kullanıcılarının aylık olarak ziyaret sayılarının %33.99'unu, ABD'de % 34.52'sini, Polonya'da %30.58'ini ve Kolombiya'da %44.39'unu sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Ayrıca, internet kullanıcıları her ziyarette harcadıkları zamanın Türkiye'de % 54.81'ini, ABD'de % 59.38'ini, Polonya'da % 36.20'sini ve Kolombiya'da ise %59.29'unu sosyal medya platformlarında geçirmektedir. Türkiye'de sosyal medya platformu kullanımının yoğunluğu, çalışmada seçilen çevre ül ke Kolombiya ile benzerlik göstermektedir. Polonya'da ise sosyal medya araçlarının Türkiye, Kolombiya ve ABD kadar yaygın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablolaştırılan verilere bakıldığında, tüm sosyal medya şirketlerinin ABD merkezli kuruluşlar olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda, 2020 yılında ABD, sosyal medya endüstrisi sayesinde tüm dünya dan önemli miktarda artı değer transferini sağlamıştır. Türkiye'nin sosyal medya platformlarını kullanım yoğunluğu dikkate alındığında ise, çevre ülkelere benzer oranlarda artı değer ABD'ye transfer edildiği görülmektedir. Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak kendi sosyal medya platformlarını oluşturamamış ve ABD'li şirketler Türkiye'nin sosyal medya endüstrisinde egemen konuma gelmiştir.

2020 yılı verilerine göre, “Facebook” 2 milyar 449 milyon, “Youtube” 2 milyar ve “Instagram” 1 milyar kullanıcıya sahiptir (Digital 2020: US , 2020) . ABD teknoloji tekelini elinde bulundurmakta ve bu durumun bir sonucu olarak ABD'li şirketler tüm dünyada sosyal medya endüstrisini yönetmektedir. ABD, sosyal medya endüstrisi sayesinde özellikle yarı-çevre ve çevre ülkelerden artı değer sömürüsü

gerçekleştirmektedir. Türkiye’deki sosyal medya endüstrisi de büyük oranda ABD’ye bağımlıdır.

Bu alt bölümde, 2018, 2019 ve 2020 yılı verileri çerçevesinde Türkiye’deki sosyal medya endüstrisi incelenmiştir. Türkiye’nin 2020 yılı sosyal medya endüstrisi verileri, merkez, yarı-çevre ve çevreyi temsilen seçilen ülkelerle karşılaştırılmıştır. Elde edilen bulgular ise, Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde değerlendirilmiştir.



SONUÇ

Günümüzde d ünyada egemen o lan k apitalist sistemin t emelleri t arihsel b ir sü reç sonunda ortaya çıkmıştır. Kapitalist sistem tarihsel süreçte ülkeler arasında merkez, yarı-çevre v e çev re o lmak ü zere b ir h iyerarşi oluşmasına neden olmuş ve modern dünya-sistemi bu hiyerarşinin üst tabakasındaki merkez ülkelerin politikalarıyla şekillenmiştir. Modern dünya-sisteminin yarattığı hiyerarşik düzende ise ülkelerin hangi konumda yer alacağını dış ticaretten elde ettikleri artı değer belirlemiştir. Merkez ülkeler tarihsel süreçte sömürü düzeni oluşturmuş ve bu düzen, yüzyıllarca sermayenin merkez ülkelerde birikmesine neden olmuştur. Biriken sermaye eşitsiz mübadele koşullarını sürdürmüş ve merkez ülkelerin konumlarını günümüzde de korumasını sağlamıştır.

Merkez ülkeler, sahip oldukları şirketler aracılığıyla uluslararası alanda meta zincirleri oluşturmuştur. Meta zincirleri artı değerın tek yönlü olarak merkez ülkelere akmasını sağlamıştır. Böylece, merkez ülkeler her geçen gün zenginleşirken; yarı-çevre ve çevre ülkeler ise “azgelişmişliğin gelişmesi” denilen süreci yaşamıştır. Bu bağlamda, birinci bölümde, çalışmanın kuramsal temelini oluşturan modern dünya -sistemindeki sömürünün nasıl gerçekleştiğini tarihsel bağlam içinde açıklayan Dünya Sistemler Teorisine odaklanılmıştır. Ayrıca, tarihsel s üreçte T ürkiye’nin dünya -sistemine nasıl eklemlendiği irdelenmiş ve günümüzde Dünya Sistemler Teorisine göre hangi konumda olduğu açıklanmıştır.

Modern dü nya-sisteminde artı değerın merkez ülkelere aktarılmasında kullanılan en önemli metarlardan biri kültürel metarlardır. Merkez ülkeler uluslararası medya alanında ve iletişim araçlarında elde ettikleri tekel sayesinde tüm dünyaya kültürel meta i hraç etmektedir. Kültürel metarlarn akışının kontrolü sayesinde artı değer merkez ülkelere akarken; aynı zamanda sistemin meşruiyeti ve devamlılığı için de kültürel tahakküm kurulmaktadır. Merkez ülkelerin kültür endüstrileri ürettikleri içerikler sayesinde tüm dünyada kültürel emperyalizme neden olmaktadır. Bu anlamda, dünyada dolaşım halinde olan kültürel ürünlerin içeriğinin anlaşılması için çalışmanın ikinci bölümünde Frankfurt Okulu düşünürlerinin görüşlerine ve kültür endüstrisi kavramsallaştırmasına yer verilmiştir.

Merkez ülkelerin kültürel metalar sayısında önemli miktarda artış değer transferi gerçekleştirmesini sağlayan nedenlerden biri, merkez ülkelerin tarihsel süreçte biriken sermayeyi kullanarak uluslararası medya ve iletişim alanında tekelleşmeleridir. Uluslararası medya, merkez ülke şirketleri tarafından yönetilmektedir. Bu bağlamda, yapılan çalışmanın ikinci bölümünde uluslararası medyadaki tekelleşmenin yapısına değinilmiş ve uluslararası medyada tekelleşmenin etkileri irdelenmiştir. Ayrıca, merkez ülkelerin uluslararası medyada tekelleşmesinin bir sonucu olan “kültürel emperyalizm” kavramına da yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Türkiye’deki kültür endüstrisini temsilen seçilen *film, müzik, kitap ve sosyal medya* endüstrileri ayrı ayrı incelenmiştir. Seçilen endüstrilerin incelemek için nitel çözümleme yöntemlerinden doküman analizi kullanılmış ve elde edilen bulgular Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde yorumlanmıştır. Çalışma kapsamında, incelenen endüstrilerin seçiminde yarattıkları artış değerinin büyüklüğü ve yoğun olarak tüketilmeleri doğrultusunda Türkiye’deki kültür endüstrisinin önemli yan dalları olması belirleyici olmuştur.

Çalışmanın güncel verilere dayanması amacıyla film endüstrisinde 2016-2019 yılları, müzik endüstrisinde 2017-2020 yılları, kitap endüstrisinde 2016-2019 yılları ve sosyal medya endüstrisinde ise 2017-2020 yılları arası irdelenmiştir. Her endüstri için *dört yıllık* bir süreç incelenmiştir. Ancak, sosyal medya endüstrisinde 2017 yılı için yeterli veriye ulaşılamadığından üç yıllık bir zaman dilimi değerlendirilmiştir. Ayrıca, pandeminin film ve kitap endüstrilerini doğrudan etkilediği düşünüldüğünden güncel veri olarak 2020 yılı yerine 2019 yılı verileri kullanılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, seçilen endüstrilerin verileri dört alt başlık altında doküman analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Buna göre, Türkiye’deki kültür endüstrisini temsilen (1) Film endüstrisi, (2) Müzik endüstrisi, (3) Kitap endüstrisi ve (4) Sosyal medya endüstrisi başlıkları belirlenmiştir.

Nitel çözümleme bölümünün ilk başlığı *film endüstrisi*dir. Türkiye’de üretilen filmlerin dört yıllık zaman diliminde yurtiçinde yabancı filmlere oranla daha fazla talep gördüğü belirlenmiştir. Türkiye’deki gişe gelirlerinin 2016’da %77.89’unu, 2017’de %66.80’ini, 2018’de %77.97’sini ve 2019’da ise %62.12’sini Türk filmleri kazanmıştır. Türk filmlerinin yurtiçinde yıllara göre benzer oranlarda talep gördüğü saptanmıştır.

Dört yıllık zaman diliminde ilk on beş listesinde yer alan Türkiye’de tüketilen yabancı filmlerin tümü ABD yapımı filmlerdir. ABD yapımı filmler kırk beşten fazla ülkede gösterime girmiştir. ABD yapımı filmlerin temel gelir kaynağı yurtdışı gösterimleri olmuştur. Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak film endüstrisinde sınırlı oranda yurtdışı geliri elde etmiştir. Ayrıca, Türk filmlerinin yalnızca yurtdışında yaşayan Türklerin yoğun olduğu ülkelerde izlendiği belirlenmiştir. Türk filmleri yurtiçi piyasasında başarı kazanmayı hedeflerken; ABD film endüstrisi filmlerini uluslararası film piyasası için üretmiştir. ABD, sahip olduğu film endüstrisi sayesinde dünyadan artı değer tek yönlü olarak ülkesine akmasını sağlamıştır. Türkiye ise film endüstrisi yüzünden eşitsiz mübadele koşullarıyla karşılaşmış ve ABD film endüstrisinin ürettiği filmleri ithal etmiştir. Bunun sonucunda, film endüstrisi sayesinde önemli miktarda artı değer Türkiye’den ABD’ye transfer edildiği saptanmıştır.

Merkez ülkelerin Türkiye’deki film endüstrisinde tekelleştikleri alan dağıtım sektörü olmuştur. Türkiye’de dört yıllık zaman diliminde en çok gelir elde eden dört dağıtım şirketi de merkez ülkelerin egemenliğindedir. Merkez ülkelerin sahipliğindeki dağıtım şirketleri, film gelirlerinin 2016’da %91.42’sini, 2017’de %90’ını, 2018’de %95.16’sını ve 2019’da ise %94.12’sini kazanmıştır.

Merkez ülkeler sermaye birikimleri sayesinde Türkiye’deki film dağıtım kanallarını ele geçirmiştir. Merkez ülkelerin şirketleri aracılığıyla filmlerin üreticisi olmasalar da filmlerin dağıtım işlemlerinden önemli miktarda artı değeri kendi ülkelerine transfer ettiği saptanmıştır. Yarı-çevre bir ülke olarak Türkiye’nin film endüstrisinin dağıtım kanallarının büyük bir bölümünü merkez ülkeler ellerinde bulundurmaktadır. Bu anlamda, artı değer sömürüsünün yanı sıra, Türkiye’de yurtiçinde hangi filmlerin öne çıkacağına ve filmlerin kaç s alonda gösterime gireceğine merkez ülkelerin şirketleri karar vermektedir.

Tarihsel süreçte sermayenin merkez ülkelerde birikmesi, merkez ülkelerin film endüstrisine daha fazla yatırım yapabilmesini sağlamıştır. Özellikle ABD’de biriken sermayenin film endüstrisi için harcanması; filmlerin daha iyi tanıtımlarının yapılmasını, teknik özelliklerinin daha iyi olmasını, daha iyi oyuncuların filmler için seçilmesi gibi birçok alanda ABD film endüstrisine üstünlük sağlamıştır. Türkiye ise yarı-çevre bir ülke olduğu için yeterli sermaye birikimine sahip değildir. Bunun sonucunda, film endüstrisine yeterli yatırım yapılamamaktadır. Örneğin, 2017’de

vizyona giren ABD yapımı “The Fate of the Furious” filminin bütçesi 250 milyon dolara ulaşmış; dört yıllık zaman diliminde incelenen hiçbir Türk filminin toplam hasılatı bu bütçeye ulaşamamıştır. “The Fate of the Furious” filmi gelirlerinin %18.3’ünü yurtiçi hasılatından, %81.7’sini de yurtdışı gösterimlerinden kazanmıştır. Filmin uluslararası hasılatı 1 milyar 9 milyon 996 bin 733 dolar olmuş ve film yurtiçinde 226 milyon 8 bin 385 dolar gelir elde etmiştir. Çalışma kapsamında, ABD yapımı filmlerin yurtdışı gösterimleri sayesinde yatırım yapılan sermayeye oranla çok yüksek kâr elde ettiği ve Türkiye’nin film endüstrisinin işe yerli sermayeye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

ABD yapımı filmler yurtdışı gösterimlerinden yüksek kârlar elde etmekte, dünyada eşitsiz mübadele koşullarının kendini yeniden üretmesini sağlamaktadır. Bu kârlar, film endüstrisine yatırım yapmak üzere aktarılmaktadır. Türkiye ise yarı-çevre ülke olarak yeterli sermayeye sahip olmadığı için gerekli yatırımı yapamamakta ve sürekli olarak eşitsiz mübadele koşullarından olumsuz etkilenmektedir. Bu bağlamda, Türkiye film endüstrisi ekonomik olarak gelişemezken; ABD film endüstrisi ise dış ticaretten elde ettiği artı değerle ekonomik olarak daha da büyümektedir.

Türkiye’nin dünya -sistemindeki konumunun daha iyi anlaşılması için 2019 yılı film endüstrisi verileri, merkez, yarı-çevre ve çevreyi temsilen seçilen ülkelerle karşılaştırılmıştır. Yarı-çevre olarak seçilen Arjantin’in gişe gelirlerinin %95.28’ini ve çevre ülke olarak seçilen Bolivya’nın %100’ünü ABD yapımı filmler kazanmıştır. ABD yurtiçi gösterim gelirlerinin ise %100’ünü ABD’li filmler elde etmiştir. Bu bağlamda, Türk film endüstrisinin yurtiçinde ABD hariç diğer ülkelerle karşılaştırıldığında daha iyi durumda olduğu gözlemlenmiştir. 2019 yılı verilerine göre, Bolivya film endüstrisinin tamamen ABD egemenliğinde olduğu; Arjantin yapımı filmlerin ise yurtiçinde çok az bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Türkiye’nin yarı-çevre bir ülke olarak ABD film endüstrisinin yarattığı artı değer sömürsünden ve kültürel emperyalizmden benzer ve alt konumda bulunan ülkelere daha az etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

İncelenen dört yıllık zaman diliminde, Türkiye film endüstrisinin belirli bir örneği takip ettiği saptanmıştır. Türkiye’nin yarı-çevre bir ülke olması film endüstrisini de etkilemektedir. Dünya-sistemi Türkiye gibi yarı-çevre bir ülkenin dış ticaretten artı değer kazanmasına izin vermemektedir. ABD film endüstrisi ise tüm dünyadan artı

değer sömürüsü gerçekleştirmektedir. ABD film endüstrisi, dünyada kültürel tahakküm kurmakta; Amerikan yaşam biçimlerinin ve tüketim kültürünü ideolojisinin propagandasını yapmaktadır. Bu anlamda, Türkiye'nin, ABD film endüstrisi çerçevesinde kültürel emperyalizmden etkilendiği; Türkiye'nin film endüstrisinin ise dünyada herhangi bir kültürel emperyalizme neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çözümleme bölümünün ikinci başlığı *müzik endüstrisi*dir. Türkiye'deki müzik endüstrisi, Türkiye'de yoğun olarak kullanılan müzik uygulaması Spotify'nın verileri üzerinden değerlendirilmiştir. Türkiye'de 2017-2020 yılları arası Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkıda 2017 yılı dışında Türk sanatçıların üstünlüğü bulunmaktadır. Türkiye'de Spotify aracılığıyla en çok dinlenen beş şarkının 2017'de %40'ı, 2018'de %100'ü, 2019'da %100'ü ve 2020'de ise %100'ü Türk sanatçıların şarkıları olmuştur. Türkiye'nin ürettiği şarkıların yurtiçinde başarılı olduğu ve dünya listelerinde ise önemli bir başarı elde edemediği saptanmıştır. Türkiye müzik endüstrisi tarafından üretilen şarkılar sadece yurtiçinde başarılı olması için üretilmiş ve yurtdışında ise önemli bir başarı elde edememiştir.

Spotify'nın dünyada en çok dinlenen beş şarkısında ise ABD'li müzik şirketleriyle çalışan sanatçıların hegemonyası bulunmaktadır. Spotify'nın dünyada en çok dinlenen beş listesinde yer alan sanatçıların farklı milletlerden olsa da hepsinin ABD'li şirketlerle çalıştığı bulgulanmıştır. 2017-2020 yılları arası dünyada en çok dinlenen beş şarkının %100'ü ABD'li şirketlerle çalışan sanatçılar tarafından seslendirilmiştir. ABD'nin müzik endüstrisine çevre ve yarı-çevre ülkelerden daha fazla yatırım yaptığı ve ABD'li müzik şirketlerinin tüm dünyadan sanatçılarla anlaşarak artı değeri kendi ülkelerine transfer ettiği saptanmıştır. Ayrıca, ABD dünya-sisteminin hegemonik gücü olarak teknolojiye sahip olduğu sayesinde dünyada en fazla üyeye sahip olan müzik dinleme araçlarında tekel olmuş ve bu sayede tüm dünyada artı değer sömürüsü gerçekleştirmiştir.

Yapımında yüksek sermaye yatırımları gerektirmeyen müzik gibi kültürel bir metanın üretimi ve dağıtımında Türkiye'nin yurtiçinde başarılı olduğu belirlenmiştir. Ancak, dünya-sistemindeki konumunun bir sonucu olarak Türkiye'nin ürettiği müzik eserlerini ihraç edemediği bulgulanmıştır. Bir başka deyişle, Türkiye, müzik eserlerini yurtiçinde başarılı olması için üretirken; ABD ise dünya-sistemindeki konumunun bir sonucu olarak tüm dünyaya ihraç etmek üzere müzik eserlerini üretmektedir. ABD'li müzik

şirketleri farklı milletlerden sanatçılarla anlaşma yaparak kârlarını arttırmakta ve dünya müzik endüstrisini yönetmektedir. Türkiye'nin, yapımında teknoloji yatırımı gerektiren müzik dinleme araçlarında ise ABD'ye tam bağımlı olduğu saptanmıştır. Özetle, Türkiye'nin, müzik endüstrisi aracılığıyla ABD'nin kültürel emperyalizminden sınırlı da olsa etkilendiği; Türkiye müzik endüstrisinin ise dünyada herhangi kültürel bir etki yaratamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çözümleme bölümünün üçüncü başlığı *kitap endüstrisi*dir. Bu alt başlıkta, dört yıllık zaman diliminde Türkiye'de üretilen ve tüketilen kitaplar irdelenmiştir. Ayrıca, dünyanın en büyük kitap şirketlerine ve şirketlerin 2018 ile 2019 yılı gelirlerine yer verilmiştir.

Ulaşılan bulgular çerçevesinde, dört yıllık zaman diliminde Türkiye'de kitap endüstrisinin yurtiçinde başarılı olduğu saptanmıştır. Türkiye'de satışa sunulan kitapların 2016'da %1.43'ünü, 2017'de %1.59'unu, 2018'de %1.44'ünü ve 2019'da %1.25'ini ithal kitaplar oluşturmuştur. Türkiye'de satılan kitapların ise 2016'da %7.21'i, 2017'de %8.44'ünü, 2018'de %7.87'si ve 2019'da %7.72'si ithal kitapları kapsamaktadır. Türkiye'nin kitap ithalatının düşük oranlarda olduğu ancak, yurtiçinde ithal kitaplara daha çok talep olduğu görülmektedir. Bu da, Türkiye'de daha fazla artış değerini dış ticaret yoluyla aktarılmasına neden olmaktadır.

Türkiye'nin dört yıllık zaman diliminde endüstrileşmiş bir kitap ihracatı olmamıştır. Uluslararası alanda kitap endüstrisinde merkez ülkeler egemenlik kurmuşlardır. 2018 ve 2019 yılı gelirlerine göre, dünyanın en büyük on kitap şirketinin onu da merkez ülkelere ait şirketlerdir. Tarihsel süreçte edinilen sermaye birikimi merkez ülkelerin ekonomik olarak daha güçlü ve köklü kitap şirketleri kurmasını sağlamıştır. Böylece, merkez ülkeler kitap endüstrisinde de eşitsiz mübadele koşullarını sürdürmüştür. 2019 yılında üç merkez ülke şirketinin gelirleri 5 milyar doları aşmıştır. 2019 yılı gelir sıralamasında "10. şirket" olan "Scholastic" in elde ettiği gelir (1.65 milyar dolar), Türkiye'nin kitap endüstrisinin 2019 yılı ekonomik hacminden (1.462 milyar dolar) fazladır. Bu bağlamda, merkez ülkelerin tüm dünyaya kitap ihraç ettiği, Türkiye kitap endüstrisinin ise sadece yerel ölçekte başarılı olduğu saptanmıştır. Türkiye'nin, eşitsiz mübadele koşullarından kitap endüstrisi alanında da etkilendiği; emeğin yoğun olarak kullanıldığı ve kâr oranının diğer kültürel metalara oranla daha az olduğu kitap metasında bile

dünya-sisteminin Türkiye gibi bir yarı-çevre ülkenin dış ticaretten gelir elde etmesine izin vermediği saptanmıştır.

Türkiye kitap endüstrisi her yıl benzer oranlarda kitap ithal etmekte ve düzenli olarak artı değer merkez ülkelere transfer edilmektedir. Dağıtım kanallarını ellerinde bulunduran merkez ülkeler, uluslararası alanda hangi kitabın öne çıkacağına karar vermektedir. Yarı-çevre bir ülke olan Türkiye de bu durumdan etkilenmektedir. Elde edilen bulgular çevresinde, merkez ülkelere ait şirketlerin seçtiği kitapların Türkiye’de ve tüm dünyada dağıtımına sokulmasıyla; kültürel emperyalizm olgusu yeniden gündeme taşınmıştır. Türkiye kitap endüstrisinin ise sadece yerel ölçekte başarı kazandığı ve kitaplar aracılığıyla herhangi bir kültürel etki oluşturamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çözümleme bölümünün son başlığı ise *sosyal medya endüstrisi*dir. Üç yıllık zaman diliminde Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının yarattığı artı değer tartışılmıştır. Ayrıca, merkez, yarı-çevre ve çevreyi temsilen seçilen ülkelerle Türkiye’nin sosyal medya verileri karşılaştırılmıştır.

Üç yıllık zaman diliminde, Türkiye’deki sosyal medya kullanımının dünya ortalamasının üstünde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal medyayı kullanma oranı 2018 yılında Türkiye’de %93.87, dünyada %79.382; 2019 yılında Türkiye’de %87.60, dünyada %79.39 ve 2020 yılında Türkiye’de %86.99, dünyada %83.70’dir. Türkiye’de kullanılan sosyal medya araçlarında ise ABD’li şirketlerin egemenliğinin ön planda çıktığı saptanmıştır. 2018 ile 2019 yılında Türkiye’de en çok ziyaret edilen on sitenin beşi ve 2020 yılında ise dördü sosyal medya platformu olmuştur. 2018 ve 2019 yıllarında Türkiye merkezli sosyal medya platformlarından “Eksisozluk” sitesi Türkiye’de en çok ziyaret edilen on site arasına girmeyi başaramamıştır. Ancak, “Eksisozluk” sitesi kullanım yoğunluğu açısından diğer sosyal medya araçları arasında son sırada yer almaktadır.

İncelenen üç yıllık zaman aralığında, Türkiye’de en çok ziyaret edilen on site listesinde yer alan sosyal medya platformlarının, Türkiye’deki internet kullanıcılarının her ziyarette harcadıkları zamanın ve aylık olarak ziyaret sayılarının önemli bir bölümünü oluşturduğu bulgulanmıştır. Bir başka deyişle, Türkiye’deki kullanıcıların internette zamanlarının büyük bir çoğunluğunu sosyal medya platformlarında geçirdiği belirlenmiştir. Türkiye’de sosyal medya platformlarının çok fazla kullanıldığı,

kullanılan sosyal medya araçlarının da ABD’li şirketlerin sahipliğinde olduğu saptanmıştır. Bu anlamda, Türkiye yarı-çevre bir ülke olarak katma değeri yüksek ve teknoloji yatırımları gerektiren sosyal medya endüstrisi alanında dünya-sisteminin hegemonik gücü ABD’ye bağımlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye’nin 2020 yılı sosyal medya endüstrisi verileri seçilen diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, ABD’nin sosyal medya şirketlerinin dünyada egemen olduğu görülmektedir. En çok ziyaret edilen on sitenin yer aldığı listelerdeki verilere göre, aylık olarak gerçekleştirilen ziyaret sayılarının Türkiye’de %33.99’unu, ABD’de %34.52’sini, Polonya’da %30.58’ini ve Kolombiya’da %44.39’unu sosyal medya platformları oluşturmaktadır. En çok ziyaret edilen on site listesinde yer alan tüm sosyal medya platformları ABD merkezli şirketlerdir. Bu bağlamda, Türkiye’nin, kendisiyle aynı gelişmişlik düzeyinde olduğu Polonya’dan sosyal medya kullanımının daha fazla ve bir çevre ülkesi olan Kolombiya’dan ise daha az olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, Türkiye’nin ABD’yle ise sosyal medya kullanımı yoğunluğunun benzer oranlarda olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. 2020 yılı verileri çerçevesinde, sosyal medya kullanım yoğunluğu yüzünden Türkiye’den sosyal medya endüstrisi aracılığıyla daha fazla artı değer transfer edildiği ve internet kullanıcılarının bilgilenme, eğlenme gibi gereksinimlerini giderdiği sosyal medya platformlarında Türkiye’nin ABD’ye bağımlı olduğu saptanmıştır.

Türkiye’de sosyal medya endüstrisi kullanımının sonucunda artı değer sömürsünün gerçekleştiği en önemli alan reklamlardır. 2018 yılında e-reklamlar aracılığıyla 31 milyon 700 bin, 2019 yılında 39 milyon 300 bin kişi e-reklamlar yoluyla alışveriş yapmış ve 2020 yılında dijital reklamlara 2 milyar 280 milyon dolar harcanmıştır. Türkiye’de sosyal medya kullanım yoğunluğu dikkate alındığında, reklam verenlerin önemli miktarda reklam ücretini ABD’li sosyal medya şirketlerine verdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Öte yandan, e-reklamlar yoluyla gerçekleştirilen alışverişlerde, Türkiye’nin ithal ettiği metaller ise önemli bir yer kaplamaktadır. Türkiye’nin ithalatçısı olduğu elektronik aletler, medya araçları, moda ve güzellik gibi alanlar internet üzerinden yapılan alışverişler içinde yüksek bir ekonomik hacime sahiptir. Bu bağlamda, Türkiye’nin yarı-çevre bir ülke olarak sosyal medya endüstrisinde hem reklam verenler yoluyla hem de bu reklamların sonucunda satın alınan mal ve hizmetler aracılığıyla merkez ülkelere artı değer transfer edildiği saptanmıştır.

Türkiye'nin, sosyal medya platformu gibi teknoloji ve yüksek sermaye yatırımı gerektiren bir endüstriyel alanda ABD'ye bağımlı hale geldiğinden söz edilebilir. Çünkü, Türkiye'de yurtiçinde internet kullanımının önemli bir bölümünü ABD'li sosyal medya araçları oluşturmaktadır. Yarı-çevre bir ülke olarak Türkiye'nin sosyal medya endüstrisi üzerinden reklam verenler ve bu reklamların aracılığıyla yapılan alışverişlerle düzenli olarak dış ticaret açığı verdiği saptanmıştır. Türkiye kendi ürettiği sosyal medya araçlarının yurtiçinde yeterli ilgiyi görmediği ve sosyal medya endüstrisi yüzünden Türkiye'den ABD'ye önemli miktarlarda artı değer transfer edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yarı-çevre bir ülke olan Türkiye'nin çalışma kapsamında incelenen film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrisi alanlarında ithalatçı konumdadır. Türkiye'de kâr oranı daha düşük olan müzik ve kitap gibi metalarda ithalat düşükken; sosyal medya ve film gibi kâr oranı daha yüksek metalarda ise ithalat oranları daha fazladır. Bu bulgu, merkez ülkelerin kâr oranı düşük olan metaları Türkiye'nin yurtiçinde üretimine izin verdiğini göstermektedir. Merkez ülkeler, özellikle katma değeri yüksek kültürel metalarda üstünlük sağlamak ve kültürel metaları Türkiye'ye ihraç ederek eşitsiz mübadele koşulları yaratmaktadır. Türkiye yurtiçinde bazı metaları üretebilse de ürettiği kültürel metaları ihraç edememektedir. Tarihsel süreçte sermaye birikimini arttıran merkez ülkeler ise, Türkiye kültür endüstrisinde yüksek oranda kâr elde edebilecekleri her alana yatırım yapmakta ve dağıtım gibi alanları ekonomik üstünlükleri sayesinde ele geçirmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin çalışmada incelenen kültürel metalar özelinde başta ABD olmak üzere merkez ülkelere bağımlı olduğu saptanmıştır. Türkiye kültürel metalarını ihraç edememekte ve dünyada herhangi bir kültürel etki yaratamamaktadır. ABD ise kültür endüstrisi sayesinde tüm dünyada Amerikan yaşam biçiminin ve tüketim kültürü ideolojisinin yeniden üretimini gerçekleştirmekte; Türkiye ise kültürel metaların akışı aracılığıyla yoğun olarak ABD'nin kültürel emperyalizmden etkilenmektedir.

Türkiye'nin eşitsiz mübadele koşullarından daha az etkilenmesi için film, müzik, kitap gibi metaların Türkiye ile kültürel olarak benzer özellikleri paylaşan ülkeler hedef pazar seçilerek, kültürel metaların ihracı sağlanabilir. Devlet tarafından kültürel metaların oluşumuna destek olunarak aynı kültürel kalıpları paylaşan ülkelerle kültürel metalar aracılığıyla bağlantı kurulabilir. Türkiye'de yaşayan gençlerin merkez ülkelerin neden

olduğu kültürel emperyalizmden daha az etkilenmesi için medya okuryazarlığı dersleri eğitim sistemine eklenerek, yeni kuşaklara farkındalık kazandırılabilir. Sosyal medya endüstrisinde ise en çok kullanılan yabancı şirketlerin sahipliğindeki sosyal medya araçlarının Türkiye’de devlet desteğiyle alternatifleri yapılabilir ve Türkiye’de yaşayan yurttaşları bu sosyal medya araçlarına yönlendirmek için ise çeşitli özendirme çalışmaları yürütülebilir. Yapılacak bu atılımlar Türkiye’nin dış ticaret açığının azaltmasına yardımcı olacağı gibi aynı zamanda, Türkiye’nin özellikle ABD’nin kültürel hegemonyasından daha az etkilenmesini sağlayacaktır. Ayrıca, Türkiye ile benzer kültürel kalıpları paylaşan devletlerle daha olumlu ilişkiler kurulmasına da neden olacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışmanın konusunu, Türkiye’deki kültür endüstrisini temsilen seçilen film, müzik, kitap ve sosyal medya endüstrilerinin Dünya Sistemler Teorisi çerçevesinde çözümlenmesi oluşturmaktadır. Yapılan bu çalışmanın Türkiye’deki kültür endüstrisinin zayıf ve güçlü yanlarını göstermesi açısından iletişim ve medya çalışmaları alanına katkı sunduğu düşünülmektedir. Çalışmada, kültür endüstrisinin *film, müzik, kitap ve sosyal medya* başlığı altında dört farklı alt sektörü değerlendirilmiştir. Bu yüzden, elde edilen bulguların yorumu ve ulaşılan sonuçlar, sadece incelenen kültür endüstrisinin alt dalları, belirlenen zaman aralığı ve seçilen ülkeler çerçevesinde genellenebilir. İleride yapılacak farklı çalışmalarda, kültür endüstrisinin dizi, dergi, magazin, dijital oyun gibi dalları da araştırılabilir. Ayrıca, bu araştırmada dört yıllık zaman aralığı temel alınmıştır. Bu anlamda, yorumlanan kültür endüstrisinin farklı dalları daha uzun bir zaman diliminde ve farklı kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilerek literatüre katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Acemoğlu, D. ve Robinson, J. A. (2015). *Ulusların düşüşü güç, zenginlik ve yoksulluğun kökenleri* (Çev: F . R . Velioğlu). İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.
- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve medya: Dünya'da ve Türkiye'de medya endüstrisinin dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
- Adorno, T. (2011). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi* (Çev: N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, T. ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği* (Çev: N. Ülner ve E. Öztarhan). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Akduman, A. (2011). *Türkiye'de toplumsal yapının değişim süreci ve müzik endüstrisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akgün, S. (2015). Siyasi tarih eğitiminde Annales Okulu ve yöntemi. *Journal of Educational Science*, 3(4), 17-29.
- Akkol, M. L. (2019). Kitle endüstrisi ve kitle kültürü kavramlarının Frankfurt Okulu düşüncesi üzerinden analizi. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 49-64.
- Aktan, C. C. (1991). Osmanlı iltizam sistemi. *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, (71), 73-79.
- Aktoprak, E . (2004). I mmanuel W allerstein: Sosyal bilimlere y eniden bakmak. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1(4), 23-58.
- Alican, M. (2009). Fransız tarih devrimi: Annales Okulu. *Tarih Okulu Dergisi*, (4), 163-169.
- Altan, M. (2013). *Uluslararası ekonomi politik*. Eskişehir: Anadolu Ü niversitesi Açıköğretim Yayınları.

- Amin, S. (2009). Dünya yoksulluğu, yoksullaşma ve sermaye birikimi. *Mülkiye Dergisi*, 33(262), 89-99.
- Amin, S. (2018a). *Emperyalizm ve eşitsiz gelişme* (Çev: S. Li m). İstanbul: Yordam Kitap.
- Amin, S. (2018b). Kapitalizmin krizinden çıkmak mı yoksa krizdeki kapitalizmden çıkmak mı?. *Mülkiye Dergisi*, 42(3), 467-480.
- Anbar, A. (2009). Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa'yla finansal entegrasyonu: 1800-1914. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1(84), 17-37.
- Angotti, T. (1981). The political implications of dependency theory. *Latin American Perspectives*, 8(3-4), 124-137.
- Apaydın, F. ve Açıklan, S. (2015). Türkiye'de 1980 dönüşümü sonrası istikrarsız büyümenin ekonomi politiği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (43), 200-210.
- Artero, J. P., Flynn, R. ve Guzek, D. (2019). Media concentration and the rise of multinational companies. *The Handbook of European Communication History*, 299-314.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2014). Immanuel Wallerstein'in dünya sistemi, jeopolitik ve jeokültür kuramı. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (31), 97-110.
- Ayan, E. (2011). Türk tarihyazımının evriminde Annales kuramının yorumu. *Tarih Okulu*, (11), 75-101.
- Aydınalp, H. (2010). Immanuel Wallerstein ile sosyal bilimleri yeniden düşünmek. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (39), 27-48.
- Aydoğuş, O., Türkcan, B., Çalışkan, E. T. ve Kopurlu, B. S. (2009). Kriz teorileri: Kondratieff, Schumpeter ve Wallerstein. *Ege University Working Papers in Economics*, 9(1), 1-21.
- Ayhan, B. (2014). Küreselleşme sürecinde kitle iletişim araçlarının rolü. *Selçuk İletişim*, 3(1), 82-90.

- Bal, M. (2011). Geleneksel estetik anlayışın bir eleştirisi olarak Adorno'nun estetik teorisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3(1), 71-76.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma. Yöntem, teknik ve ilkeler*. (11. baskı). Ankara: Pegem Yayınları.
- Balkız, B. (2004). Frankfurt Okulu ve eleştirel teori: Sosyolojik pozitivistizmin eleştirisi. *Sosyoloji Dergisi Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını*, (12-13), 135-158.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başkaya, F. (2018). Büyük insanlığın kurtuluşuna adanmış, harika bir yaşam: Samir Amin. *Mülkiye Dergisi*, 42(3), 463-466.
- Beaud, M. (2010). *Kapitalizmin Tarihi* (Çev: F. Başkaya). Ankara: Dost Kitabevi.
- Begtimur, M. E. (2018). Frankfurt Okulu ve kitle iletişim araçları eleştirisi. *Kuram ve Uygulamada Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 50-63.
- Bekalp, B. (2019). Frankfurt Okulu'nun temel eleştiri ve amaçları. *Sosyal Bilimler Metinleri*, (1), 15-24.
- Beriş, H. E. (2008). Türkiye'de 1980 sonrası devlet sermaye ilişkileri ve parçalı burjuvazinin oluşumu. *Ekonomik Yaklaşım*, 19(69), 33-45.
- Bloch, M. (2013). *Tarih savunusu veya tarihçilik mesleği* (Çev: A. Berktaş). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bottomore, T. (2013). *Frankfurt Okulu ve eleştirisi* (Çev: Ü. H. Yolsal). İstanbul: Say Yayınları.
- Braudel, F. (2004a). *Maddi uygarlık: Gündelik hayatın yapıları* (Çev: M. A. Kılıçbay). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Braudel, F. (2004b). *Maddi uygarlık: Mücadele oyunları* (Çev: M. A. Kılıçbay). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Braudel, F. (2014). *Kapitalizmin kısa tarihi* (Çev: İ. Yerguz). İstanbul: Say Yayınları.

- Burke, P . (2010). *Fransız tarih devrimi: Annales Okulu* (Çev: M . K üçük). Ankara: Doğubatı Yayınları.
- Büyükbaykal, C. (2008). Küresel medya yapılarının yoğunlaşması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 39-50.
- Büyüktaş, C. K. (2019). İngiliz Doğu Hindistan Şirketinin kuruluş aşamasında İngilizlerin Hindistan’a yerleşme çabaları. *Mavi Atlas*, 7(2), 275-293.
- Ceylan, E . (2003). Dünya Sistemi Teorisinin Osmanlı tarihi çalışmalarına yansımaları. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, (1), 81-95.
- Cizreli, B. (2015). Dünya Sistemleri Kuramı bağlamında Batı’nın göç haritası. *Sosyoloji Divanı Dergisi*, 6, 31-54.
- Coşkun, İ. (2012). Modernleşme kuramı üzerine. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(1), 289-314.
- Creswell, J. W . (2013). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. (Çev. Ed: S. B. Demir). İstanbul: Eğiten Kitap.
- Çelik, H . (2015). Neo-liberal politikalar sonucunda medya alanında tekelleşme eğilimleri ve Türkiye örneğinde son yarım yüzyıla bakış. *International Conference On Eurasian Economies*, 736-741.
- Çetin, M . ve Kök, R . (2015). Osmanlı dış borçlanmasının Hobson-Lenin tezi bağlamında değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (51), 203-220.
- Çınar, Y. (2018). Modernleşme ve bağımlılık teorisi ekseninde Marshall Yardımı ve Türkiye. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 325-350.
- Çoban, B . (2006). Yeni emperyalizm çağında yeni medya: Küreselleşme sürecinde medya eleştirisi. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Kitabı*, 1-15.
- Dağtaş, E. (2012). Medyada sahiplik sorunu ve tekelleşme eğilimleri. E. Dağtaş (Ed), *Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği* içinde (s . 30-58). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Dağtaş, E. ve Yıldırım, O. (2018). Kültürel emperyalizm çerçevesinde tüketim pratiklerinin Türkiye basınındaki yansımalarının çözülmesi: 24 Kasım 2017 “Kara Cuma” örneği. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 9(17), 96-127.
- Dağtaş, E., Aydın, N. ve Yılmaz, Ç. (2018). Sinemanın ekonomi politiği: 2016 yılı verileri üzerine bir değerlendirme. *TRT Akademi*, 3(5), 186-218.
- Daştan, U. (2017). Max Horkheimer: Rasyonalizm ve empirizmin bilimsel olarak eleştirisi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 45-55.
- Dellaloğlu, B. (2001). *Frankfurt Okulu’nda sanat ve toplum*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Demir, S. A. (2009). Sosyal bilimlere eleştirel bir bakış: Frankfurt Okulu ve pozitivizm eleştirisi. *Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi*, 59-73.
- Demirezen, İ. (2010). Medeniyetler, kapitalist dünya sistemi ve dini hareketler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 8(20), 25-36.
- Durdu, Z. (2006). Frankfurt Okulu’nun sosyal bilim anlayışı. *Sosyoloji Dergisi*, 15, 15-32.
- Efe, M. ve Sonsel, B. Ö. (2019). Türkiye’de dinlenen popüler müziklerin incelenmesi: Spotify Örneği. *İdil Journal of Art and Language*, 8(60), 975-983.
- Eker, C. (2019). Sosyal medyada paylaşılan reklamların kültür endüstrisi ve cinsiyetçilik kavramları bağlamında incelenmesi. *Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences*, 21(4), 1173-1195.
- Ekinci, T. B. (2019). İnternet platformları bağlamında dağıtımdan gösterime film. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 27(2), 220-235.
- Elmas, F. (2010). Modern dünya-sistemi analizi ve dış ticaret. *Ekonomik Yaklaşım*, 23, 133-160.
- Eralp, A. (1996). *Devlet, sistem ve kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Erçin, A. (2017). İngiliz Doğu Hindistan Kumpanyası ve kumpanyanın ticari faaliyetleri (1600-1858). *Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları E-Dergisi*, 4(2), 111-133.
- Erdoğan, İ. (2002a). Tekelleşme, medya ve medya pratikleri. *Toplum ve Hekim*, 417-424.
- Erdoğan, İ. (2002b). Televizyonda dışa bağımlılık ve alternatif olasılıkları. *Bilim ve Ütopya*, (77), 8-14.
- Ergün, D. (2018). Frankfurt Okulu ve Aydınlanma eleştirisi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 68-76.
- Ersoy, M. (1991). Bağımlılık okulunun eleştirisi. *Ekin Belleten*, 23-34.
- Eşiyok, B. A. (2010). Osmanlı İmparatorluğu'nun dünya ekonomisine eklemlenmesinde bir dönüm noktası: 1838 Serbest Ticaret Anlaşması. *Mülkiye Dergisi*, 34(266), 67-108.
- Evşile, M. (2018). Cumhuriyet döneminde sanayileşme faaliyetleri (1923-1950). *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 10(8), 109-119.
- Fırıncioğulları, S. (2018). Modernizme çok yönlü bir eleştiri ve Frankfurt Okulu. *Karadeniz*, (37), 49-59.
- Forster, R. (1978). Achievements of the Annales school. *The Journal of Economic History*, 38(1), 58-76.
- Frank, A. G. ve Gills, B. K. (2003). *Dünya sistemi: Beş yüzyıllık mı, beş bin yıllık mı?*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Geuss, R. (2002). *Eleştirel Teori: Habermas ve Frankfurt Okulu* (Çev: F. K. eskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Güldalı, O. (2018). Baskı karşıtı sosyal hizmet: Modern dünya -sistemi açısından eleştirel bir değerlendirme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 29(1), 229-245.
- Gürel, B. ve Yörük, E. (2018). Devlet, sermaye ve kapitalizmin tarihsel sosyolojisi. *Mülkiye Dergisi*, 42(2), 209-238.

- Güvemli, O., Güvemli, B. ve Aslan, M. (2018). Cumhuriyet'in muhasebe düşüncesinde ikinci e vre: L iber al iktisat politikalarını uygulama dönemi (1950-1980). *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (14), 157-201.
- Harman, C . (2016). *Halkların dünya tarihi: Taş devri'nden yeni binyıla* (Çev: U. Kocabaşoğlu). İstanbul: Yordam Kitap.
- Havard, C . T . (2020). D isney vs . C omcast: L essons learned f rom t he c orporate rivalry. *Graziadio Business Review*, 23(1), 1-20.
- Hira, İ. (2011). Wallerstein: Sosyal bilimlerde yeni bir paradigma ihtiyacı. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 6(1), 177-190.
- Işıksel, G. (2018). Fransa'da son iki yüzyılda tarihyazımının y önelimleri ü zerine b ir çerçeve denemesi. *Turkish History Education Journal*, 7(2), 604-617.
- İnalcık, H. (1978). Impact of the Annales School on Ottoman studies and new findings. *Review (Fernand Braudel Center)*, 1(3/4), 69-99.
- Jay, M. (2001). *Adorno* (Çev: Ü. Oskay). İstanbul: Der Yayınları.
- Kadioğlu, Z. K. (2014). Uluslararası medya sermayesinin yayılmacılığı ve Türk medyası. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 16-33.
- Karaömerlioğlu, M. A. (2001). Bağımlılık kuramı, Dünya Sistemi T eorisi v e Osmanlı/Türkiye çalışmaları. *Toplum ve Bilim*, 91, 81-99.
- Karaş, G. (2018). Bağımlılık teorisi perspektifinden DTÖ kapsamındaki korumacılık politikası araçlarının kullanımı. *International Journal of Public Finance*, 2(2), 245-263.
- Karslı, Ö. (2018). Akıl-kültür ilişkisi bağlamında aydınlanmacı akıl ve eleştirisi. *Erdem*, (75), 149-166.
- Kay, C . (2011). A ndre G under F rank: 'Unity in di versity' from t he de velopment of underdevelopment to the world system. *New political economy*, 16(4), 523-538.

- Kaya, T. (2007). Immanuel Wallerstein eserleri çerçevesinde entelektüel gelişimi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(14), 101-118.
- Kaya, T. (2018). Immanuel Wallerstein, bir tarihsel sosyal bilimci. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (43), 46-65.
- Kaymak, M. (2016). Hegemonya tartışmaları ışığında İngiliz ve Amerikan hegemonyaları: Yönlendirici hegemonyadan kuralsal hegemonyaya. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(1), 63-92.
- Kıral, B. (2020). Nitelebi ve ri analizi yönümlü olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- Kızılcılık, S. (2008). *Frankfurt Okulu*. (2. baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Koç, M. Ö. (2019). Transatlantik köle ticareti, Amerikan ekonomisi üzerindeki etkisi ve güncel ekonomi politikası. *Ayrıntı Dergisi*, 7(80), 65-73.
- Koç, Y. (2013). Ömer Lütfi Barkan'ın tarihsel demografi çalışmalarına katkısı ve klasik dönem Osmanlı nüfus tarihinin sorunları. *Bilig*, (65), 177-202.
- Koluçık, İ. (2017). Eleştirel teorisyenlerin kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde sanata ve sinemaya yaklaşımları. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 135-156.
- Konak, N. (2011). Ekonomik küreselleşme ve ulus-devlet: Kuramsal yaklaşımlar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 149-164.
- Koşal, U. (2018). Dünya-sistemleri kuramı ile dünyayı yorumlamak: Sosyal bilimlerde alternatif bir yaklaşım olarak kuramın önemi, güçlü ve zayıf yönleri. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (67), 41-50.
- Kotan, C. (2016). Modern Dünya Sistemi Teorisi bağlamında modern devletin özellikleri. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 11-25.

- Kreft, J. (2019). CSR ratings and contradiction of real and communicated aims of media organization: The case of news. In *Eurasian Business Perspectives: Proceedings of the 22nd Eurasia Business and Economics Society Conference*, (10), 139-155.
- Küçükcan, U. (2002). Frankfurt Okulu ve kitle kültürü çalışmaları. *Kurgu Dergisi*, (19), 257-269.
- Lee, R. ve Wallerstein, I. (2007). *İki kültürü aşmak* (Çev: A. Babacan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Magee, B. (1985). *Yeni düşün adamları* (Çev: M. Tunçay). Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.
- Marcuse, H. (1990). *Tek boyutlu insan* (Çev: A. Yardımlı). İstanbul: İdea Yayınları.
- Marx, K. (2011). *Kapital* (Cilt 1). (Çev: A. Bilgi). Ankara: Sol Yayınları.
- Marriot, E. (2015). *Bir nefeste dünya tarihi* (Çev: E. Yılgür). İstanbul: Maya Kitap.
- Mencütek, Z. Ş. ve Polat, F. ve Durmuş, A. (2015). Devrimsel süreç olarak A rap Baharı'nı Immanuel Wallerstein üzerinden anlamak. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 1-15.
- Moore, J. W. (2003). The Modern WorldSystem as environmental history? Ecology and the rise of capitalism. *Theory and Society*, 32(3), 307-377.
- Moore, J. W. (2016). Hayat ağında kapitalizm: Jason W. Moore ile bir röportaj (Çev: İ. Tez). *Sociology Faculty Scholarship*. 3. 1-7.
- Napoli, P. M. ve Dwyer, D. L. (2018). U S media policy in a time of political polarization and technological evolution. *Publizistik*, 63(4), 583-601.
- Odabaş, U. K. (2018). Frankfurt Okulu ya da eleştirel teori üzerine. *Dört Öge*, (14), 211-233.
- Oktik, N. ve Kökalan, F. (2001). Immanuel Wallerstein: Tarihsel kapitalizmin analizi ve dünya sistemi. *Doğu Batı*, 17(127), 127-139.
- Onur, F. (2016). Horkheimer'da akıl. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 3(1), 74-89.

- Öğüt, V. S. (2013). Annales tarihçilerinin sosyo-tarihsel mekân ve sosyo-tarihsel zaman kavrayışları: Eleştirel bir sosyolojik analiz. *Sosyoloji Dergisi*, (28), 125-144.
- Önder, I. (2010). *Elektronik kitap olgusu ve Türkiye'de durum*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ördek, A. (2009). Kitap incelemesi / Giovanni Arrighi (2008), Adam Smith Pekin'de (21. yüzyılın soykütüğü), (Çev: İbrahim Yıldız) İstanbul: Yordam Kitap. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(2), 225-238.
- Özbek, M. (2015). Walter Benjamin okumak - I. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 55(2), 69-96.
- Özek, B. Y. (2019). Eleştirel kuram (Frankfurt Okulu) bağlamında ideoloji ve eğitim ilişkisinin çözümlenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 1535-1557.
- Özel, M. (2019). Kültür emperyalizmi bağlamında Türkiye'de cadılar bayramı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(54), 75-92.
- Özer, Ö. ve Dağtaş, E. (2011). *Popüler kültürün hakimiyeti*. (1.baskı). İstanbul: Literatürk.
- Özgören Kınılı, İ. (2015). Mektuplarla yeni tarih yazımının doğuşu: Annales Okulu'nun kuruluş sosyolojisi. *Kebikec: İnsan Bilimleri İçin Kaynak Araştırmalı Dergisi*, (39), 503-538.
- Peker, E. (2010). Krizi Arrighi ile okumak. *Praksis Dergisi*, (22), 73-84.
- Pravdova, H. (2019). Trends in media globalization and oligarchization. *European Journal of Science and Theology*, 15(3), 109-119.
- Ritzer, G. (2011). *Toplumsal McDonaldlaştırılması: Çağdaş toplum yaşamının değişen karakteri üzerine bir inceleme* (Çev: Ş. S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Roberts, J. M. (2015). *Avrupa tarihi* (Çev: F. Aytuna). İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

- Rohn, U. (2019). Industry organization, media management and media economics. *In A Research Agenda for Media Economics*, 144-158.
- Rutli, E. E. (2019). T. Adorno ve M. Horkheimer felsefeleri bağlamında eleştirel teorinin felsefi kökenleri. *KARE*, (6), 16-35.
- Said, E. W. (1998). *Kültür ve emperyalizm* (Çev: N. Alpay). İstanbul: Hil Yayınları.
- Sander, O. (2003). *Siyasi tarih: İlkçağlardan 1918'e*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Saraç, Ö. (2011). Yarı çevrenin küresel meta zinciriyle bağlanması: 1980 s onrası dönemde KOBİ'ler marifetiyle taşeronlaşmanın ekonomi politiği (Türkiye analizi). *Mülkiye Dergisi*, 35(270), 7-42.
- Schiller, H. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schiller, H. (1991). N ot ye t t he pos t-imperialist e ra. *Critical Studies in Media Communication*, 8(1), 13-28.
- Schiller, H. (1993). *Zihin yönlendirenler* (Çev: C. Cerit). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Selvitopu, A. ve Kavurgacı, Ş. (2019). Frankfurt Okulu bağlamında eleştirel teori ve eğitim. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 99-108.
- Shattuc, J. (2020). Netflix, inc. and online television. *A Companion to Television*, 145-164.
- Skocpol, T. (1999). *Tarihsel sosyoloji Bloch'tan Wallerstein'e görüşler ve yöntemler* (Çev: A. Fethi). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Slater, P. (1998). *Frankfurt Okulu* (Çev: A. Özden). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Smith, S. (1982). C lass a nalysis versus w orld s ystems: C ritique of S amir A min's typology of under-development. *Journal of Contemporary Asia*, 12(1), 7-18.
- Şallı, A. (2017). Modernlik, gelenek ve din ilişkisi: Bir modernleşme kuramı eleştirisi. *Kırıkkale İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 2(4), 55-82.

- Şan, M. K. ve Hira, İ. (2007). Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi eleştirisi. *Sosyoloji* yazıları I, 324-340.
- Şimşek, S. (2003). Emperyalizmin küreselleşme boyutunda modernleşme sürecine etkileri ve kitle iletişim araçlarının emperyalist düşünceler ve imajların yayılış sürecindeki fonksiyonları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(4), 76-83.
- Talas, M. ve Kaya, Y. (2007). Küreselleşmenin kültürel sonuçları. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (22), 149-162.
- Tanrıöver, O. ve Kırılı, S. (2015). Global köy ve kültürel emperyalizm: Küreselleşme bağlamında enformasyon bağlamına bakış. *Intermedia International e-Journal*, 2(2), 133-142.
- Taylan, H. H. ve Arıkan, Ü. (2008). Medya ve kültür: Kültürün medya aracılığıyla küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 86-97.
- Tocqueville, A. (1962). *Amerika'da demokrasi* (Çev: T. Timur). İstanbul: Türk Siyasi İlimler Derneği Yayınları.
- Tokatlıoğlu, İ. ve Öztürk, F. (2008). 1950-1980 yılları arasındaki dönemde Türkiye'de uygulanan para ve maliye politikalarının etkinliği. *Ekonomik Yaklaşım*, 19(66), 155-174.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel emperyalizm* (Çev: E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Topuz, H. (2007). Cumhuriyet dönemi ekonomisinde tarımsal yapının incelenmesi (1923-1950). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 377-390.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı (2021). *Kozmetik sektörü raporu*. Ankara.
- Türkiye Yayıncılar Birliği (2016). *2016 yılı Türkiye kitap pazarı raporu*. İstanbul: Türkiye Yayıncılar ve Yayın Dağıtımçıları Birliği Derneği.
- Türkiye Yayıncılar Birliği (2017). *2017 yılı Türkiye kitap pazarı raporu*. İstanbul: Türkiye Yayıncılar ve Yayın Dağıtımçıları Birliği Derneği.

- Türkiye Yayıncılar Birliği (2018). *2018 yılı Türkiye kitap pazarı raporu*. İstanbul: Türkiye Yayıncılar ve Yayın Dağıtımçıları Birliği Derneği.
- Türkiye Yayıncılar Birliği (2019). *2019 yılı Türkiye kitap pazarı raporu*. İstanbul: Türkiye Yayıncılar ve Yayın Dağıtımçıları Birliği Derneği.
- Tüylüoğlu, Ş. (2004). Küreselleşme sürecinde kalkınma politikaları ve devletin zayıflayan rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 257-280.
- Üçer, S. E. (2019). Devlet ve telefon: Tarihsel sosyoloji ışığında altyapı politikalarının incelenmesi için eleştirel bir kuramsal çerçeve önerisi. *Yıldız Social Science Review*, 5(2), 287-310.
- Ümer, E. (2016). Adorno, Debord ve Baudrillard'da kültür ve sanat. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (17), 171-187.
- Varol, S. (2011). Frankfurt Okulu'ndan postmodernizme televizyona dair eleştirel perspektifler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 118-134.
- Vergin, N. (2012). A.G. Frank'ın az gelişmişlik modeli üzerine epistemolojik bir eleştiri denemesi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 35(1-4), 125-145.
- Wallerstein, I. (1976). Semi-peripheral countries and the contemporary world crisis. *Theory and Society*, 3(4), 461-483.
- Wallerstein, I. (1979). The Ottoman Empire and the capitalist world-economy: Some questions for research. *Review (Fernand Braudel Center)*, 2(3), 389-398.
- Wallerstein, I. ve Decdeli, H. ve Kasaba, R. (1983). Osmanlı İmparatorluğu'nun dünya ekonomisi ile bütünleşme süreci. *Toplum ve Bilim*, 23, 41-54.
- Wallerstein, I. (1993). *Jeopolitik ve jeokültür: Değişmekte olan dünya-sistem üzerine denemeler* (Çev: M. Özel). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Wallerstein, I. (2000). *Bildiğimiz dünyanın sonu yirmi birinci yüzyılın sosyal bilimi* (Çev: T. Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Wallerstein, I. (2003). *Liberalizmden sonra* (Çev: E. Öz). İstanbul: Metis Yayınları.

- Wallerstein, I. (2005). *Modern küresel-sistem* (Çev: K. A. talar). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Wallerstein, I. (2007). *Avrupa evrenselciliği: İktidarın retoriği* (Çev: S. Önal). İstanbul: Aram Yayınları.
- Wallerstein, I. (2011). *Dünya-sistemleri analizi: Bir giriş* (Çev: M. E. Abadoğlu ve N. Ersoy). İstanbul: Aram Yayınları.
- Wallerstein, I. (2012). *Tarihsel kapitalizm ve kapitalist uygarlık* (Çev: N. A. lpay). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Wallerstein, I. (2016a). *Modern dünya sistemi 1* (Çev: L. Boyacı). İstanbul: Yarı Yayınları.
- Wallerstein, I. (2016b). *Modern dünya sistemi 2* (Çev: L. Boyacı). İstanbul: Yarı Yayınları.
- Worsley, P. (1980). One world or three: A critique of the world system of Immanuel Wallerstein. *Socialist Register*, 17, 298-338.
- Yarkin, G. (2008). Immanuel Wallerstein ve Marksizm. *Praksis*, 17(1), 159-184.
- Yaylagül, L. (2018). Herbert Schiller'in iletişim kuram ve araştırmalarına katkısı. *Kurgu*, 26(2), 11-23.
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel ekonomi politik perspektiften devlet ve medya ilişkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 134-152.
- Yeğen, C. (2016). Annales Okulu, Marc Bloch ve tarih savunu: Veya tarihçilik mesleği yapıtı üzerinden Bloch'un tarih anlayışı. *Annales Okulu*, 1(1), 23-37.
- Yeniçırak, H. (2017). Debate on world system-modern world systems in the context of Andre Gunder Frank and Immanuel Wallerstein. *Social Sciences Review of the Faculty of Sciences & Letters University of Uludag/Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(32), 159-182.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (6. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, O. (2019). *Kültür endüstrisi olarak internetin bireysel özgürleşme ve toplumsal dayanışma kavramları çerçevesinde değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, T. (2017). Frankfurt Okulu (PL Assoun). *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(2), 405-409.

Yörük, A . (2007). “ Dünya-sistemleri a nalizi”nin t arihsel köke nleri: S osyal bi lim disiplinlerinden tarihsel sosyal bilimlere. *Sosyoloji Notları*, (1), 39-50.

Yurdigül, Y., Yurdigül, A. ve Batur, M. (2015). Frankfurt Okulu'nda birey ve toplum: İnsanın şeyleşmesi ve kültürün metalaşması üzerine eleştirel okumalar. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 19(2), 97-110.

İnternet Kaynakları

Boxofficemojo.com (2016). T urkish b ox of fice f or 2016.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2016/?area=TR&grossesOption=totalGrosses> (Erişim Tarihi: 08.03.2021).

Boxofficemojo.com (2017). T urkish b ox of fice f or 2017.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2017/?area=TR&grossesOption=totalGrosses> (Erişim Tarihi: 08.03.2021).

Boxofficemojo.com (2018). T urkish b ox of fice f or 2018.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2018/?grossesOption=totalGrosses&area=TR> (Erişim Tarihi: 08.03.2021).

Boxofficemojo.com. (2019). A rgentinian b ox of fice f or 2019.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2019/?grossesOption=totalGrosses&area=AR> (Erişim Tarihi: 09.03.2021).

Boxofficemojo.com (2019). B olivian b ox of fice f or 2019.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2019/?grossesOption=totalGrosses&area=BO> (Erişim Tarihi: 09.03.2021).

Boxofficemojo.com. (2019). Domestic b ox of fice f or 2019.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2019/?grossesOption=totalGrosses> (Erişim Tarihi: 09.03.2021).

Boxofficemojo.com (2019). T urkish b ox of fice f or 2019.
<https://www.boxofficemojo.com/year/2019/?area=TR&grossesOption=totalGrosses> (Erişim Tarihi: 09.03.2021).

<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2019> (Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<https://spotifycharts.com/regional/tr/weekly/latest> (Erişim Tarihi: 13.03.2021).

<https://turkaybir.org.tr/2019-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://jasonwmoore.com/> (Erişim Tarihi: 10.09.2020).

<https://pitchbook.com/profiles/company/10610-65#overview> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).

<https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/05/22/the-worlds-most-valuable-brands-2019-apple-on-top-at-206-billion/?sh=19c1a25e37c2> (Erişim Tarihi: 12.01.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1744130565/> (Erişim Tarihi: 24.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3337048581/> (Erişim Tarihi: 24.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1339118085/> (Erişim Tarihi: 24.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr4182135301/> (Erişim Tarihi: 25.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr2136297989/> (Erişim Tarihi: 25.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr2532200965/> (Erişim Tarihi: 25.03.2021).

<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2016> (Erişim Tarihi: 25.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr2737852933/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr38949381/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1009078789/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1742623237/> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

https://www.boxofficemojo.com/title/tt4630562/?ref_=bo_gr_ti (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2017> (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3151843845/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3915469317/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr262820357/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1903186437/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/release/rl2488436225/> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

<https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2018> (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1705988613/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr3493548549/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021).

<https://www.boxofficemojo.com/release/rl3204875777/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021).

<https://www.forbes.com/sites/sergeiklebnikov/2020/05/22/streaming-wars-continue-heres-how-much-netflix-amazon-disney-and-their-rivals-are-spending-on-new-content/?sh=2dd03714623b> (Erişim Tarihi: 07.06.2021).

<https://open.spotify.com/album/7oJa8bPFKVbq4c7NswXHw8> (Erişim Tarihi: 18.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/3meZFplbMmji648oWUNefQ> (Erişim Tarihi: 18.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/3Gq2Dme9nesdgoqNNlcN8O> (Erişim Tarihi: 18.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/1HV4uCbhCicfl07dm2WvU0> (Erişim Tarihi: 19.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/7IzpJkWQqgz1BTutQvSitX> (Erişim Tarihi: 19.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/3HhZbSJdhOqMSaRbEt3gtw?highlight=spotify:track:1jYiIOC5d6soxkJP81fxq2> (Erişim Tarihi: 19.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/1ATL5GLyefJaxhQzSPVrLX?highlight=spotify:track:6DCZcSspjsKoFjzjrWoCdn> (Erişim Tarihi: 20.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/2Ti79nwTsont5ZHfdxIzAm?highlight=spotify:track:3ee8Jmje8o58CHK66QrVC2> (Erişim Tarihi: 20.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/1YCRXKLDRB0UnbrFUJ4F6e> (Erişim Tarihi: 20.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/2ZaX1FdZCwchXl1QZiD4O4> (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/0S0KGZnfBGSIssf54WSJh?highlight=spotify:track:2Fxmhks0bxGSBdJ92vM42m> (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/47LpgGVshd0tbFSbm9tTLb> (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/03D36t8ODrA8ATvoTStU9P> (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/4IRiXE5NROxknUSAUSjMoO?highlight=spotify:track:2YpeDb67231RjR0MgVLzsG> (Erişim Tarihi: 21.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/31IDBea3eEs57a0joX6TjN> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://open.spotify.com/album/0ix3XtPV1LwmZADsprKxcp> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://newsroom.spotify.com/company-info/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://www.businessofapps.com/data/soundcloud-statistics/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://turkaybir.org.tr/2016-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://turkaybir.org.tr/2017-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

<https://turkaybir.org.tr/2018-turkiye-kitap-pazari-raporu/> (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

Spotify (2017). Spotifycharts 2017 yılı dünya verileri. <https://spotifycharts.com/regional/global/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 20.03.2021).

Spotify (2018). Spotifycharts 2018 yılı dünya verileri. <https://spotifycharts.com/regional/global/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 20.03.2021).

Spotify (2019). Spotifycharts 2019 yılı dünya verileri. <https://spotifycharts.com/regional/global/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 22.03.2021).

Spotify (2020). Spotifycharts 2020 yılı dünya verileri. <https://spotifycharts.com/regional/global/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 23.03.2021).

Spotify (2017). Spotifycharts 2017 yılı Türkiye v erileri. <https://spotifycharts.com/regional/tr/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 26.03.2021).

- Spotif. (2018). Spotifycharts 2018 yılı Türkiye verileri. <https://spotifycharts.com/regional/tr/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 26.03.2021).
- Spotify (2019). Spotifycharts 2019 yılı Türkiye verileri. <https://spotifycharts.com/regional/tr/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 26.03.2021).
- Spotify (2020). Spotifycharts 2020 yılı Türkiye verileri. <https://spotifycharts.com/regional/tr/weekly/latest> 1 Ocak- 31 Ekim (Erişim Tarihi: 26.03.2021).
- Statista.com (2020). Revenue of the largest book publishers worldwide in 2018 and 2019. <https://www.statista.com/statistics/234628/revenue-of-the-largest-book-publishersworldwide/#:~:text=Revenue%20of%20the%20largest%20book%20p,ublishers%20worldwide%202018%2D2019&text=RELX%20Group%20was%20the%20largest,U.S.%20dollars%20in%20total%20revenue> (Erişim Tarihi: 11.03.2021).
- We Are Social (2018). Digital 2018: Turkey. <https://datareportal.com/reports/digital-2018-turkey> (Erişim Tarihi: 04.03.2021).
- We Are Social (2019). Digital 2019: Turkey. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey> (Erişim Tarihi: 04.03.2021).
- We Are Social (2020). Digital 2020: Colombia. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia> (Erişim Tarihi: 05.03.2021).
- We Are Social (2020). Digital 2020: Poland. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-poland> (Erişim Tarihi: 05.03.2021).
- We Are Social (2020). Digital 2020: Turkey. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey> (Erişim Tarihi: 04.03.2021).
- We Are Social (2020). Digital 2020: U.S. <https://wearesocial.com/us/digital-2020-us> (Erişim Tarihi: 06.03.2021).

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Korhan Atik

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2018, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü Lisans Programı
- 2021, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı