

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EKONOMİ ve FINANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİM DALI



**KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTU VE FİLM ENDÜSTRİSİ
İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan

Nalan GÖKDEMİR

Y1312.160008

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Ramazan KURTOĞLU

İstanbul, 2014



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz Ekonomi ve Finans Ana Bilim Dalı Uluslararası İktisat Yüksek Lisans Programı Y1312.160008 numaralı öğrencisi NALAN GÖKDEMİR'in "KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTU İLE FİLM ENDÜSTRİSİ İLİŞKİSİ" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 07.11.2014 tarih ve 2014/26 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından *O. Yılmaz* ile Tezli Yüksek Lisans tezi olarak *Kabul* edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi :02/12/2014

1)Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Ramazan KURTOĞLU

2) Jüri Üyesi : Prof. Dr. Güneri AKALIN

3) Jüri Üyesi : Prof. Dr. Uğur TEKİN

Ramazan Kurtoglu
.....
Güneri Akalin
.....
Uğur Tekin
.....

Not: Öğrencinin Tez savunmasında **Başarılı** olması halinde bu form **imzalanacaktır**. Aksi halde geçersizdir.

ÖNSÖZ

Tez çalışmamda; gittikçe küçük bir köye dönen dünyanın küreselleşme ile geldiği boyutları araştırmaya çalıştım. Küreselleşme izlediği yolları ve dünyamızı olumlu ve olumsuz olarak nasıl etkilediğini araştırdım. Küreselleşme süreci dünyanın bazı acı deneyimler yaşadığını aktardım. Küreselleşme bir çok şeyi etkilerken özellikle, sinema dünyasını sürekli bir değişimin içine soktuğunu gördüm. Sinema dünyasını küreselleşme ile kullanan bir çok şirket ortaya çıktı. Sinema kültürleri etkileyen, toplumların tüketim alışkanlıklarını değiştiren, ulusların birbirlerine yakınlaşmasını sağlayan bir fenomen. Bu bağlamda, gözlemlerime dayanarak küreselleşme ve sinema arasındaki çok sıkı bağları bu tezde ortaya koymaya çalıştım. Bu nedenle araştırmam benim açımdan son derece önemli olmaktadır.

İstanbul, 2014

YEMİN METNİ

Yüksek lisans projesi tezi olarak sunduğum "Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu ve Film Endüstrisi İlişkisi" başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

Nalan GÖKDEMİR

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	0
ÖNSÖZ	0
YEMİN METNİ	0
İÇİNDEKİLER	i
TABLolar	iv
ŞEKİLLER	v
1.GİRİŞ	1
1.1.YÖNTEM	4
1.2.ÖRNEKLEM	4
1.3.ANALİZ	4
2.KÜRESELLEŞME	5
2.1.KÜRESELLEŞME KAVRAMI	6
3.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTU	17
3.1.EKONOMİK AÇIDAN ÜLKELERİ ETKİLEYEN KURULUŞLAR	17
3.1.1.Dünya Bankası (DB)	17
3.1.2.Uluslararası Para Fonu (IMF)	18
3.1.3.Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)	21
3.1.4.Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)	22
3.1.5.Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)	24
3.2.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTLARI	24
3.2.1.Ticari Liberalleşme	25
3.2.2.Sermayenin Liberalleşmesi	27
3.2.3. Uluslararası Sermaye Hareketleri	28
3.2.4.Ekonomik Krizler	30
3.3.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK AÇIDAN TEKNOLOJİYE ETKİSİ	36
3.3.1.Teknolojik Değişim ve Yenilikler	36
3.3.2.Yeni Buluşlar ve İcatlar	37
3.3.3.Ulaştırma ve İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler	39
3.4.KÜRESELLEŞMENİN ULUS DEVLET YAPISINA ETKİLERİ	41
3.5.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK POLİTİKALARA ETKİLERİ	42
3.6.KÜRESELLEŞMENİN AZ GELİŞMİŞ EKONOMİLERE ETKİLERİ	42
3.7.KÜRESELLEŞMENİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	45

3.8.KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜRLERİ BİRBİRİNE KARIŞTIRMASI ÜZERİNE ETKİLERİ	48
3.9.KÜRESELLEŞMENİN BİLGİ VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ	54
3.10.KÜRESELLEŞME ÇERÇEVESİNDE ESKİ VE YENİ EKONOMİNİN KARŞILAŞTIRILMASI	63
4.FİLM ENDÜSTRİSİNDE KÜRESELLEŞME VE AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN DÜNYANIN KÜRESELLEŞMESİNDE ETKİSİ	66
4.1.ENDÜSTRİ	66
4.2.FİLM ENDÜSTRİSİ	66
4.3.KÜLTÜR VE FİLM ENDÜSTRİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ	67
4.4.AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİM AŞAMALARI	67
4.4.1.İlk Gösterimler ve Nickelodeonlar	68
4.4.2.Stüdyo ve Star Sistemi	69
4.4.3.Sesli Sinemaya Geçiş	70
4.4.4.Televizyonun İcadı ve Renkli Yayın Dönemi	71
4.4.5.Stüdyo Sisteminin Çöküşü ve Yeni Örgütlenmeler	72
4.5.HOLLYWOOD SİNEMASI	72
4.6.KÜRESELLEŞMEYİ ETKİLEYEN HOLLYWOOD'UN DÜNYA SİNEMA ENDÜSTRİSİNE HAKİM OLMASINI SAĞLAYAN FAKTÖRLER	73
4.6.1.Hollywood'un Birinci Dünya Savaşından Etkilenmesi	73
4.6.2.Hollywood'un Ticari İlişkilerinin Büyüklüğü	74
4.6.3.Hollywood'un Endüstriyel Yapısı	75
4.6.4.Küreselleşmede 11 Eylül Konulu Filmlerin Analizi	75
4.6.4.1.Tanrının Vadisinde	76
4.6.4.2. Otel (Hotel)	78
4.6.4.3.Köy (The Village)	79
4.7.TÜRK SİNEMA TARİHİ	80
4.7.1.1950-1960: Oluşum Yılları	83
4.7.2.1960-1970 Dönemi	84
4.7.3.Yeni Türk Sineması: 1970-1994	85
4.7.4.2000-2010 Yılları Arasında Türk Sinema Endüstrisi	88
4.8.TÜRK SİNEMASINDA KÜRESEL EKONOMİ İLE PAZARLAMA SİSTEMİ	91
4.8.1.Dağıtım Şirketleri	95
4.8.2.Pazarlama Kanalları	99
4.8.2.1.Sinema Salonları	100
4.8.2.2.Ev Video Pazarı	103
4.8.2.3.Televizyon Satışları	105

4.8.2.4. İnternet	105
4.8.2.5. Salon Gösterimi Dışında	106
4.8.2.6. Alışveriş Merkezleri	107
SONUÇ	108
KAYNAKÇA	111
ÖZET	116
ABSTRACT	117

TABLolar

Tablo 1 Yeni ve Eski Ekonomi Farklılıkları.....	60
Tablo 2 Dağıtım Şirketlerinin Pazar Payları.....	90
Tablo 3 Dağıtım Şirketlerinin Sattıkları Film Adetleri (2010).....	93
Tablo 4 Türkiye’de Sinema Salon Sayıları (2007-2008-2009).....	95
Tablo 5 sinemalarda gösterilen film ve seyirci sayısı, 2012.....	95
Tablo 6 En Çok DVD’si Satılan Filmeler (2010).....	99

ŞEKİLLER

Şekil 1 Global Pazarda Kültürel Değişim.....	46
Şekil 2 Massey ve diğ. Bilgi Yönetimi Modeli.....	58
Şekil 3 Dağıtımçıların Dağıttıkları Yerli Film Adedi (2005-2007) ve (2008-2010).....	92
Şekil 4 Dağıtım Şirketlerinin Pazar Payları (2010).....	93
Şekil 5 Sinema Salon Sayısı Değişimi (2007-2010).....	96
Şekil 6 Coğrafi Bölgelere göre Sinema Sayıları.....	97
Şekil 7 Coğrafi Bölgelere göre Salon Sayıları.....	97
Şekil 8 Coğrafi Bölgelere göre Koltuk Sayıları.....	98
Şekil 9 Ev Sinema ve DVD Pazarı (2010).....	99

1.GİRİŞ

1960'lı yıllardan itibaren yayılmaya başlayan küreselleşme kavramı ilk başlarda Çok Uluslu Şirketler'i (ÇUŞ) ortaya çıkarmıştır. Bunun anlamı gelişmekte olan ülkelerde yabancı sermayenin ulaşması ve refahın artması demektir. Bilindiği üzere, sermaye günümüzde özellikle devletlerin uzun süreli finans yapılarını korumaları açısından en önemli kaynak olarak görev yapmaktadır. Ülkelerin sermaye elde edebilmesinin bir diğer aracı da yabancı sermayedir. Yabancı sermaye her ülkede farklı yankılar bulmaktadır. En çok bilinen adı ise "sıcak para" dır. İkinci olarak, kriz dönemlerinin kurtarıcı olarak değerlendirilir. Bu durum, ülkenin kalkınmasını sağlayacak bir katkıda bulunmaktadır. Yabancı sermaye sadece sıcak para olarak değil, bilgi, teknoloji ve yenilik olarak da bir bütün olarak değerlendirilebilir. Yabancı sermaye özellikle gelişme düzeyleri düşük ülkelerde bir can simididir. Ülkenin kalkınması, GOÜ'lerde çeşitli krizler nedeniyle geç gerçekleşmektedir. Bu krizler, ülkenin eğitim düzeyi, teknolojik düşüklük, finansal gelişim düşüklüğü, ekonomik ve politik istikrarsızlık en önemlileri arasındadır. Yabancı sermaye şirketleri faaliyet gösterdiği ülke tarafından, yasal haklar, mülkiyet hakları, vergi sistemi, gibi konularda çeşitli yapılarla mücadele etmek durumdadır.

Günümüzde ürün çeşitliliği ve ürün benzerliği ya da taklidin artışı, pazarlardaki rekabeti farklı bir konuma getirmiştir. Bir ürünü satabilmek için bir şirket her yolu dener hale gelmiş ya da denemek zorunda kalmıştır. Bu da teknolojinin artmasını beraberinde getirmiştir. Günümüz teknoloji dünyası televizyon, radyo ve dergi ile başlarken, şimdilerde cep telefonu ve internet sektörü artık erişilemez bir teknolojik boyuta kavuşmuştur. Örneğin, bir tüketici evinden bir ürüne ulaşabiliyor, özelliklerini öğrenebiliyor, siparişini verebilir ve bu yönde hizmet veren kargo firmaları ile ürününe kavuşabilmektedir. Bu durum işletmecilerin tüketiciye ulaşmasını kolaylaştırmış ama tüketicilerin tutunmasını sağlamakta problem yaşamaya başlamışlardır. İnsan zihni farklı karmaşık bir yapıya sahiptir. İşletmeler bunu kullanmayı hedeflemişler ve sundukları ürünün farklı algılanmasını sağlayarak bunu tüketicilerin satın almasını sağlamayı hedeflemişlerdir. Bu tür faaliyetleri işletmenin stratejini oluşturmaktadır.

21. yüzyıl küreselleşme çerçevesinde, daha önce hiç görülmeyen bir rekabet ortamında yeniden bir hayat bulmuştur. Küreselleşmenin en büyük özelliği tüm dünyada herkesin kendini tanıtabileceği bir ortama dönüşmesidir. Bu durum, geleneksel dünya düzenini ve kendine has kültürlere sahip toplumların yaşam biçimlerini değiştirmesine neden olmaktadır. Bunun yerine yeni dünya düzeni sadece rekabet koşulları ile belirlenen bir ekonomik denge ile oluşturulmaya çalışılmaktadır. Küreselleşme süreci henüz yeni olmasına rağmen insanların hayatlarını değiştirme çabası yüzünden sürekli bir kriz ve rekabet ortamında hayat bulmaktadır.

Küreselleşme dünyayı küçülmüş, devletlerin egemen yapıları tehdit altına girmiş, tekdüze bir tüketim kültürünün kalktığı, yerel ve ulusal kültürlerin zayıflayarak, zenginlerin daha zengin yoksulların daha yoksul bir hale geldiği görülmektedir. Bu süreç insanların tüketim ihtiyacı nedeniyle ortaya çıkmıştır. Bu tüketimin işletmelerce stratejik olarak yönlendirilmesi çabaları ile yeni şeklini almıştır.

Sinema içerdiği sanatsal yapı yüzünden kırılabilir bir atmosfere sahiptir. Özellikle, yapım maliyetinin yüksek olması, ve yapımdan sonraki satış aşamalarında, çok büyük satış riski nedeniyle varlığını sürdürmede bir çok alt sorunla karşı karşıyadır. Bu sorunların en önemlisi seyirciye ulaşmada farklı dağıtım kanallarının rekabeti ile farklı bir amaca yönelmektedir. Sinemanın görsel dünyası, dağıtım şirketlerinin seyirciyi çekmek için başvurduğu pazarlama yöntemlerini de artırmaktadır.

Bu çalışmada, küreselleşme ile başlayan süreçte, sinemanın da bu doğrultuda hızlanan trendi ve çeşitlenen dağıtım kanallarının önemi incelenmiştir. Sinemanın çok geniş bir Türk ve yabancı literatürüne sahip sinema akademik açıdan çok fazla kaynağa sahiptir.

Sinemanın bu kadar popüler olmasına neden olan en büyük etken, iletişim teknolojilerinin son derece artmasıdır. Böylece, sinema yapımından, yayınlanması sürecine kadar bir çok çeşitli sektörlerden ve gelişim kaydeden süreçlerden geçmektedir. Sinemanın her aşaması ekonomik açıdan ağır bir yapıya sahiptir. Bu yapısıyla sürekli bir gelişim süreci geçirmektedir. .

Sinema günümüzde temelde ekonomi ile sanatsal olguyu birleştiren bir güce ve sürece sahiptir. Her ne kadar sanatsal gözükse de asıl amaç seyirciye ulaşmaktır. Bunu da ekonomik süreçlerin bütünlüğünü oluşturan dağıtım kanalları ve yani şirketlerdir. Sinemanın dağıtım kanallarını yapılandıran şirketler, günümüzün en önemli araçları olan, sinema salonları, televizyon, ve internettir. Ancak bu pazarlama araçlarının dışında, sosyal medya, reklam ve fragman tanıtımları da yan karşımıza çıkmaktadır. İhtiyaç duyulması yüzünden gelecekte daha da çeşitlenecek dağıtım kanalları sürekli bir gelişim içindedir.

Küreselleşme ile ilişkisi çerçevesinde kültürü küreselleşmenin bir boyutu olarak görmek gerekmektedir. Kültürün bir yaşam biçimi olarak değerlendirilmesi en akılcı açıklama olarak düşünülebilir. İnsanların devam eden "yaşam anlatılarına" katkıda bulunan bütün günlük pratiklere işaret etmektedir. Günlük yaşamın içindeki karmaşık bağlantılılığının kesiti alındığında, üzerinde durulan konu, küreselleşmenin anlamını oluşturma bağlamında insanların kimlik arayışlarını, mekan ve mekanla ilişki içinde olan benlik deneyimlerini nasıl etkilediğini, yerel yaşam etrafında gelişen ortak anlayışları, değerleri, arzuları, mitleri, umutları ve korkuları bunlar üzerindeki etkilerini nasıl değişime uğrattığıdır. Sinema sanatı da kültürün yansımaları olarak bireylerin yaşantısına girmektedir.

Sinemanın önemli endüstrileşme süreci Amerika'da Hollywood adı verilen pazarın oluşmasıyla kendine bir yön bulmuştur. Ancak sinema endüstrisinin en emek isteyen ürünleri Hollywood yapımlarında görülmektedir. Sinema şirketlerinin çokluğu ve dağıtım kanallarının çeşitliliği bu sanatın icraatının çok büyük bir emek ve Pazar gerektirdiğini ifade etmektedir. Bu büyük emeğin başarıya ulaşması ise ancak pazarlama ile elde edilebilmektedir.

Bu başarıda en büyük pay sahibi sinemayı bütün olarak ele almaktan geçmektedir. Sanatçısı, ekipmanı, ve diğer tüm alt sektörleriyle bir entegrasyon oluşturan sinema tüm bu grupların aralarında etkileşimin güçlü olması ile etkinlik kazanabilmektedir.

1.1.YÖNTEM

İşletmeler için ihtiyaç duyulan en önemli özellik “insan”dır. İnsan faktörün çok fazla değer görmesinin nedeni işletmelerin departmanlarında kilit görev görmeleridir. Bir sinema yapıtı, insan eliyle yapılmak, diğer insanlara insan eliyle ulaştırılmak zorundadır. Günümüzde sinemanın devasa büyüklüğü ve gittikçe genişleyen sektörü ile, sürekli yeni elemanlara ihtiyaç duymaktadır. Her sinema yapıtı yüzlerce hatta binlerce çalışanı, yüksek maliyetli ekipmanı ve dağıtımını ve satışı ile bir çok şirketi barındıran bir takım çalışmasından oluşmaktadır. Günümüzde, literatür en önemli araştırma kaynağıdır. Çalışmada yazın taraması yapılmıştır.

1.2.ÖRNEKLEM

Sinemanın en büyük özelliği çevresi ile sürekli iletişim kurmak zorunda olması, ancak bunu halka etkileşimle sunmasıdır. Ancak her film farklı bir mesaj taşımaktadır. Bu nedenle sinema kültüründe farklılaşmalar meydana olması oldukça doğaldır. Bu farklılaşmalar ile, farklı sanatsal düzeyler görülecektir. Sinema insanların çabaları sonucunda meydana getirilen bir üründür. Bu durum sinemada farklı bakış açısını, değer yapılarını, ve farklı kültürleri ortaya koyar.

1.3.ANALİZ

İletişim sektörü birbirlerini daha çok takip isteyen insanların anlayışlarına göre şekillenmektedir. Bu yoğunluk, günümüzün farklı iletişim teknolojileri ile daha da artmıştır. Sinema bu çok dilli ortamın birleştiricisidir. Ancak, rekabetin artması, hem görsel hem de alışveriş alışkanlıklarında çok ciddi değişikliklere neden olmuştur. Bir çok stratejik pazarlama teknikleri küreselleşme ile birlikte hemen her ülkede farklı tarzları ile ortaya çıkmıştır

2.KÜRESELLEŞME

Günümüz Küresel Dünyasında her sektörde rekabet her geçen gün artarak devam etmektedir. Bu rekabet döngüsü firmaların rakiplerinden bir adım önde olmaları ve yaşamlarını idame ettirebilmeleri için gerekli olan bazı unsurlara, diğerlerinden daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. Bu unsurlardan biri kurumsal iletişim yönetimidir. Firmalar bu unsura önem verdikleri ve iyi yönettikleri ölçüde başarı elde edeceklerdir¹.

Günümüzde işletmelerin sorumlulukları sadece mal ve hizmet üretimi ile sınırlı tutulmamaktadır. İçinde yaşadıkları, faaliyet gösterdikleri ve kaynaklarını kullandıkları personelin iletişimi ile de yakından ilgilidirler. İşletmeler, gerçekleştirdikleri faaliyetlerle toplumun ekonomik, sosyal, siyasal yapısını ve doğal çevresini gerek olumlu gerekse olumsuz yönden etkileyebilmektedir. Günümüz iş dünyasında, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte üretim ve verim kalitesinde gözle görülür bir azalma görülmektedir. Sanayi Devrimi ile birlikte insanların işlerini ellerinden alan makineler gelişerek ve sürekli yenilenerek insana duyulan ihtiyacı azaltmaktadır. Bu durumda insanlarda sürekli bir takım sorunlarla sürekli karşı karşıya kalmaktadır. Son dönemde ise yeni iş ortamları, sektörler, alanlar, yönetimler, yapılan işlerin özellikleri, çalışan insanda, özelliklede sağlık alanında çalışanlar arasında örgütsel iletişim denilen bir fenomeni ortaya çıkarmıştır. Örgütsel iletişim kısaca işletmenin örgütün hedeflerine uygun iletişimi elde etmesidir şeklinde açıklanabilir².

Günümüzde yaşanan hızlı değişimle birlikte bu iki kat artmaktadır. Özellikle sektörlerde yaşanan hızlı değişimler, toplumsal huzur ve refahın düşmesi ve ekonomik belirsizlikler gibi nedenler örgütsel kişiliği ciddi derecede farklılaştırmaktadır. Değişimin her zaman olaylar karşısında olumlu sonuçlar yarattığı söylenemez. Kendini yineleyen meslek ve sektörlerde örgütsel kişilik değişimi konusuna oldukça sık rastlanır. Bu durumu fark eden

¹ Somel, Cem, (2006), Az Gelişmişlik Perspektifinden Küreselleşme, Doğu Batı, Y:5, Sayı:18, 3. Baskı, Ankara, ss.195-204

² Somel, a.g.e.

bazı yöneticiler bazı değişiklikler yaparak bu yapıyı kendi amaçları doğrultusunda kullanabilmişlerdir³.

1970'li yıllarda bu yaşanan bu istikrarsızlık IMF ile istikrarlı hale getirilmek istenmiştir. Fakat bu durum ülkelerin ekonomik sistemlerinin farklılıkları yüzünden ülkelerin bir borç batağına düşmekten başka bir işe yaramamıştır. Bu durum ülkeler içinde çeşitli çatışmalara neden olmuştur. Fakat bir yanda da küreselleşme gelişmiş ülkelerin gelişmemiş ya da geliştirmekte olan ülkelerin finans yapısını denetim altına ya da kontrol altına almak demektir. Küreselleşme yüzünden bir çok gelişmemiş ya da geliştirmekte olan ülke mecburen gelişmiş ülkelerin denetimi altına girmek zorunda kalıyordu. İşte yeni ekonomik düzen tanımıyla 1970'li yıllardan itibaren bir çok finans krizinin doğmasına neden olmuştur. Krizin çoğu küreselleşmenin savunucuları olan ABD ile diğer gelişmiş ülkelerden kaynaklanmakta idi. Çünkü küreselleşme ülkeler arasında rekabet çekişmeleri artırmıştı. İşte serbest piyasa ekonomisine giriş, özelleştirme dünya konjontür olmuştur⁴.

Küreselleşme süreci ülke içindeki mal ve hizmetin dışarıya kayması ve dışarıdakinin de içeride olmasını büyük bir şekilde imkanı kılıyordu. Uluslararası ticaretin en büyük kaynağı ise teknolojik gelişmeler sonucunda, üretim, tüketim ve finans alanlarında yeni sistemlere dayalı, yeni bir küresel ekonomi ortaya çıkarmasıdır. Küreselleşme ekonomik açıdan serbest olan gelişmiş ülkelerin çokuluslu şirketler kurması ile dünyanın gelişmemiş ya da geliştirmekte olan ülkelerinde yaygınlaşmasına neden oldu. Bu durum çok uluslu şirketlerin o ülkelerde ağırlıklı söz sahibi olmasına ve o ülkenin hukuk düzenini etkilemesine neden oldu. Çokuluslu şirketler giderek coğrafi alanlarını genişlettiler ve ekonomik güçlerini arttırdılar. Fakat bu şirketlerin büyük bir kısmının merkezleri, Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya-Pasifik'de bulunmaktadır⁵.

2.1.KÜRESELLEŞME KAVRAMI

³ Somel, a.g.e.

⁴ Kara, Mustafa, (1995), Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Gücü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

⁵ Kara. A.g.e.

Küreselleşme, en genel olarak her anlamda ülkeler arasında ekonomik ve sosyal sınırların kaldırılması olarak söylenebilir. Toplumların her anlamda sınırlarının kaldırılması, dünya genelinde ekonomik, siyasal ve sosyo-kültürel her alanda toplu değişikliklere yol açmıştır. Böylece uluslararası arenada rekabet oluşturulmasını sağlamıştır. Öte yandan sınırların kaldırılmasıyla uluslararası sorunlar oluşmaya başlamış, bu sorunların çözülmesi için ulus üstü güçlere ihtiyaç duyulmuştur⁶.

21.yüzyıldaki değişimin farklılaşmasına neden olan küreselleşme birçok ekonomik, politik ve sosyal gelişimi olumlu ve olumsuz olarak etkilemiş ve etkilemeye de devam etmektedir. Bu gelişimin çok yönlü olması ve birçok süreci içermesi küreselleşmenin tanımı konusunda herhangi sabit bir kavram oluşturulmamasına sebebiyet vermektedir. Bir çok kavramla birlikte anılan küreselleşme; küresel paradox, küresel paradigma, küresel süreç olarak adlandırılmaktadır⁷.

Dünya artık ekonomi etrafında dönmektedir. Sosyal değerler ikinci planda kalmakta, politika ise sadece karşılıklı çekişmelerden öteye gidememekte bu durum küreselliğin artmasına ve ardından da pazarlama yapısının değişimine beraberinde getirmektedir. Ekonomik yapıdaki bu köklü değişimler rekabet, piyasa ekonomisi; iş dünyasının profilini değiştirmiş, uluslararası dönüşüm toplumsal yapıda hızlı değişimlere sebep olmuştur⁸.

Küreselleşme ile ilgili en genel tanım ise; “küreselleşme, şimdiye kadar ekonomik anlamda Fransız Devriminde sonra ortaya çıkan ve bir dizi iletişim-Bilişim aşamalarından geçen görüntülerinden biri olmakla birlikte siyasal ekonomik ve kültürel öğelerden oluşan son derece karmaşık niteliğe sahip bir yapıdır” şeklinde yapılabilir⁹.

Küreselleşme ile ilgili başka bir genel tanım ise; “savaşların bitmesi ile devletlerin arasında cereyan eden ekonomik, politik ve sosyal düzey ilişkilerin artması, ve bu artışın teknoloji, ve iletişim araçlarını geliştirmesi sonucu ticaretin serbestleşmesi” olarak açıklanabilir. Bu tanıma göre, mekan,

⁶ Kara. A.g.e.

⁷ Somel, a.g.e.

⁸ Kara. A.g.e.

⁹ Sönmez, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/16/6/478.pdf>, 02.01.2012

hukuk, bilgi gibi konularda herhangi bir sınırın çizilememesi veya ülkelerin kendi yapılarına farklı olan sistemlerin o ülkeleri ele geçirmesi anlamına gelmektedir¹⁰.

Küreselleşmeyi daha çok coğrafi alan kapasitesi ile değerlendiren Gordon Marshall'ın (1999) tanımında ise; "küreselleşme ülkelerin coğrafyası gereği toplumsal ve kültürel düzenlemelerin zorladığı sınırların giderek azalarak ortadan kalktığı, iletişimin daha çok yaygınlaştığı sosyal bir süreçtir" şeklinde ifade etmiştir. Konunun sadece ekonomik değil sosyal yanlarını da gören çalışan Anthony Giddens (1999) ise, "küreselleşme olgusunu ekonomik tanımlarından farklı bir şekilde algılayarak onu, dünya çapındaki sosyal ilişkilerin yoğunlaşması" şeklinde ifade eder. Her iki tanımda ortak unsur sosyal ilişkilerin ekonomik ilişkilerin atmosferinde şekilleneceğidir. Bu şekillenme ancak birbirlerine bağımlı hale gelecek insanlar ve olaylar çerçevesinde olacaktır¹¹.

2.2.KÜRESELLEŞME YAKLAŞIMLARI

Günümüzün belki de en çok tartışılan olguların başında küreselleşme gelmekte ve bu konuya ilişkin olarak birbirinden bağımsız ve farklı çok sayıda görüş ve yaklaşım bulunmaktadır. Böylesine dikkate değer ve ele alınan konular arasında literatürde adına çok fazla söylemin bulunduğu bir kavram olarak küreselleşme hakkında bu kadar çok sayıda yaklaşımın olması normal karşılanılabilecek bir durumdur. Tıpkı küreselleşmenin tanımına özgü birden fazla ve farklı yaklaşımın sergilendiği gibi ve yine tıpkı küreselleşmenin başlangıç tarihine ilişkin birden fazla ve farklı yaklaşımın literatürde yer aldığı gibi küreselleşmeye yönelik yaklaşımlar konusunda da birden fazla ve birbirinden farklı görüşler yer almaktadır¹².

Küreselleşmeye ilişkin birçok yaklaşım olmasına karşın dikkat edildiğinde bu yaklaşımların karşıt oldukları da görülebilmektedir. Bunun nedeni küreselleşme kavramının sınırlarının açıkça ortaya konulmadığı,

¹⁰ Yahşi,

<http://www.akregroup.com/downloads/KURESELLESME%20VE%20ISTIHDAM%20.pdf>, Er. Tar. 30.07.2014, s.7

¹¹ Gülçubuk, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/16/6/478.pdf>, 30.07.2014

¹² Kara. A.g.e.

kimi, barışçı, iyimser, kimi de yoksulluk, eşitsizlik, adetsizlik olarak algılanmaktadır¹³.

Küreselleşmenin çok boyutlu ve süreklilik arz eden bir dönüşüm süreci olduğu görülmektedir. Bu durum dünyayı gitgide karmaşıktırmaktadır. Diğer taraftan ileride neler olabileceği de artık tahmin edilememekte ya da yapılan tahminler kesinlikle yerinde olmamaktadır. Küreselleşme kapsamında ülkelerin iç işleri ile uluslar arası alandaki ilişkileri ve diğer tüm etkileşimde olduğu ilişkileri farklılaşmakta, her an değişime uğramakta bu durumda da olaylar gittikçe belirsizleşmektedir. Oluşmakta olan yeni küresel akımlar, toplumları şiddetli bir şekilde sarsmaktadır.

Günümüzde kazananlar, kaybedenler, fırsatlar dezavantajlar gibi ekonomi ağırlıklı bir ortamın oluştuğunu ve bunun da gitgide güçlendiği görülmektedir. Bir taraf olmak zorunda kalınması ile uygarlık da küreselleşmektedir. Dünyada tek pazar oluşturmak, ağlar kurmak, bunların işleyişini basitleştirmek, ekonomileri yönetmek, iletişimi denetim altına almak bu taraftarlığın bir ürünüdür. Milliyetçi devlet anlayışı, artık önemini kaybetmiştir. Bu süreçte küresel piyasa politikanın yerini almakta, piyasa mekanizması hükümetlerden daha rasyonel olarak çalışmaktadır¹⁴.

2.3.KÜRESELLEŞMENİN TARİHÇESİ

Küreselleşme çok yeni bir kavram olmayıp, tarihi oldukça eskidir. Küreselleşme insanlık tarihiyle başladığını iddia etmek çokta yersiz olmayacaktır. Yüzyıllar önce insanlar birbirleri ile ticaret ağları, iletişim kanalları kurmuş ve hep yeni arayışlar içerisinde olmuştur. Küreselleşmeyi bugün bu kadar tartışılıp konuşulan yapan şey günümüzde kazandığı ivmedir. Sermayenin, coğrafik sınırların, teknolojinin, kültürünün her boyutuyla küreselleşme etkinliğidir. Küreselleşmenin tarihçesine baktığımızda; yaşanan gelişmeler, değişim, kazandığı ivme 1980 öncesi, 1980 sonrası ve gelişmiş merkez, gelişmekte olan çevre ülkeler diye anlatmak çok da yerinde olacaktır. Ülkelerin gelişme düzeyleri, siyasi,

¹³ Somel, a.g.e.

¹⁴ Somel, a.g.e.

ideolojik, çok boyutlu ekonomik göstergelerine bakmak, sürecin; sebep-sonuç ilişkisi anlamında katkıda bulunacaktır¹⁵.

2.sanayi devrimi olarak adlandırdığımız; buharın yerini motor gücünün aldığı dönem başlamıştır. Bu dönemde dünya konjonktüründe teknolojik anlamda çok önemli gelişmeler yaşanmıştır. Motorun buhar yerine kullanılmasından sonra; ilaç, kimya sanayindeki gelişmeler, mikrobun keşfi, hastalıkların önlenmesi; salgınların bitmesini sağlamıştır. Böylece daha sağlıklı yetişkin bir iş gücü ortaya çıkmıştır. ABD ve Avrupa kitlesel eğitim sistemine yönelmiş, bu gelişmelerde eğitilmiş, daha sağlıklı bir toplum oluşmasını sağlamıştır. Böylece kitlesel tüketime yönelik üretim başlamıştır. Kapitalizmle birlikte rekabetin artması ülkeler arasında ekonomik ilişkiler artmış ve gelişen iletişim ve ulaşım ağları ticaret hareketini hızlandırmıştır¹⁶.

1914-1945 yılları dünyada büyük bunalım dönemi yaşanmıştır. İki büyük savaş, 1929'da yaşanan "büyük krizin" ülkeler arasında ticaretin yavaşlamasına sebep olmuş, herkes kendi derdine düşmüştür. Bu durum, ekonomik krizin etkisi nedeniyle güvenlik unsurlarını artırmıştır. Bunun dışında, yabancı yatırımcılar kendilerine daha az gelişmiş ülke bularak buradan her şekilde yararlanma yoluna gitmiştir. Ekonomik bunalımın ilk yaşandığı ülke ABD, bu durumu kontrol altına almak için az gelişmiş ülkelere çeşitli sınırlar koymuş ve bir tür dünya ticaretinin kontrol altında tutma yolu gitmiştir¹⁷.

1945'ten sonra savaşlar bitmiş, ülkeler yeni bir sürece girmiştir. Gelişen dünyada ticaret hacimlerinin önemi hızla artmıştır. Dünya nüfusu artmaya başlamış, yaşam biçimlerini ve ülkelerin sosyal ekonomik, kültürel yapıları değişimi hızlanmaya başlamıştır. Ticari yapılarının artması dışında dünyanın 1/4'ünde çalışmalar yürüten Amerikan firmaları, çokuluslu şirketler olarak ülkelerin ekonomilerini etkilemeye çalışmıştır. Ülkeler de bu duruma

¹⁵ Kara. A.g.e.

¹⁶ Şen, Harika, 2006, Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Emek Arz Ve Talebindeki Değişimin İşgücü Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi, Ankara Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 28

¹⁷ Childe, V. Gordon, 2009, Tarihte Neler Oldu?, Kırmızı Yayınları, 5. Bs. İstanbul

ayak uydurmakla çokuluslu şirketlerin yapılarını güçlendirmişlerdir. Ancak teknolojiyi az gelişmiş ülkelere getiren bu şirketler, buldukları ülkelerde vazgeçilmez addedilmektedir¹⁸.

2.4.KÜRESELLEŞME TÜRLERİ

Küreselleşme sürecinin etkisi ilk olarak kültür ve ekonomi üzerinedir. Küreselleşmenin ekonomik boyutu diğerlerine göre en derin ve tartışılan boyutudur. Öyle ki, artık ekonomik bir alanda ulus, milliyetçilik gibi kavramlardan bahsetmek önemli değil hatta zararlı olarak görülmektedir. Çünkü birçok ülkede yabancı sermaye, hemen hemen kesinlikle dışlanmamakta hatta ülkeye girmesi için uğraş verilmektedir. Yoğun yabancı sermaye girişleri, ulusal sermayeleri etkilemekte ve yabancı firmalarla birleşen yerli firmaların ulusal sınırlar/çıkarlar çerçevesinden uzaklaşarak dünya ekonomisiyle bütünleştikleri görülmektedir¹⁹.

Küreselleşme dönemi ile sürece girmiştir. Bu sürecin en önemli tarafı iletişimin artması ve sektörün genişlemesidir. Teknolojik gelişmeler, insanları yeni şeyler üretmeye itmektedir. Kısacası, teknolojik gelişmeler inovasyonun en önemli tetikçisidir. Bireylerin yüze yüze iletişimleri azalmaktadır. Yüz yüze iletişim yerine sanal ortamlar tercih edilmektedir. Birey asli ihtiyaçlarını bırakarak, kendisine gerek olmayan konulara yönelmektedir. Amaç sosyalliğin artmasıdır. Yüz yüze iletişim ailede başlar. Şehirleşme, iletişimi ve sosyalleşmeyi gerektirirken, insan algısı giderek değişen bir yapıya bürünmektedir. Okul, iş gibi konularla aileden ayrılan insan ister istemez iletişim yapısını, kendisi ile çevre arasında bir temas olarak geliştirmeye odaklanmaktadır. İletişim kurduğu çevre, kişiye kendisi ile ilgili konuları sağlayan bir çok mekanizma ile doludur. Bu düzey, kişiye bir çok konuda bilgili olmasını sağlar. Temelde insan bilgiye muhtaçtır. Bilgi ancak iletişim sayesinde gerçekleşmektedir²⁰.

¹⁸ Şen, a.g.e., s. 29

¹⁹ Kara. A.g.e.

²⁰

Televizyonun icadı ile 1945'ten sonra hızla tüm ülkelere girmesi, iletişim kanallarını değişikliğe uğrattı. Televizyon, habercilik ve medya sektörünün genişlemesine ve yeni boyutlar kazandırdı. Küreselleşme ekonominin farklılaşmasına neden olurken televizyon bu ekonomide kullanılan temel bir pazarlama aracı niteliği kazandı²¹.

Teknolojinin akıl almaz bir şekilde gelişmiş olması toplumun, sosyal, psikolojik ve kültürel olarak değişmesine neden olmakta ve çeşitli bireysel ya da toplumsal açıdan ilerlemelerine, kalkınmalarına ve de gelişmelerine neden olduğu bilinen bir gerçektir. Fakat gelişen teknoloji ile birlikte yaşanan değişimler bireylerin yaşadıkları sorunlar gün geçtikçe daha da artmaktadır²².

Bu konuların en başında, rekabetin hızlanması sonucu pazarlama tekniklerinde ki büyük farklılaşma gelmektedir. Pazarlama teknolojisi artık zamanın kıymetini fark etmiştir. Kimsenin ufak bir zaman kaybına tahammülü kalmamıştır. Bu nedenle günümüz pazarlama sistemleri tamamen yıkılmış, yerine, mobil pazarlama adı verilen, internet vasıtasıyla ürünleriniz tanıtılabileceğiniz, forumlar düzenleyebileceğiniz, müşterileriniz takip edebileceğiniz bir pazarlama sistemi türemiştir²³.

Günümüzde çeşitli sektörler gelişmiştir. Her gelişen sektör farklı bir nüansa sahiptir. Ticaretin çok fazla gelişmesi sonucu sektörler arası ilişkilerde birbirine girmekte, hareketlilik daha da artmaktadır. Hareketlilik hız faktörünü ortaya çıkarmaktadır. İnsanların ticari ilişkileri ve yaşamlarını daha iyi düzeye çıkarma hayalleri, günlük yaşamın ve iş yaşamının sürekli yeni arayışlar içinde olması, insanların sürekli birbirlerine ekonomik yönden ihtiyaç duymaları, ulaşım ve haberleşme alanının genişlemesine neden olmuştur. Ticari hayatta daha aktif ve organize olmak isteyen insanlarla bu durum daha da artırmıştır²⁴.

Günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte telefonlarda ki kullanım kapasitesi artmaktadır. İçinde artık bir çok program bulunan telefonlar tercih edilmektedir. Akıllı telefonlar olarak nitelenen bu yenilik, insanlara hızlı hareket kabiliyeti vermektedir. Sadece cep telefonu ile artık bir çok ekonomik

²¹ Şen, a.g.e., s. 30

²² Şen, a.g.e., s. 30

²³ Kara. A.g.e.

²⁴ Kara. A.g.e.

ya da finansal işlemler yapılabilir. Fakat, akıllı telefonların bu özellikleri için bir takım uygulamalar yüklemek gerekmektedir. Cep telefonu, ahizeli telefon, telgraf, radyo, televizyonun, internet ve bilgisayarın bir araya getirilmesi sonucu pek çok işlem kişilerin buldukları yerden yapmalarını sağlamaktadır. Akıllı telefon uygulamaları sayesinde kişi gündemi hem yazılı hem sözlü hem de görsel olarak takip edebilmektedir²⁵.

2.6.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK NEDENLERİ

Fransız Devrimi ve ardından İngiltere’de Sanayi Devrimi ekonomik alanda küreselleşmenin başlangıcı olarak düşünülebilir. Bu devrimlerin savaşların artık bitmesi gerektiğini ve insanların yerleşik bir düzen içinde her imkanı sağlayarak yaşaması ile aynı doğrultudadır. Bu tarihlerden itibaren teknoloji ve insanın coğrafya keşifleri başlamış, ve bunun sonucunda, ulaştırma, haberleşme ve eğitim sektöründe yeni boyutlara ulaşılmıştır. Fakat Birinci Dünya Savaşı’nın başlaması uzunca bir süre küreselleşmeyi etkilemiştir. Ardından İkinci Dünya Savaşı ve Amerika ve Rusya gibi iki süper gücün aralarında yaşadığı soğuk savaşın etkileri 1975’li yıllara kadar sürmüştür. Bu tarihten sonra ekonomi tekrar çok yeni bir kimliğe bürünmeye başlamıştır. 1980’li yıllarda “piyasa” kavramı ortaya çıkmış, bu kavram uluslar arası ortama dökülmüş, sonra da devletler tarafından belirli ölçülerde serbestleştirilmiş, fakat günümüze baktığımızda ise çeşitli kurallar, yasalar, ve politikalar üretilerek günümüz çerçevesinde şekillenmiştir²⁶.

İletişim teknolojisinin farklılaşması habere ve onu yayınlamaya ihtiyacı olan Medyanın rekabet gücünü ve üstünlüğünü artırdı. Özellikle televizyon, telefon ve bilgisayarın bir arada kullanılarak anında haber alınması ve onun, çeşitli araçlarla düzenlenip okuyucuya, ya da izleyiciye yansıtılması için internet ağı gerekiyordu. İnternet medyaya büyük bir zenginlik kazandırmakla birlikte hızlilik, çok boyutluluk ve sınırsızlık getirdi²⁷.

²⁵ Köse, H., Ömer, 2006, Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü, Sayıştay Dergisi, Sayı:49, s. 11

²⁶ Köse, a.g.e. s.12

²⁷ Köse, a.g.e. s.12

Paranın icadı ticari sistemlerin gelişmesine ve yayılması neden olan en önemli icatlardan birisidir. Bu sistematik yaşam, bir çok ticaret sistemini doğurmuştur. İletişim teknolojisi bu sistematığı her ülkeye ve her insana yaygınlaştırarak insanların eşit yaşayabileceği bir sürece girilmiştir. Daha sonra ise, gazete, radyo, televizyon, internet ve akıllı telefon ile günümüzün en modern halini almıştır²⁸.

2.7.KÜRESELLEŞMENİN SİYASAL NEDENLERİ

Geçmiş dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmeler, başta ekonomik olgular olmak üzere, siyasal, kültürel ve toplumsal birçok değişimin nedeni olmuştur. Bu teknolojik gelişmeler dünyanın bu zamana kadar edinegeldiği geleneksel yapıların yıkılmasına sebep olmuştur. Zaman ve mekân farklılığının etkisi ortadan kalkarak, çalışma, ticaret, eğitim ve eğlence tarzları gitgide farklı bir boyutta ortaya çıkmaya başlamıştır. Yaşanan bu atmosfer bu yüzyılın bilgi çağı olarak nitelenmesini sağlamıştır. Bilgi çağı denmesinde ki amaç; iş yapma şekilleri, hız, performans, kesintisiz hizmet ve kalite gibi ekonomik değer ifade eden konulardaki değişimi anlatmak açısından önemlidir. Bunlar dünyaya yepyeni bir ekonomi getirmiştir. Bu yeni ekonomi önceki dönemlerde görülmeyen radikal değişimleri ifade etmektedir. Şüphesiz ki yeniliklerin arka planında ise internet vardır²⁹.

Yeni ekonomide, sürekli değişen şartlar, bunlara sürekli kendini uydurmak ve gerekli tepkiyi vermek önemlidir. Bu durum yeni ekonomiyle eski ekonomiyi birbirinden ayıran en önemli özelliktir. Yeni ekonomideki en önemli diğer bir fark ise bilginin ve iletişim araçlarının teknolojik farklılıkları ile sürekli kendini geliştiren bir yapıya sahip olmasıdır. Geleneksel düzendeki hiyerarşik atmosfer, yerini bilgiyi bilen ve gerektiği gibi kullanana bırakmıştır. Yeni ekonomi bilgi üretimi üzerine odaklıdır³⁰.

2.8. KÜRESELLEŞMENİN TEKNOLOJİK NEDENLERİ

İnsanlık, yakın tarihte sanayi devriminden sonraki en önemli değişimi bilgi devrimi ile yaşamaktadır. 20. yy. daki radyo ve televizyon üzerindeki

²⁸ Köse, a.g.e. s.13

²⁹ Aktan, C. Can, Şen, Hüseyin 1999, Globalleşme, Ekonomik Kriz ve Türkiye, Ankara, Tosyöv Yayınları, ss.10-35.

³⁰ Aktan, Şen, a.g.e.

gelişmeler insanları çok çarpıcı etkisiyle karşı karşıya bıraktı. Bu etkide bu yeni teknoloji insanların kültürel sembollerini gösterebiliyordu. Bu durum bu sembollerin yayılmasına ve tutulmasına da olanak sağladı. İnsanların birbiriyle iç içe yaşaması yüzünden bu yeni buluşlar çabucak destek buldular ve popüler kültürün ortaya çıkmasına ve şekillenmesine başladılar. Kitle yaşamının artması, bazı insanların boş zamanı değerlendirme olgusunu ortaya çıkartırken bazılarının ise, yaşamla mücadele ettiği bir arenaya doğru gittiği görüldü. Sosyal yaşam her kişiye göre farklı oluşuyordu. Sonuç olarak herkes kendilerini çevreleyen gerçeklerden kaçmayı, bir yerlere sığınmayı, ve kendilerini kötü hissettiren olguları çıplak gözle analiz edemediği için farklı uğraşlarla konuya ya da sosyal hayata farklı bir adapte olma beklentisi içinde girmeye çalışıyorlardı³¹.

İnternet, eğitim, ticaret, eğlence, kamusal hizmet gibi birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Bu özelliğin yanı sıra internet toplumlar arasındaki sınırları da kaldırmıştır. Artık sadece bir bilgisayarla dünyanın en uzak ucunda yaşayan insanlara, bilgilere ulaşabilmek mümkün hale gelmiştir. İnternet, hemen hemen her yaştan ve farklı yeteneklerde olan insanların neredeyse zaruri olarak kullandığı, kullanımından direk ya da dolaylı olarak etkilendiği, toplumla ilgili her alanda; haberleşme, teknoloji, ulaşım gibi birçok alanda iletişim kurulabilen bir ortamdır³².

Bu kanallardan birini kullanan herkes, kendini bir takım faaliyetlerin içinde bulmaktadır. Bu kanallar aslında, kişilere çok fazla alternatif bulan işlemlerdir. Örneğin, bir bilgisayar almak isteyen bir kişi elindeki akıllı telefonun internetinden en yakındaki akıllı telefon bayilerini ve burada fiyatları görebilir. Bu ürün bilgilerini arkadaşlarına önerebilir ya da bu ürün hakkında yorum yapabilir. Bu durum sosyal medya denen ortamda çok hızlı dolaşmaktadır³³.

Son yıllarda insanların en çok kullandıkları ve kullanımından sosyal, psikolojik, kültürel ve fiziksel olarak her anlamda çok fazla, olumlu veya olumsuz şekilde etkilendikleri teknolojik gelişmelerden biri internettir. İnternet, bilgiye veya herhangi bir kişiye saniyeler içinde sadece bir parmak hareketi

³¹ Köse, a.g.e. s.13

³² Aktan, Şen, a.g.e.

³³ Aktan, Şen, a.g.e.

ile ulaşabilmeyi sağlayan en önemli teknolojik gelişme olarak insanoğlunun hayatında çok önemli ve vazgeçilmez bir yer edinmiştir. Bu durum internetin bireylerin hayatına kolaylıkla hiç çıkmamak üzere girmesine neden olmuştur. Hatta denilebilir ki, toplumsal yaşamda bireyleri belki de geri dönüşü olmayan değişimlere sürüklemiştir. Toplumdaki birçok insan merak, heyecan gibi farklı duygularla bu teknolojiyi yoğun bir şekilde kullanmakta ve zaman zaman amaçsız, bilinçsizce farklı deneyimler de yaşamaktadırlar³⁴.

İnternetin olumsuz yanlarına rağmen en olumlu tarafının kuşkusuz bilgiyi aktarmadaki hızı tartışmasızdır. Bilginin hızlı bir şekilde görüntülenmesi, kişilerin iletişimi daha da artırmaktadır. Bu durum interneti bir zorunluluk ya da bağımlılık haline dönüştürmektedir. İnternet sayesinde diğer kitle iletişimini sağlayan araçlara da kolaylıkla ulaşabilir olunmaktadır. Ancak bu durum Türk toplumu için farklı bir olgudan yansır. Genç nüfusu fazla olan Türk toplumu için internet olumsuz açıdan yararlanılan bir araç olmaktadır³⁵.

İletişim teknolojisinin farklılaşması habere ve onu yayınlamaya ihtiyacı olan Medyanın rekabet gücünü ve üstünlüğünü artırdı. Özellikle televizyon, telefon ve bilgisayarın bir arada kullanılarak anında haber alınması ve onun, çeşitli araçlarla düzenlenip okuyucuya, ya da izleyiciye yansıtılması için internet ağı gerekiyordu. İnternet medyaya büyük bir zenginlik kazandırmakla birlikte hızlılık, çok boyutluluk ve sınırsızlık getirdi³⁶.

³⁴ Köse, a.g.e. s.14

³⁵ Köse, a.g.e. s.14

³⁶ Aktan, Şen, a.g.e.

3.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTU

Küreselleşme politikalarıyla birlikte oluşan sorunların sınırları aşması nedeni ile Ulusüstü kuruluşların varlığına gerek duyulmuştur. Ayrıca uluslararası örgütlerin güç oluşturma politikaları da önemli aktörlerden biridir. Bu işlev ulus devletleri ile diğer ulus dışı devletler arasında ilişkiler ile gerçekleşmektedir³⁷.

3.1.EKONOMİK AÇIDAN ÜLKELERİ ETKİLEYEN KURULUŞLAR

Günümüzde ülkeler birbirleri ile bir takım ekonomik anlaşmalar ile ticari faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu anlaşmalar ticari açıdan ülkelerin yaşamlarını sürdürmeleri açısından hayati önem taşıırken, bir takım kısıtlar, hukuki açıdan bir takım sorumluluklar taşımaktadır.

3.1.1.Dünya Bankası (DB)

Gelişmekte olan ülkelerde temel sorun, sermayenin yeterli olmayışı ve devamında bu ülkelerin dışarıdan borç edinmek zorunda kalmalarıdır. Bu durumda uluslar arası bir kurum olan Dünya Bankası devreye girerek bu ülkelerin ekonomik, siyasal, ve yönetsel konularında önemli bir etkileşime girmektedir. Dünya Bankası Gelişmekte Olan Ülkelere tanıdığı imkanların başında düşük faizli kredi kullanımını sağlamasıdır.

Dünya Bankasında bulunan en önemli alt kurumlar; Governörler kurulu, icra direktörler kurulu ve Başkan'dan oluşan bir kuruldur. Tüm yönetim bu çerçevede sürdürülmektedir. Dünya Bankası Başkanı Robert Zoellick, 1 Temmuz 2007'den beri görevdedir.

Dünya Bankası, Gelişmekte Olan Ülkelere üç şekilde kredi vermektedir. Bunlar proje, uyum (yapısal ve sektörel) ve diğer kredilerden oluşmaktadır. Dünya Bankası, kredileri belirli bir kamusal projeyi finanse etmeye yönelik yatırım kredileri, belirli bir sektörü iyileştirmeye ya da yapısal değişimi gerçekleştirmeye yönelik ise uyum kredileri ve her ikisinin karışımından oluşan krediye ise karma kredi olarak adlandırmaktadır³⁸.

³⁷ Köse, a.g.e. s.15

³⁸ http://www.ekodialog.com/konular/imf_2.html, 02.08.2014

Dünya bankası grubunun oluşturduğu ana alt gruplar şu şekildedir;

- Uluslararası Kalkınma Birliği (The International Development Association-IDA),
- Uluslararası Finansman Kurumu (The International Finance Corporation-IFC),
- Çok Taraflı Yatırım Garanti Ajansı (The Multilateral Investment Guarantee Agency-MIGA)
- Uluslararası Yatırım Anlaşmazlıkları Çözüm Merkezi (The International Centre for Settlement of Investment Disputes-ICSID)

Bu dört kurumun işbirliği ile hareket etmektedir. Diğer yandan Uluslararası Tarımsal Araştırma Danışma Grubu (Consultative Group of International Agricultural Research- CGIAR) da bu grubun bir üyesi olmasına rağmen kaydi olmayıp gayri resmi olarak kabul edilmektedir³⁹.

3.1.2.Uluslararası Para Fonu (IMF)

Uluslararası Para Fonu; 27 Aralık 1945 tarihinde Bretton Woods kasabesindeki konferansta, 44 ülkenin katılımıyla kurulmuştur. IMF'in temel kuruluş amacı; Uluslararası ticarete ve işbirliğinde meydana gelebilecek tehlikeli atmosferin engellenmesi, böylece, ödemeler dengesi bakımından zorlanan üye ülkeler için gereken ekonomik ve finansal destek verilerek, söz konusu ülkelerin ticaretinin aktifleştirilmesinin sağlanması olarak ifade edilebilir.

Örgüt yapısı; Governörler Kurulu, İcra ve Direktörler Kurulu, Başkanı ve IMF personellerden oluşmaktadır. Şu an IMF başkanlık görevini Dominique Strauss-Kahn yürütmektedir. Para birimi Özel Çekme Hakları (SDR) dir. Özel Çekme Hakları oy gücü ile ilişkilidir.

Kota meselesi; IMF'ye üye ülkeler arasında meydana gelen" likidite" yetersizliğine çözüm getirmek açısından oluşturulmuş bir çeşit sermayedir.

³⁹ http://www.ekodialog.com/konular/imf_2.html, 02.08.2014

Ülkeler IMF'ye kabul edilirken bir kotaya tabidirler. IMF'yi bir anonim ortaklık kabul edersek, kotası o ülkenin ortaklık payını göstermektedir. Kotayı belirleyen unsur ülkenin geçmiş 5 yıllık ekonomik performansının değerlendirilmesiyle oluşturulan ülkenin ekonomik büyüme, dış ticaret hacmi gibi ekonomik veriler dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Ayrıca kotalar oy gücüyle de alakalıdır. Ne kadar kota mevcut ise o kadar oy gücü artmaktadır. Dünya arenasın da ancak herkes kendi gücü oranında etkili olabilmektedir⁴⁰.

IMF, üye ülkelere yönelik olarak izlediği finansal politikaları dört ana grupta toplamaktadır. Bunlar rezerv dilimi politikaları, kredi dilimi politikaları, acil durum destek politikaları, borç ve borç servisi düşürme politikalarıdır⁴¹:

- Rezerv dilimi politikalarında üye ülke ödemeler dengesinde bir sorun ile karşılaşırsa IMF deki kotaların konvertibl paralarla ödenmesi kısmını koşulsuz kullanabilir.
- Acil durum destek politikaları ise (Emergency Assistance) doğal afet durumlarında ülke kotasının %25,gerekirse %50 dilime çekebilmektedir. Uygun faiz ile 5 yıl içinde ödemesi gerekmektedir.
- Borç ve borç ödeme politikaları sonrası IMF 'nin ödemeler dengesi açıkları kronikleşen, fakir ve GOÜ sağladığı fakirliği azaltma ve büyüme kolaylığıdır. "Düşük gelirli ülkeler için uygulanan PRGF imtiyazlı bir destektir. Robert Brown'a göre " Dünya toplumunun 3.Dünya için hazırlamak istediği gelişme sermayesi stokunun anahtarını elinde tutarlar". Ve bu durum onlara büyük hareket olanağı sağlamaktadır'.
- Kredi dilimi politikaları ülkelerin uzun süreli ödemeler dengesinde yaşadığı sorunları gidermek için kullanılmaktadır. Tek başlık altında toplanmıştır. Stand by düzenlenmiştir(SFD). Genişletilmiş fon kolaylığı (EFF), Ek rezerv imkanı (SRF), Kredi hattı (CCL), telafi edici finansman kolaylığı (CFF) şeklindedir. Bunlar genelde, dünya

⁴⁰ http://www.ekodialog.com/konular/imf_2.html, 02.08.2014

⁴¹ http://www.ekodialog.com/konular/imf_2.html, 02.08.2014

piyasalarında ortaya çıkan ani değişmelerin yarattığı dış ticaret açıklarında, kriz ortamlarında, yapısal sorunlarda, kaynak ödemeler dengesinde ortaya çıkan sorunları çözmeye yönelik olarak verilmektedir.

IMF'nin oy gücü- kota ilişkisinde incelendiğinde, kredi verme ve verme şekilleri aslında çok masum ve yardım sever gibi görünmektedir. Oysa “ DTÖ de Gelişmekte Olan Ülkelere kabul ettirilemeyen merkez talepleri kriz dönemlerinde kolayca bu ülkeye dayatılabilmektedir.

Son zamanlarda oy gücü kota ilişkisi kadar tartışılan diğer bir konu ise GOÜ için uygulatılan politikalar olmuştur. “Bütün fiyatların” serbest piyasada kamu müdahalesi olmaksızın belirlenmesi istenirken, döviz fiyatları konusundaki görüş değişmiştir. 1980 öncesi yaşadığı krizlerde sürekli Çevre'ye IMF daima “devalüasyon yap” çağrısını tekrarlamıştır; devalüasyon yapmayana kredi vermemektedir. Ne var ki finans kapital açısından en rizikolu olay devalüasyondur.

IMF'nin diğer bir faaliyeti de mali disiplin sağlamaya yönelik faaliyetlerdir. 1980 ve 1990 'lı yıllarda ülkelerde ortaya çıkan mali disiplin sorunu ile IMF yakından ilgilenmiştir. IMF, ülkelerle birlikte uyguladığı programlarda, şartlılık prensibine belirttiği bir takım hususlarla ülkelerde mali disiplin sağlamasına katkıda bulunmaya çalışmaktadır. Ünlü Washington Consens'un olarak bilinen yapısal uyum programında şu konular üzerinde odaklanmıştır.

Mali disiplin, harcama reformu, vergi reformu, finansal liberalizasyon, kamu reformu, ticari liberalizasyon, içsel doğrudan yatırım artırılması, KİT reformu, kamu sektörünün yeniden yapılandırılması, mülkiyet haklarının güvence altına alınması gibi konuları içermektedir. Consens'ün kararları doğrultusunda yön değiştiren IMF ve Dünya Bankası neo liberal politikaların Çevreye uygulatmaya çalışmaya başlamıştır. Bunun 1973 petrol krizinden sonraya rast gelmesi oldukça dikkat çekilmektedir.

IMF'nin kredi verme, kaynak sağlama konuları eleştirilmektedir. “IMF , Dünya Bankası ve OECD gibi uluslararası kurum ve kuruluşlarca

desteklenen küreselleşme, özelleştirme ve yerelleştirme gibi amaçları baskı sonucu reform adı altında uygulanmak istenmektedir. Bu değişikliklerin gerektirdiği finansman kaynağı bu kurum ve kuruluşların kredileri olmaktadır. IMF kredileri, kullandırma biçimi, faizler ve sonuçları tartışılarak devam etmektedir. 2009 yılında Türkiye’de gerçekleştirilen toplantıya, Türkiye ve Dünya’da şiddetli protesto gösterilerine sahne olmuştur. “Küreselleşme mumu” giderek sönmeye yüz tutmuştur.

"Kısacası tek kutupla dünyada ABD egemenliğinde küreselleşme, yerini giderek çok kutuplu dünyaya ve neo-liberal politikalarla Washington Consensus’ün reddine götürmektedir"⁴²

3.1.3.Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)

19. yılında Cenevre İsviçre’de kurulmuştur. İLO, sosyal adaletin tesisi ve uluslararası düzeyde çalışma yaşamına dair konuların düzenlenmesine ilişkin bir BM ihtisas kurumudur. Amacı; Dünya savaşlarının sona ermesi ile birlikte artan çalışma hayatında oluşan sorunlara dair çözümler sunmak ve bu çözümlerin uygulanmasını denetlemektir. İkinci Dünya savaşından sonra FİLADELFİYA bildirgesiyle birlikte ILO’nın temel amaç ve ilkeler dinamik bir yeniden oluşum ve genişleme sürecine girmiştir. Bildirge savaşı sonrası ulusal bağımsızlıkla birlikte büyümeyi öngörmüş, gelişmiş dünya ile büyük ölçüde teknik işbirliğinin başlangıç müjdesi olmuştur.

İnsana yakışır iş temasının analitik, ampirik temellerini pratikte uygulanırken ihtiyaç duyulan politika araçlarını daha geniş bir çerçevede geliştirilmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Tüm dünyadaki insanlara özgürlük, eşitlik, güvenlik ve saygınlık koşullarını yakışır iş ve gelir bulmayı hedeflemektedir.

ILO sözleşmeler ve tavsiye kararları yoluyla, çalışma hayatına ilişkin temel haklar, örgütlenme özgürlüğü, toplu pazarlık, zorla çalıştırılmanın engellenmesi, fırsat ve muamele eşitliği gibi çalışmaya ilişkin tüm konuları düzenleyici, uluslararası standartları oluşturan merkezi eğitim ve

⁴² Köse, a.g.e

rehabilitasyon, istihdam politikası, iş hukuku, endüstriyel ilişkiler, çalışma şartları yönetim geliştirilmesi, kooperatifler, sosyal güvenlik, çalışma istatistikleri, iş sağlığı ve güvenliği konularda teknik yardım sağlamaktadır .

3.1.4.Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)

2.Dünya savaşı sonrası dünya yeniden yapılanırken bir bakımdan ulus üstü güçlere ihtiyaç duyulmuştur. Burada çıkar noktası dünyayı yeniden yapılandırmak ve ekonomik ilişkileri düzenlemek olmuştur. Tıpkı IMF ve Dünya Bankası' da olduğu gibi Dünya Ticaret Örgütü; bu dönemde dünya ticaretini canlandırmak, ülkelerin gelişimini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Çünkü ülkelerin kendi ticaretleri kadar dünya da gelişmeli ki rekabet ortamı olsun düşüncesi o dönemin yaygın kabul görmüş fikirleri arasındadır⁴³.

Bu ihtiyaçlarla 1947 yılında İsviçre'nin Cenevre şehrinde 23 ülkenin katılımıyla "Gümrük Tarifeler ve Ticaret Genel Antlaşması" ortaya çıkmıştır. 1948 yılında yürürlüğe girmiş ve Dünya Ticaret Örgütü kurumsallaşmaya kadar bu işleri yürütmüştür. GATT 8 rauntluk görüşmeler ile yenilenerek, 1980'lerde yeniden güncellenmiştir. İlk yedi müzakere daha çok imalat sektörü düzenlemelerini kapsamış, sekizinci müzakere ise sanayi ve hizmet sektöründeki gelişmeleri yönlendirmiştir. Kuruluş yıllarında gelişmiş ülkeler kendi arasındaki ilişkileri düzenlemeye yönelik dünya konjonktürün de fonksiyonu göreceli olarak sili bir şekilde gelişmiştir. 'Kredi verme gibi bir gücü olmadığı için elinde IMF ve WB gibi kredi vermekten kaynaklanan gücü yoktur⁴⁴.

Bir ülkenin ulusal kalkınma plan ve programlarında her zaman iç üretime destek vermek, özel sektör yapmıyor ise devletin müdahalesi söz konusu iken bu " iç üretime desteğin azaltılması ilkesi" örgütün adeta amacını ortaya koymuş ve gelişmekte olan ülkeler de tarımın ve hayvancılığın resmen bittiğini, sektörün tamamen dışa bağımlılığını getirmiştir. Ayrıca bu anlaşma

⁴³ Şen, a.g.e.

⁴⁴ Şen, a.g.e.

ile kimin neyi, ne ölçüde üreteceği planlanmıştır. Dolayısı ile ulusların ekonomilerinin dışarıdan denetimini mümkün kılmıştır⁴⁵.

İmalat sanayi ise Merkezi' in karı düşmesiyle Çevre'ye devredilmiş durumundaydı. Çevre ise imalat sanayiye kalkındırmak için, kıt olan kaynaklarını hizmet sektöründen çekip imalata yöneltmek durumunda kalmıştır. Böyle bir dönemde DTÖ hizmet sektörüne getirdiği yenilikler hayli çarpıcı ve dikkat çekiciydi. Çevrenin boşladığı hizmet sektörü Merkezin karını artırıcı yeni bir bakir sektör olarak düşünülmüştür⁴⁶.

GOÜ ithal mamüllerini kendi yerli sanayisinin gelişmesini sağlamak amacı ile gümrük tarifesini koymak yoluna gidiyor. DTÖ gümrük tarifesini kaldırmaya çalışarak, yerli sanayinin kalkınmasını engellediği gibi uluslararası şirketlerle baş edemeyecek güçte olan küçük işletmeler bir bir kapanmaktadır. Güreşte bile oyuncuların kiloları ile eşit iken, dünya arenasında oyun bu şekilde oynanarak galibi zaten belli olmuş durumdadır.

DTÖ'nün aldığı önemli kararlardan biride fikri haklarla ilgilidir. Çevre teknolojik ürünleri taklit yoluyla üreterek, büyüüp kalkınca, (Örneğin Japonya) Merkez'in karı düşmüş, buna müdahale etmek durumunda kalmıştır. Teknolojik buluşu yapan Merkez, önce onu kullanmakta ve teknolojinin getirdiği kolaylıklarla kar marjını yükseltmektedir. Sonra bunu çevreye satarak tekrar kar etmektedir. Daha sonra bunun patentini satarak yine yeni bir kar elde edebilmektedir. Firma yeni teknoloji buluncaya kadar patent hakkını elinde tutmakta ve çevreye bu tekniği kullandırtmamaktadır. Böylece çevrenin rekabet gücü kırılmakta ve merkez tekel rantını toplamaktadır. Bunun en acı ve en sıkıntılı duruma ilaç sanayinde çevre için söz konusu olmaktadır. Sahra Altı ülkeler açlık sınırında yaşarken, patent hakkı yüzünden birçok kişi önlenebilir hastalıktan ölmekte ya da sakat kalmaktadır. Aşı ile korunulan Sıtma gibi çok basit ve ucuz tedavi edilen

⁴⁵ Şen, a.g.e.

⁴⁶ Şen, a.g.e.

hastalıklardan bile günümüzde milyonlarca insan yaşamını yitirmekte ya da sakat kalmaktadır⁴⁷.

3.1.5.Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)

DSÖ genel olarak sağlık politikaları oluşturmak, dünyada sağlık düzeyini yükseltmek amacıyla kurulmuştur.

Toplumda gelir dağılımı bozukluğunun sonucu olarak ortaya çıkan yoksulluğa doğrudan müdahalede, sosyal güvenlik sistemleri önemli ve hayati bir işlev görmektedir. Özellikle ekonomik krizlerin arttığı; işsizlik düzeyinin yüksek boyutlara ulaştığı, ücretlerin son derecede düşük olarak belirlendiği dönemlerde hızla yaygınlaşan ve artan yoksulluğun yol açtığı olumsuz gelişmelerin önlenmesi için sosyal güvenlik sistemlerinin daha da güçlendirilmesi gerekmektedir. Sosyal devletin temel görevlerinden olan, sosyal güvenliğin sağlanması, kişilere eşit hizmet sağlanarak eğitim düzeyinin artırılması, sağlık olanaklarının herkese verilebilmesi, emeklilik olanaklarının iyileştirilmesi, ihtiyaçlı olan kimselere yardım edilmesi devletlerin sosyal politikaları gereğidir. Toplumda görülen, bebek ölüm oranları, anne ölüm oranları gibi olumsuz koşulların iyileştirilmesi için DSÖ'nün ülkelere koyduğu standartlar çok önemlidir.

DSÖ'nün üç organı vardır. Dünya Sağlık Örgütü Asamblesi (Genel Kurul) Yönetim Kurulu, Sekreteryası (Genel Merkez, Bölge Ofisleri, Ülke temsilcilikleri) Genel kurul örgütün politikalarını belirlemek, üye seçimi, denetleme ve bütçe hazırlama gibi işlevleri vardır. Yönetim kurulu alınan kararları uygulamak, çeşitli konferanslar düzenlemek gibi görevleri yerine getirmektedir. Sekreterya ise örgütün politikaları çerçevesinde temsilcilik kurulan bölge ülkelerde faaliyetler yürütmekle görevlidir⁴⁸.

3.2.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTLARI

Küreselleşme bir çok boyutu ile insanı ve insan yaşamını etkilerken en ciddi boyutu ekonomik yönüdür. Teknoloji ve iletişim tekniklerinin artması,

⁴⁷ Şen, a.g.e.

⁴⁸ Şen, a.g.e.

ekonomik boyutun giderek güçlenmesine fakat diğer yandan da dünyayı çok ani krizlere, değişikliklere ve çeşitli sıkıntılara sokmaktadır. Ekonomik anlamda, ticari serbestleşme, sermayenin serbestleşmesi, uluslararası sermaye serbestliği, ekonomik krizler olarak ana gruplara ayrılmaktadır⁴⁹.

3.2.1.Ticari Liberalleşme

Liberalizasyonun geniş bir paradigma olduğu için farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Tıpkı küreselleşme olgusu gibi çok boyutlu olması kavramı tanımını karmaşıktır. İktisadi, siyasi ve yönetsel boyutlarıyla birlikte, temelde liberalizasyon; “siyasal, yönetsel, mekanizmalar, ticaret piyasaları ve finansal piyasalar üzerindeki kontrolleri kaldırılmış ve sonrasında uluslararasılaştırmasını amaçlamaktadır.

Liberalizasyon; küreselleşme süreciyle birlikte yeniden hız kazanmış, dünya ekonomisi, ticari, finansal yönden bir prime bağlanmış ve piyasacı efsanenin gelişmesinin başat rolü oynayarak, ulus devletler üzerinde güç odakları yaratılmasını sağlamıştır.

Bilindiği gibi ulus devletler; ithalat ihracat rejimlerini gümrük tarifeler, kotalar koymak suretiyle kontrol etmektedirler. Ticari liberalizasyon ise bu kontrolleri ortadan kaldırmayı ve ticareti dünya piyasalarına açmayı öngörmektedir⁵⁰.

Ticari liberalizasyon her ne kadar küreselleşme ile birlikte anılsa da tarihi oldukça eskidir. Merkantilizm; David Home, Adam Smith, Ricardo (Karşılaştırmalı Kurumu) kadar bir çok iktisatçılar “ serbest ticaret her zaman iyidir” anlayışına karşılık, başta Marksizm yazarlar olmak üzere çeşitli kesimlerce “ serbest ticaretin gelişmiş ülkelerin, az gelişmiş ülkeler üzerindeki emperyalizm amacı olduğu” öne süren alternatif bir literatürde gelişmiştir. Dünya savaşları öncesi ticari liberalizasyon oldukça gündeme bir konu

⁴⁹ Kurtoğlu, Ramazan, 2013, Küresel Para Savaşları ve Davranış Ekonomisi Nörofinans, Orion Kitabevi, İstanbul Kurtoğlu, Ramazan, 2011, Küresel Ekonomik Kriz ve Yeni Dünya Düzeni, Sinemis Yayınları, İstanbul

⁵⁰ Kurtoğlu, Ramazan, 2011, Küresel Ekonomik Kriz ve Yeni Dünya Düzeni, Sinemis Yayınları, İstanbul

olmuştur. Savaşlar, 1929 bunalımlı ülkeleri kendi içlerine kapatmış, miktar kıstak, ithalata tarife koymak ve gümrük vergileri gibi yöntemlerle dış ticaret açıklarını kapatmak, cari denge sorunlarını çözmeye çalışmışlardır. Dünyada birçok ülkenin bu şekilde içe kapanması (domino taşı etkisiyle) krizi aşmak isteyen ülkeleri farklı arayışlara itmiştir. “ Bir ya da bir kaç ülkenin bu şekilde ithalat kıstasına gitmesi durumunda ise diğer ülkelerde benzeri uygulamalar zincirlemesi olarak yürürlüğe sokulmasına yol açarak dünya ticaret hacminin daralmasına neden olduğu, uluslararası refahın düştüğü ileri sürülmüştür.”. Bu noktada IMF, WB ve GATT ortaya çıkarılmış ve dünya ticaretinin şekli değiştirilmiştir. Bu kuruluşlar kriz döneminde ülkelere destek sağlayarak dünya ticaretinde daralma oluşmayacak ve ulusların refahı gerilemeyecektir⁵¹.

70’li yıllardaki gelişmeler; Benetton Woods para sisteminin çökmesi, ekonomik krizler, petrol fiyatlarının yükselmesi sonucu ülkelerin ödemeler dengesinde yaşadığı sorunlarla ithal ikameci dönemi bitirmiş yerine, ihracata dayalı modeli getirmiştir. “ Ülkelerin dış denge sorunu ancak ticaretin liberalizasyonu, dolayısıyla ortaya çıkacak ihracat artışı ile mümkündür. Ayrıca ihracat sayesinde ülkelerdeki işgücünün teknik düzeyi ve istihdam artar. ekonomik bağımsızlık sağlanmış olur⁵².

Bu çerçevede doğrultusunda GATT’nin yetersiz kaldığı ve genişletilmesi gerekmiştir. Uruguay müzakerelerinin sonunda DTÖ kurulmuş, uluslararası mal ve hizmetler olarak kapsam genişletilmiş ve dünya ticareti liberazisyon sürecine girilmiştir. Daha önce bahsettiğimiz gibi DTÖ’nün amacı “üye ülkelerin ticaret ve ekonomi alanındaki ilişkilerini geliştirmek, hayat standartlarını yükseltmek, tam istihdam sağlamak reel gelir ile gerçek hacmindeki istikrarlı artışı sağlamak, mal ve hizmet üretimini ve ticaretini sağlamaktır”. Bunu yapabilmek içinde üye ülkelerin karşılıklı olarak uluslararası ticaretin önündeki tüm engelleri kaldırılması gerekmektedir. Bunun içinde daha önce bahsettiğimiz “en çok kayırlan ülke ve milli muamele” ilkesi geliştirilmiştir.” Sonuç olarak ticaretteki bütün engeller ve

⁵¹ Kurtoğlu, 2013, a.g.e

⁵² Kurtoğlu, 2011, a.g.e.

ayrımcılığın kaldırılması ile uluslararası ticaret liberalizasyonu sağlanacak ve böylece bütün ülkelerin yararına olarak ticaret hacmi de artmış olacaktır.

Ancak uygulamada durum farklıdır” UNCTAC raporlarında dünya literatüründe büyüme ve dışa açılma ilişkisini inceleyen temel çalışmalar değerlendirildiğinde, IMF programları çerçevesinde empoze edilen serbest, ticaret ile büyüme arasında özellikle düşük gelirli ülkelerde pozitif bir kolerasyon olmadığı sonucuna varılmıştır.”.

GOÜ ithal ettiği ürünle genelde, emek yoğun mamul yada yarı mamul, hammadde olduğundan ticari liberasyon sömürölmekten öteye götürmemiştir. “ Yüzyıllardan süre geldiği gibi, ucuz ürünleriyle gelişmiş sanayileri desteklemeye devam ettiler.” Söylemi bu noktada haksız sayılmamaktadır.

Ticari liberasyon en çok ÇUŞ’ların işine yaramış görünmektedir. Bilindiği gibi dünya ticaretinin %70 e oranını gelişmiş ülkelere ait (ABD olmak üzere) ÇUŞ’lar gerçekleştirmektedir. Yeni bin yılda dünya üretimine ve ticaretine hakim olan ÇUŞ’lar faaliyet gösterdikleri ülkelerin uzun vadeli kalkınma amaçlarını dikkate almamakta ve küreselleşme sürecinin imkanlarını kendi çıkarları için kullanmaktadır. Devaülasyon ve özelleştirme uygulamaları ile kamuya ait sanayi tasfiyesini hızlandırmakta, ithalata açılan iç pazarda GOÜ sanayileri karşısında ithal mallara olan talep artmaktadır.

3.2.2.Sermayenin Liberalleşmesi

Dünya konjonktüründe 70’lerde yaşanan siyasi,ekonomik ve sosyal alanlardaki gelişmeler, dünyayı bir dar boğaza sürüklemiş, bu darboğazdan çıkmak için ülkeler yeni arayışlar, yeni yollar aramaya başlamıştır⁵³.

Finansal liberalizasyon kavramı; Stanford okulunun tanımı ile ortaya atılmıştır. “Teoriye göre finansal liberasyon ile tasarruftan dünya ölçeğinde dağılımı düzenleyeceğini ve faiz oranlarını ülkeler arasında eşitleyeceği varsayılmıştır”. Finansal baskının kalkmasının ve finansal derinleşmenin sağlanmasının etkin kaynak dağılımını sağlayacağını ve ekonomik gelişmeyi hızlandıracağını iddia eder”

⁵³ Kurtoğlu, 2011, a.g.e.

Gelişmiş ülkelerin uluslararası finansal faaliyetleri ülkeye çekmek için bankacılık üzerindeki denetimleri azaltılması, her türlü para girişinin önündeki engelleri kaldırması, kısaca ekonomilerin uluslarının sermaye akımlarına açılması demektir⁵⁴.

Ulus devletler tıpkı ticarete olduğu gibi sermayede giriş çıkışı kontrol etmektedir. Ancak finansal liberalizasyon ile bu denetimi kaldırılır ve yabancı sermaye istediği giriş çıkışı yapabilmektedir.

Finansal serbestleşme ile “Kredi kontrollerinin kaldırılması faiz oranlarının devaülasyonun, bankacılık sektörüne veya daha geniş olarak finansal hizmetler endüstrisine giriş serbestisi banka otonomisi, uluslararası sermaye akımlarının liberalizasyonu gibi bir takım süreçten oluşmaktadır. Bu sürecin sonucunda yabancı kuruluşların ulusal finansal sisteme girişlerindeki engellemelerin azaltılması, yerleşiklerin yabancı piyasaya girmelerine izin verilmesi ve finansal kazanımlar üzerindeki vergilerin azaltılması gibi unsurlarda içermektedir.

Ancak başta bu şekilde ifade edilen sermaye serbestleşmesi uygulamada böyle olmamıştır. Ükelere finansal serbesleşme ile kolayca girebilen finans kapitali; “ Kısa dönemli kar sağlamak amacıyla iktisadi, siyasi ve sosyal bir tehlike ile karşılaşırca, hemen buldukları piyasaları terk ederek kendine daha uygun şartlardaki ulusal piyasalara yönelirler. Bu durumdan yabancı sermaye çıkışı yaşayan ülkeler açısından istikrarsızlığa kimi durumda krizler yaşanmasına sebep olmuştur. Serbest piyasalar aynı zamanda demokratik hükümetle bağdaşmayacak düzeyde gelir eşitsizliği yaratmaktadır⁵⁵.

3.2.3. Uluslararası Sermaye Hareketleri

Küreselleşmenin tanımında yola çıktığımızda oldukça geniş kapsamı olan bir olgu olduğunu söylemiştik. Ancak akademik çevrenin üzerinde

⁵⁴ Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

⁵⁵ Kurtoğlu, Ramazan, 2014, Küresel Hegemonya Savaşları İklim, Su ve Gıda, Karma Yayınları, İstanbul

oldukça durduğu ve çoğu zaman eleştirilere konu alan kısmı “sermayenin küreselleşmesi” olmuştur. Bu kadar tartışılmasının sebepleri arasında toplumsal sonuçları kadar ideolojik yapısı ve sömürünün modern hali olmasıdır. Dünya ne zaman altın çağını yaşamaya başlasa “ sermaye serbestliği gündeme gelmiş, tam tersi ne zaman büyük bunalım, depresyon dönemine giderse daha korumacı politika, ulus devlet, sosyal politikalar önem kazanmıştır. İlginçtir “finans kapital” diye anılan akışkan fonların sermaye piyasalarına serbestçe girip çıkarken ve sermayenin, her biçimiyle içeri ve dışarıda serbest hareketi 2. Dünya savaşından sonra hemen gelmedi; ancak 1970’li yıllarda kar hadleri düşmeye başladığı zaman ortaya çıktı⁵⁶.

Ne zaman kriz, üretim fazlası gündeme geldiyse o zaman söz konusu olmuştur. 70’li yıllardaki dünya konjonktüründeki makro göstergeler Keynezyen politikaların bittiğinin adeta bir söylemiş ve sermaye piyasasına geçiş zemin hazırlamıştır. Ayrıca aynı dönemde ABD’nin artan dış borçları ve sermaye stoğunun azalması bu dönemin başlangıcına rastlamıştır. “Tam bu sırada petrol stoklarının ardından ABD’ye akan petro dolarlar, ABD’nin sermaye sorununu çözmesinde büyük rol oynamıştır. ABD’nin petro dolarlara uyguladığı yüksek faizin, diğer gelişmiş ülkelerden ABD’ye akan petro dolar ABD sermaye sorununu çözümede büyük rol oynamıştır”. Amacı sermaye stoğunun büyümesi olduğundan, başta ABD olmak üzere tüm gelişmiş ülkeler, sermaye hareketlerinin serbestleşmesinden ancak kar sağlayan kesim olmuştur”.

Sermayenin hareketlerinin en önemli iki şekli dolayısıyla yatırımlar ve mali fonlar olmuştur. Faiz arbitrajı, spekülatif para hareketleri ve kara para gibi bir çok şekilleri de mevcuttur. Dolaysız yatırımlar reel ekonomiye, yani tarım, sanayi ve hizmet sektörüne yapılan dış (yabancı) yatırımları içermektedir. Bu yatırım direkt sermaye şeklinde olabildiği gibi teknoloji ve bilgi ihracı da olabilmektedir. Yabancı yatırım ile fonları ayıran en önemli özellik, yabancı yatırımın, “yatırımı yapan yabancı sermaye idari kontrole sahiptir”. Ancak fonlar “herhangi bir kontrol veya idari katılım olmaksızın,

⁵⁶ Kurtoğlu, 2014, a.g.e.

getirileri nedeniyle yabancı kurumlar çıkarttıkları kıymetli kağıtlara sahip olması söz konusu olmaktadır”.

Çoğunlukla ÇUŞ’lar tarafından gerçekleştirilen yabancı yatırımların dağılımı da oldukça ilginçtir. Gelişmiş ülkelerin payı yabancı yatırımlarda oldukça fazla iken GOÜ oldukça azdır. “ 1990 ortalarında dünyadaki toptan Y.Y %85 ABD, AB ve Japonya üçgeni arasında olmuştur”.

Diğer çarpıcı bir gelişme ise ÇUŞ’ların bu yatırımları yaparken seçtikleri ülkeler ve be seçim esnasında göz önünde bulundurduğu kriterler olmuştur. İktisadi, sosyal ve siyasi istikrar, ticari, finansal liberalizasyon ve bu bağlamda yasal düzenlemeler, piyasa işleyişi, özelleştirme, vergi politikaları gibi birçok siyasi, iktisadi ve düzenlemeleri göz önünde bulundurulmaktadır⁵⁷.

Alt yapı, çevre sorunları ve ucuz emek gücü aynı zamanda tercih için oldukça etkindir. Ayrıca ÇUŞ’lara bu koşulları IMF’nin yapısal uyum reformları ile rahatlıkla hazırlanmaktadır. “Yapısal uyum GOÜ yabancı sermaye engelleri kaldırmaya ve ihracata yönelik üretime zorlamaktadır. Günümüzde ÇUŞ’lar çoğunlukla imalat ve hizmet sektöründe ve perakende satış (kar marjı, yüksek alanlar) yoğunlaşmaktadır. Özelleştirme uygulamaları kapsamında kamu işletmeleri, değerinin çok altında ÇUŞ’lara satılmaktadır. “Özelleştirme politikaları ve tekelleri ortadan kaldırma iddiasıyla uygulama deregülasyon tam tersi tekellerin önündeki engelleri kaldırmıştır.

Sonuç itibariyle hepsi girdikleri ülkeden getiriden çok götürü ye sebep olmakta, krizler ve ekonomik istikrarsızlığı tetiklemektedir. “Mali sermaye serbestliği, sermaye sahiplerine kar olanakları yaratır, YP ülkeler bu on yıllık süresi kalkınma değil, duraklama yılları oldu”.

3.2.4.Ekonomik Krizler

Krizlerin bir çok sebepleri olmakla birlikte bu sebeplerin değişkenlikleri ülkeden ülkeye göre çok büyük farklılıklar arz etmektedir.

⁵⁷ Kurtoğlu, 2011, a.g.e.

21. yüzyılda tüm dünya ülkelerinin ekonomik yaşantısı sonucu, rekabet hızlanmıştır. Küreselleşme nedeniyle tüm dünya ülkelere sanki bir pazardan alış veriş yapıyor hale gelmiştir. Bu durum dünyanın hiç sıra dışı bir yaşantısı olduğunu göstermemektedir. Bu sürecin en çarpıcı yanlarından birisi de hiç kuşkusuz kültür kavramının farklılaşması geleneksel yaşamın kaybolmasıdır. Küreselleşme, insanların hayatlarına yeni olgular, keşifler ve yenilikler sokmaktadır. İletişimin henüz fark edilmediği dönemlerde dünyanın uzak bir köşesinde oluşan bir kriz ya da herhangi bir ekonomik olumsuzluk diğer köşesinde yaşayan kişileri çok fazla etkilemezken, günümüzde herhangi basit bir coğrafya da yaşanan en küçük bir olumsuzluk, çok kısa bir zamanda dünyanın bir çok yerine yayılabilmekte, yabancı sermayenin ülkeleri terk etmesine ve ülkelerde derin kriz ortamlarının doğmasına neden olmaktadır.

Küreselleşme dünyayı küçültmüş, devletlerin egemen yapıları tehdit altına girmiş, tekdüze bir tüketim kültürünün kalktığı, yerel ve ulusal kültürlerin zayıflayarak, zenginlerin daha zengin yoksulların daha yoksul bir hale geldiği görülmektedir. Bu süreç insanların tüketim ihtiyacı nedeniyle ortaya çıkmıştır. Bu tüketimin işletmelerce stratejik olarak yönlendirilmesi çabaları ile yeni şeklini almıştır.

Her ne kadar erken uyarı sistemleri geliştirilmiş olsa da ülkemizin de içinde bulunduğu birçok gelişmekte olan ülkelerde bu krizlerin olumsuz etkileri; hem ülkelerin finans sektörlerinde hem de ekonomik ve sosyal durumlarında köklü değişiklikler yaşanmasına engel olamamıştır.

1980'lerden itibaren pek çok gelişmekte olan ülke neoliberal politikalar tercih etmesi sebebiyle üretim faktörleri ve sermayenin dolaşımını rahatlatmak amacıyla küresel bazı adımlar atmışlardır. Bu adımlar küresel sermayeden daha çok pay almak, ekonomilerinin kalkınmasını hızlandırmak, ekonomik büyüme ve ekonomik istikrarı sağlamak amacı taşıyordu. Ancak ekonomi politikalarıyla ülkeler tam tersine ekonomilerini istedikleri şekilde yönlendirememiş ve politikalar uygulanan ülkelerde ciddi ekonomik krizlere

neden olmuştur. Bu olumsuz sonuçlar ekonomistlerin ekonomik krizler üzerine odaklanmasına neden olmuştur⁵⁸.

1989'da Doğu Bloku, 1991'de SSCB'nin parçalanması ortaya küresel bir özgürlük akımı çıkarmıştır. Bu süreç teknolojinin patlamasına ve dünyanın her yerine ılımlı politikalar getirmiştir. Artık kimse savaş istemiyor, insani ilişkiler ve diyaloglar için iletişim sınırları zorlanıyordu. Bu durum küreselleşme olgusunu ortaya çıkardı. İletişim bir bakıma ekonomi ve finans demektir. Çünkü dünyanın batısındaki bir insanın dünyayı doğusundaki bir insanla iletişim kurması gerek kültür gerekse kültürün peşinden ekonomiyi de etkileşimli olarak birbirine taşıyordu. İlk bakışta bu serbesti, insanların her bakımdan gelişmeleri için son derece faydalıydı. Hatta o dönemler dünyayı saran pop fırtınası ve Amerikan yapımı özgürlük havası estiren filmler tüm dünyada büyük bir çığır açmakta ve dikkatle takip edilmekteydi.

Ulusal ekonomilerin dünya piyasalarına eklenmesi ve iktisadi karar süreçlerinin giderek dünya piyasalarının dinamikleriyle belirlenmesi olarak tanımlanan küreselleşme olgusu, 1990'lı yıllarda, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda kendisini belirgin bir biçimde hissettirmeye başlamıştı. Küreselleşmenin ekonomi alanında kendisini gösteren ilk etkisi, mal ticaretine kıyasla finansal akımlarda gözlemlenen yoğunluktu. Ülkeler arasındaki ekonomik ilişkiler ve sermaye hareketleri artmıştı. Söz konusu süreç, birikim ve bölüşüm ilişkilerinde köklü bir dönüşüme yol açmıştı. Birikim açısından değerlendirildiğinde, dünya finansal piyasalarında ulaşılan işlem hacmi, sanayiye dayalı üretim ve birikim olanaklarına zarar vermişti. Diğer yandan bölüşüm açısından bir değerlendirme yapıldığında, küresel ölçekte güçlü olan rantiyeye kesiminin çıkarları doğrultusunda hizmet eden spekülasyon ortamının belirleyici olduğu gözlemlenmişti⁵⁹.

1990'lı yıllarda başta ABD olmak üzere gelişmiş olan ülkelerde yoğunlaşan sermayenin karlılığının azalmaya başlaması sonucu, sermaye, karlılığını artıracak yeni mekânlar seçmeye başladı. Tercih, "yükselen piyasalar" olarak tanımladığı üçüncü dünya ülkeleri oldu. Sermaye, kısmen bakir olan bu pazarlara doğrudan yatırım ve spekülatif yatırım olmak üzere iki

⁵⁸ Kurtoğlu, 2011, a.g.e.

⁵⁹ Kurtoğlu, 2014, a.g.e.

kanaldan girmişti. Faaliyette bulunduğu ülkelerin hukuki, siyasi ve ekonomik yapılarını kendi riskini minimize, karlılığını ise maksimize edecek şekilde dönüştürmeye başladı. Bunu, kredi kullandırma karşılığında birtakım ekonomik ve siyasi uygulamaları şart kosan IMF ve DB gibi kuruluşlar aracılığıyla gerçekleştirmişti. Sermayenin karlılığını garanti altına almak amacıyla, ülkelere kredi kullandırma karşılığında, ülkelere IMF tarafından hazırlanan “yapısal uyum” programlarını uygulamaları istenmişti. Sermayenin riskini düşürmek için, ülkeleri risk gruplarına göre derecelendiren rating kuruluşları faaliyet göstermeye başlamıştı. Paraların konvertibilite tanımı, ticarete serbestleşme yanında her türlü sermaye hareketinde serbestleşmeyi içerecek şekilde değiştirildi. Yükselen Pazar ülkelerinin de yeni tanımla konvertibiliteye geçmesi sağlandı. Tüm bu uygulamalar, devletin, dolayısıyla ekonomik ve siyasi otoritelerin bağımsız karar alma ve uygulama mekanizmalarını işlevsiz kılmaktaydı.

Genel olarak söz konusu yeni dönemde küresel kuruluşların temel amaçları artık daha küresel hale gelen dünyada yer alan ekonomilerin finans piyasalarında dengesizliğe neden olabilecek sorunlarını çözmeye yönelik politikalar oluşturulması, bütün dünyada uluslararası mal, sermaye ve para akımlarının önündeki engellerin kaldırılması ve öncelikle kapitalist ekonomiye entegre olmaya çalışan eski Doğu Bloku ülkelerinin dünya ekonomisine uyum sürecinin hızlandırılması olmuştur.

Mali yatırımlar 1960’ların ikinci yarısından itibaren katlanarak arttı. 2000’li yılların başında sadece döviz piyasalarında iki milyon dolarlık günlük işlem hacmi yaratmaları, buldukları aşamayı gözler önüne sermektedir. Ayrıca, teknoloji, para akımlarının çok hızlı hareket edebilmelerine olanak sağlamaktadır. Ülke ekonomilerine, sınır tanımaksızın, yüksek tutarlı ve oldukça hızlı giriş çıkış yapan para akımları söz konusu ülkelerin ekonomilerinde kırılmalığa yol açmaktadır. Bu durum para girişleriyle ekonomik göstergelerde geçici iyileşme gözlemlenmekte, ekonomi yapay olarak şişmektedir. Söz konusu süreç finansal dengeleri bozmakta bunu izleyen para akımı çıkışları ülke ekonomilerini derinden sarsan krizlere neden olmaktadır. Spekülatif amaçlı para akımlarının yol açtığı bu tür krizler “finansal kriz” olarak tanımlanmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler iç tasarruftaki yetersizlik nedeniyle ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanması ve kamu kesimi finansman gereksiniminin karşılanması için ihtiyaç duydukları kaynaklara iç tasarruflardan ziyade piyasalardan borçlanarak ve yabancı sermayeyi teşvik ederek ulaşmaktadırlar. Borçlanma yoluyla temin edilen kaynaklar ithalata yönelik tüketim harcamalarına yönlendirilerek içeride gelir artırıcı alanlara kaydırılmayarak asıl elde ediliş amaçlarından saptırılmıştır. Borçları karşılamaya yönelik olarak ihracatın arttırılamaması ve gelirlerin yetersiz düzeyde olması nedeniyle zamanı gelen borçların ödenememesi ve bu sebeple ülke ekonomisine duyulan güvenin azalması ülkelerin daha yüksek faizle borçlanması sonucunu doğurmuştur. Ülkelerin borçlarını ödeyemeyeceği yönündeki bekleyişler yabancıların yatırımlarını ülkeden çekmelerine ve bu da zaten yetersiz olan tasarruflar sebebiyle gerçekleştirilemeyen önemli yatırımların yapılamamasına yol açar. Yatırımların düşmesi, işten çıkarmalar, yeni işe alımların yapılmaması ve sosyal harcamalarda meydana gelen azalma nedeniyle yoksul halkın daha da yoksullaşmasına neden olmuştur⁶⁰.

Ülkeler arasındaki faiz farkları da fiyat farkları gibi yatırımcı ve spekülörlere arbitraj olanağı sunmaktadır. Bu nedenle faiz farkları, ülkelerarası para transferlerinin kaynaklarından biridir. Ülkeler arasındaki para transferi ise, bir ülkede döviz arz ve talebini etkileyerek, döviz kurlarının etkilenmesine neden olur.

Ekonomik ve toplumsal hayat üzerindeki yıkıcı etkileri tartışılmaz olan krizlerin önceden tespit edilebilmesi ve zamanında gerekli önlemlerin alınabilmesi büyük önem arz etmektedir. Krizlerin tam olarak ne zaman gerçekleşeceğini tahmin etmek mümkün olmasa da 1990 sonrası ülkelerin kriz risklerini ve kırılma derecelerini belirlemek gibi çeşitli politikalar ve stratejiler ürettikleri görülmeye başlanmıştır.

Krizler, dünyanın son zamanlarda çok yoğun yaşadığı ve ekonominin üzerinde çok fazla durduğu alan haline gelmiştir. Devletlerin çaresiz kaldığı hatta birbirlerinden yardım alacak durumlara düştükleri görülmektedir. Araştırmamızın konusu da günümüzde özellikle işletmeleri ve devletleri çok

⁶⁰ Kurtoğlu, 2014, a.g.e.

yakından ilgilendiren özellikle Türkiye olarak 1994 ve 2001 krizleri ile halka çok zarar veren krizleri araştırdık. Günümüzde artık şletmeler ve devletler kriz gerçeği ile başbařadır⁶¹.

Finansal krizlerin ortaya çıkış sebepleri farklıdır ve farklı göstergelerle ilişkilendirilebilir. Finansal krizlerin sebeplerinden önemlileri dış borçlanmanın akılcı yapılamaması, uluslararası kuruluşlarca belirlenen standartların çok yüksek ya da çok düşük olması, gelişmekte olan ülkelerin, yurt içi tasarruflarının ve gelirlerinin yetersiz olması, büyümelerini sürdürmek için gerçekleştirilmek zorunda oldukları büyük altyapı yatırımları ile risk almak zorunda kaldıkları en önemlileridir⁶².

Finansal krizler başta bankacılık ve para krizi şeklinde bir ayırım göstermiştir. Bu ayrımları takiben reel sektör ve işsizlik ile paralel olarak hane halkına kadar söz konusu krizlerin etkileri büyük olmuştur. İktisatçılar krizlerin önüne geçmek ve olumsuz etkilerinden en az kayıpla kurtulabilmek için çeşitli erken uyarı sistemleri ortaya çıkarmışlardır. Her ne kadar erken uyarı sistemleri geliştirilmiş olsa da ülkemizin de içinde bulunduğu birçok gelişmekte olan ülkelerde bu krizlerin olumsuz etkileri; hem ülkelerin finans sektörlerinde hem de ekonomik ve sosyal durumlarında köklü değişiklikler yaşanmasına engel olamamıştır.

Türkiye ekonomisi 1990 yılından sonra başlayan ekonomik krizle sarsılmaya başlamıştır. 1990 yılı sonrası küreselleşme ve teknolojinin artması Türkiye'nin dışa açık bir politika izlemesine neden olmuştur. 1989 yılında, 32 sayılı kararla Türk lirasının konvertibl olduğu ilan edilmiş ve döviz ithal ve ihracatı tamamen serbest bırakılma kararı verilmiştir. Türkiye bu tarihten itibaren "sıcak para" denilen kısa vadeli yabancı fonların etkisine kapılmıştır. Ekonomik ve toplumsal hayat üzerindeki yıkıcı etkileri tartışılmaz olan krizlerin önceden tespit edilebilmesi ve zamanında gerekli önlemlerin alınabilmesi büyük önem arz etmektedir. Krizlerin tam olarak ne zaman gerçekleşeceğini tahmin etmek mümkün olmasa da 1990 sonrası ülkelerin kriz risklerini ve kırılğanlık derecelerini belirlemek gibi çeşitli politikalar ve stratejiler ürettikleri görülmeye başlanmıştır.

⁶¹ Kurtoğlu, 2011, a.g.e.

⁶² Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

3.3.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK AÇIDAN TEKNOLOJİYE ETKİSİ

1980 sonrasında tüm dünyada yaşanan liberalleşmenin etkisi ile birlikte, küreselleşme süreci hızla dünyada yayılmaya başlamış bunun sonucunda ekonomiler stratejileri değiştirmek zorunda kalmışlardır. Bu süreç ile birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi artırmış, bu nedenle de uluslararası sermaye hareketlerinin hacminde önemli artışlar meydana getirmiştir⁶³.

3.3.1.Teknolojik Değişim ve Yenilikler

1989'da Doğu Bloku, 1991'de SSCB'nin parçalanması ortaya küresel bir özgürlük akımı çıkarmıştır. Bu süreç teknolojinin patlamasına ve dünyanın her yerine ılımlı politikalar getirmiştir. Artık kimse savaş istemiyor, insani ilişkiler ve diyaloglar için iletişim sınırları zorlanıyordu. Bu durum küreselleşme olgusunu ortaya çıkardı. İletişim bir bakıma ekonomi ve finans demektir. Çünkü dünyanın batısındaki bir insanın dünyayı doğusundaki bir insanla iletişim kurması gerek kültür gerekse kültürün peşinden ekonomiyi de etkileşimli olarak birbirine taşıyordu. İlk bakışta bu serbesti, insanların her bakımdan gelişmeleri için son derece faydalıydı. Hatta o dönemler dünyayı saran pop fırtınası ve Amerikan yapımı özgürlük havası estiren filmler tüm dünyada büyük bir çığır açmakta ve dikkatle takip edilmekteydi.

Teknolojik ilerlemeler ve ticarete serbestleşme anlaşmaları, sermayenin mobilizasyonunu artırmış ve "uluslararası sermaye" olarak ifade edilen bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu süreçten itibaren sermayenin bir anavatını olduğundan söz etmek güçtür. Sermaye artık karlılığını - spekülasyon ya da doğrudan yatırım aracılığıyla - en çoklaştırabileceği alanlarda faaliyet göstermektedir. Ülke ekonomileri açısından sermayenin en tehlikeli türü, yaygın kabulle "sıcak para" olarak adlandırılan kısa vadeli spekülasyon sermayesidir. Ülke ekonomisine döviz olarak giriş yapıp yerli para cinsinden borçlanma araçlarına dönüşen sıcak para, beklentilerine ilişkin en ufak bir olumsuz gelişmede tekrar döviz dönerken ülkeyi hızla terk edebilmektedir.

⁶³ Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

Girişi kadar çıkışı da hızlı ve yakıcı olan sıcak para adını bu özelliğinden almaktadır⁶⁴.

Teknolojik ilerlemeler ve ticarete serbestleşme anlaşmaları, sermayenin mobilizasyonunu artırmış ve “uluslararası sermaye” olarak ifade edilen bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu süreçten itibaren sermayenin bir anavatani olduğundan söz etmek güçtür. Sermaye artık karlılığını - spekülâtif ya da doğrudan yatırım aracılığıyla - en çoklaştırabileceği alanlarda faaliyet göstermektedir. Ülke ekonomileri açısından sermayenin en tehlikeli türü, yaygın kabulle “sıcak para” olarak adlandırılan kısa vadeli spekülâtif sermayedir. Ülke ekonomisine döviz olarak giriş yapıp yerli para cinsinden borçlanma araçlarına dönüşen sıcak para, beklentilerine ilişkin en ufak bir olumsuz gelişmede tekrar döviz dönerék ülkeyi hızla terk edebilmektedir. Girişi kadar çıkışı da hızlı ve yakıcı olan sıcak para adını bu özelliğinden almaktadır⁶⁵.

3.3.2.Yeni Buluşlar ve İcatlar

Yaşanan küresel ekonomi, konumlandırma kavramına her geçen gün önem kazandırmaktadır. Şiddetli rekabetin yaşandığı günümüz pazarında firmalar tüketiciler tarafından fark edilebilmek için ürün ve hizmetlerini farklılaştırmaya çalışmakta, böylece ürün, fiyat, dağıtım ve pazarlama iletişimi unsurları gibi değişkenler rakiplerden farklı bir şekilde sunulmaktadır. Günümüz tüketicilerinin ürün tercihlerindeki eğilimlerini belirleyen unsurlar olan eğitim ve gelir seviyesinin yüksekliği, tüketicileri hikâyesi olan ürünleri talep etmeye yöneltmiştir. Pazarlama iletişiminin çeşitli unsurları aracılığıyla firmalar markalarının konumlarını ve vaatlerini hedef tüketici kitlelerine iletebilmektedir. Firmalardan bazıları pazarlama iletişiminin tüm unsurlarını kullanırken bazıları yalnızca birkaç tanesini tercih etmektedir. İlişkisel pazarlama iletişimi firmanın iletişim çabalarında yer alan tüm tarafların hedef tüketici grubuna tek sesle, tek mesajla ve tutarlı bir imajla hitap etmek için koordineli bir şekilde hareket etmelerini öngörmektedir.

⁶⁴ Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

⁶⁵ Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

Teknolojide ve iletişimde yaşanan baş döndürücü gelişmeler nedeniyle, tüketiciler daha bilinçli ve seçici olmuştur. Geçmişte tek pazarlama karması ile bütün tüketicilere hitap etme söz konusu iken, günümüzde bu yaklaşımın yerini hedef pazarlama almıştır, çünkü pazarı oluşturan tüketiciler ihtiyaçlar ve istekleri bakımından farklılık sergilemektedir. Lamborghini araba markasını tercih eden bir tüketici Fiat satın alan tüketiciden farklıdır. Çünkü bu tüketicilerin satın alma sebepleri farklıdır: birincisi prestij ve statü elde etmek isterken ikincisi ulaşım ihtiyacını gidermeyi amaçlamaktadır.

Değişimin hızlı olduğu küresel rekabet ortamında değişikliklere cevap veremeyen ve yenilik yapamayan işletmelerin hayatta kalmaları günümüzde pek mümkün olamamaktadır. Bazı işletmeler değişen koşullara çabuk bir şekilde uyum sağlarken bazıları ise çevrelerindeki bu değişime ayak uyduramamaktadır. Bunun nedeni örgüt yapısından kaynaklanıyor olabilir. Firmalar çeşitli sınıflamalara tabi tutulurlar bunlar “mekanik” ve “organik” olanlardır. Mekanik yönetim biçimine durağan atmosfer hakimken, organik yapı ise değişen koşullara uyum sağlar⁶⁶.

Yenilikçi işletme, daha önce çeşitli alt yapı çalışmaları yapmış, kısacası dersine iyi çalışmış olarak nitelemek doğru bir yaklaşımdır. Müşterilerin alışkanlıkları değiştiği gibi, servis sağlayıcı şirketler de değişmiştir. İletişim kanallarındaki yeni teknolojik gelişmeler izleyicilerin dikkatlerini küçük bölümlere bölmüştür. Servis sunumlarının teknoloji açısından hemen hemen aynı olduğunun varsayıldığı bankalar gibi servis sağlayan şirketler bağlamında, soru müşterilerin isteklerini tatmin etme ihtiyacını bulma şekilleri ve seçim, kullanma ve internet teknolojisini kullanımda etkin yolları bulup bulamamakta ortaya çıkar. Trendi izlemek için bankalar işlemlerin düşen maliyetiyle daha fazla marka sunarak ve bildirerek daha fazla hedef müşteriye faydalandırmak için ATM, Kiosk, ve bunlar gibi çok kanallı çözümleri sunarlar.

⁶⁶ Kurtoğlu, 2011, a.g.e.

Sosyal ortamda insanlar sürekli olarak ihtiyaçları doğrultusunda keşif ve üretim yaparlar. Yenilik bu merkezden hareket eden bir tür iletişimdir. Bu durum aşağıdaki aşamaları doğurur;

1. Aşama; yayılan teknoloji ve bilgi “en hızlı, en ucuz ve en iyi” anlayışından hareket ederek çalıştığı için rekabet stratejileri çok değişmiştir.
2. Aşama; merkezileşme üretimin her yerde yapılamayacak ortama dönüştüğünü ortaya koyar. Bu durum kâr oranlarını azaltır.
3. Aşama; İşletmelerde üretimin gelişmesini sağlayan tasarım bilgisi işletme faaliyetlerinde odak noktası olmuştur.
4. Aşama; Müşteri odaklılığı ve müşteri ihtiyaçlarını tatmin düzeyi yeniliğin ortaya çıkış noktası olmuştur.
5. Aşama, yenilik giderek işletmelerin yaşamlarını sürdürmesinde ki tek faktördür.

3.3.3.Ulaştırma ve İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler

1980 yıllardan itibaren sınırların kalkması anlamına gelen küreselleşmenin yayılması lojistik fonksiyonlarının önemini işletmeler üzerinde ciddi derecede hissettirmeye başlamıştır. Lojistiğin gerekliliğini şu şekilde sıralayabiliriz;

Birçok şirket işletmenin pazarlama stratejisinde önemli bir yeri olan müşteri servisi ve tatmininin daha iyi bir lojistik yönetimi ile elde edilecek düşük fiyat ve iyi bir müşteri servis düzeyi ile sağlanabileceğini ve lojistiğin salt maliyet yaratıcı bir kalem olmayıp aynı zamanda stratejik avantaj sağlayabilecek bir bileşen olduğunu görmüştür.

- Ulaştırma maliyetlerinin çok hızlı yükselmesi ile lojistik işletmenin en önemli maliyet kalemlerinden biri olmuştur ve yönetimler bu maliyetlerin daha iyi kontrol edilmesi ile hem şirket hem de müşteri için önemli bir maliyet tasarrufu sağlayabileceklerinin farkına varmışlardır.

- Ürün verimliliğinin en yüksek noktasına ulaşması sonucunda ürünlerin maliyetlerinden kısmak neredeyse imkansız hale gelmiş ve ürünler üzerinde ek maliyet tasarrufu yapmak çok zorlaşmıştı. Lojistik, maliyet tasarrufu yapmak için bir çözüm olarak görülmüştü.
- Teknolojinin gelişimi ve küreselleşme rekabetin artmasına yol açan en önemli faktörlerdir. Pazarda rekabetin artması, firmalara yeni arayışlar doğurmaktadır. Rekabette öne geçmek zorunda olan her işletme, nerelerde yenilikler yapabileceğini ya da hangi uygulamaları yaparsa daha başarılı olabileceğini araştırmaktadır. Bu süreçte, firmaların en iyi kullanabileceği araçlardan biri bütünleşik pazarlama iletişiminde yararlanmak olacaktır⁶⁷.
- Günümüzde yaşanan küresel ekonomi, konumlandırma kavramına her geçen gün önem kazandırmaktadır. Şiddetli rekabetin yaşandığı günümüz pazarında firmalar tüketiciler tarafından fark edilebilmek için ürün ve hizmetlerini farklılaştırmaya çalışmakta, böylece ürün, fiyat, dağıtım ve pazarlama iletişimi unsurları gibi değişkenler rakiplerden farklı bir şekilde sunulmaktadır. Günümüz tüketicilerinin ürün tercihlerindeki eğilimlerini belirleyen unsurlar olan eğitim ve gelir seviyesinin yüksekliği, tüketicileri hikâyesi olan ürünleri talep etmeye yöneltmiştir. Pazarlama iletişiminin çeşitli unsurları aracılığıyla firmalar markalarının konumlarını ve vaatlerini hedef tüketici kitlelerine iletebilmektedir. Firmalardan bazıları pazarlama iletişiminin tüm unsurlarını kullanırken bazıları yalnızca birkaç tanesini tercih etmektedir. Bütünleşik pazarlama iletişimi firmanın iletişim çabalarında yer alan tüm tarafların hedef tüketici grubuna tek sesle, tek mesajla ve tutarlı bir imajla hitap etmek için koordineli bir şekilde hareket etmelerini öngörmektedir.
- Küreselleşmeyle birlikte oluşan uluslararası firmaların dünyanın herhangi bir yerinde ürettikleri ürünleri diğer yerlere taşıma gereksinmelerinin artması dağıtım hatlarının uzamasına neden oldu.

⁶⁷ Kotler, Philip - Armstrong, Gary. (2001). Principles of Marketing. 9. Edition, Pearson Education Asia Pte. Ltd.: Delhi, s. 452-453

Böylece lojistiğin getirilerinden olan yer, zaman faydası kavramları daha da önem kazandı.

- Uluslararası üretim veya satış yapan firmaların artması ve ölçeklerin büyümesi, lojistik fonksiyonunun önem kazanmasında etki eden bir diğer faktördür⁶⁸.

3.4.KÜRESELLEŞMENİN ULUS DEVLET YAPISINA ETKİLERİ

Uluslararası pazarlama kararında önemli olan işletmedir. Uluslararası pazarlama müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini belirlenmesi işletmeye farklı bir pazarlama üstünlüğü verecek, ürün ve hizmet sağlanması bu ürün ve hizmetler hakkında bilgi verilmesi ve bir ya da daha fazla dış piyasalara giriş yolu aracılığıyla uluslararası alanda değişim yapılması anlamına gelmektedir.

Uluslararası işletmecilik, ülke sınırlarını aşan özel ya da kamu kuruluşlarının işletmecilik ilişkileridir. Uluslararası işletmecilik, bir işletmenin, bir girişimin veya işletmenin iki ya da daha fazla bağımsız ülke içinde veya arasında yer alan her türlü işletme faaliyetlerinden oluşur.

Global pazarlama yaklaşımı, temel pazarlama ilkelerinin çapında uygulanmasıdır. Savaşlara ve bölgesel çatışmalara karşın, insanlar arası benzerliklerin farklılıklarından çok daha fazla olduğu düşünceye dayanan bir pazarlama anlayışıdır.

Bütün devletlerin kendi yapılarına uygun olan farklı toplumsal, kültürel, iktisadi, siyasi değerlere sahiptir. İşletmelerin dünya çapında faaliyet göstermesi kendine özgü yapısı bulunan devletlerin yerel kurallarını değiştirmeye yöneliktir. Bir çok devlet yabancı sermaye sorunlarına çözüm aramakla meşguldür. Küreselleşme bu bakımdan düşünüldüğünde, gerçekten dengelerin çabuk bozulmasına ya da çabuk düzelmesine neden olmaktadır.

Dünya çapındaki pazarlama için en önemli konu, uluslararası piyasalara girişi zorlaştıran dengelerdir. Pazarlama hedef müşterilerin

⁶⁸ Bilginer, Nejat (2005). Lojistik Yönetimi (Ders notları), TC. DEÜ. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

ihtiyaçlarını karşılıarken onlara karşı tekliflerin sunulmasını düzenleme görevidir. Bununla birlikte, bazen müşteri olmayanlara da doğru zamanda ve doğru miktarda bir baskı ile ek yararların yaratılması gerekir. Bu pazarlama stratejileri devletlerin farklı konumlarını kendi statülerine ya da kendi ayarlarına çekebilmek, devletin köklü yapısını yumuşatarak, farklı bir ticari yapıya büründürmek amaçlıdır. Devletler, ister istemez kendi geleneklerine uymasa da ileride ki refahı düşünerek bu yapılara prim vermek zorunda kalmaktadır.

3.5.KÜRESELLEŞMENİN EKONOMİK POLİTİKALARA ETKİLERİ

Son yıllarda dev şirketler farklı ülkelerde yatırım yapmakta, böylece, hem yatırım yapılan ülke hem de yatırımı yapan ülke açısından ekonomi politikaları farklı bir yöne doğru değişim kaydetmektedir. Her iki tarafında ekonomi politikası büyük bir değişime uğramaktadır. Yatırım yapan firma açısından ülkenin çeşitli zengin kullanılabilir kaynakları (işgücünün fazla olması, sermayenin fazla olması, doğal kaynakların fazla olması gibi) pazara hakimiyeti artırmakta ve ülke ölüsünden dünya ölüsüne dönüşmesini, kârın yüksek oranda elde edilmesini sağlamaktadır. Bu durum ülke ekonomi politikasına da faiz oranları, vergiler, asgari ücret, kredi politikaları gibi ülkesel açıdan ciddi değişikleri beraberinde getirmektedir. Ayrıca bu dev şirketler, yatırım yaptıkları ülkelerde o ülkenin yerel büyük firmaları ile güçlerini birleştirerek o ülkenin devlet yardımları ve diğer sübvansiyonlarından da fazla bir şekilde yararlanmaktadır.

3.6.KÜRESELLEŞMENİN AZ GELİŞMİŞ EKONOMİLERE ETKİLERİ

Günümüzde az gelişmiş ülkeler olarak nitelendirilen ülkelerin kendi kaynaklarını sağlıklı bir şekilde kullanamadığı görülmektedir. Özellikle doğal kaynak, ucuz işgücü, devlet ekonomik yardımlar gibi o ülkeye has imkanlar ÇUŞ'leri (ok uluslu şirketler) cezbetmekte ve bu şirketler bu az gelişmiş ülkelerde yatırımlarını yoğunlaştırmaktalar. ÇUŞ'ların AR-GE faaliyetleri gelişmiş düzeyde olduğu için yatırım yapılan ülkelerin daha değişiki çeşitli kaynakları da tespit edilerek bunların da kullanıma geçirilmesi sağlamaktadırlar. Diğer yandan, az gelişmiş ülke devletlerinin ekonomiyi

düzeltilmek adına ülkede yatırım yapacak şirketlere gerekli hammadde sağlanması, gümrük vergilerinde indirim ya da muaf tutma, ihracat kısıtlamalarını kaldırma gibi özellikler nedeniyle yatırım imkanlarının daha fazla genişlemesi sağlanmaktadır. Az gelişmiş ülkelere yapılan bu pazarlama stratejisi ile ÇUŞ'lar dünya ekonomisinin büyük bir bölümü ellerinde tutmaktadır.

II. Dünya savaşının bitişi ile birlikte toplum nüfusları artmaya başlamış, insanlar uzmanlaşmaya gitmiştir. Savaşların çok zarar verdiği anlaşılmış, toplumları birbirine yaklaştırmıştır.

Az gelişmişlik ekonomik bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Yeryüzünün dörtte üçünü doğrudan ilgilendiren az gelişmişlik ülkelerin siyasal ve toplumsal yapılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Az gelişmiş ülkelerde kullanılan teknoloji eski, üretim düzeyi düşük ekonomi tarıma dayalı ve sanayi üretimi sınırlı ve kullanılan enerji kaynakları da kısıtlıdır. Kişi başına düşen gelir çok düşük, gelir dağılımındaki adaletsizlik had safhadadır.

Günümüzde ürün çeşitliliği ve ürün benzerliği ya da taklitin artışı, pazarlardaki rekabeti farklı bir konuma getirmiştir. Bir ürünü satabilmek için bir şirket her yolu dener hale gelmiş ya da denemek zorunda kalmıştır. Bu da teknolojinin artmasını beraberinde getirmiştir. Günümüz teknoloji dünyası televizyon, radyo ve dergi ile başlarken, şimdilerde cep telefonu ve internet sektörü artık erişilemez bir teknolojik boyuta kavuşmuştur. Örneğin, bir tüketici evinden bir ürüne ulaşabiliyor, özelliklerini öğrenebiliyor, siparişini verebilir ve bu yönde hizmet veren kargo firmaları ile ürününe kavuşabilmektedir. Bu durum işletmecilerin tüketiciye ulaşmasını kolaylaştırmış ama tüketicilerin tutunmasını sağlamakta problem yaşamaya başlamışlardır. İnsan zihni farklı karmaşık bir yapıya sahiptir. İşletmeler bunu kullanmayı hedeflemişler ve sundukları ürünün farklı algılanmasını sağlayarak bunu tüketicilerin satın almasını sağlamayı hedeflemişlerdir. Bu tür faaliyetleri işletmenin stratejisi oluşturmaktadır.

Sosyal sorumluluk da modern işletmecilikte giderek önem kazanan amaçlardan biri olmaktadır. Sahiplik ile yönetimin gitgide ayrılmakta olması ve profesyonel yöneticinin az

önce değinilen çok yönlülüğü çevresinde, hissedarlar yanında toplumun işletme ile ilgili çeşitli menfaat gruplarına hizmet kaygısının güçlenmesi de kâr amacını zayıflatmaktadır.

İşletmenin varlığını sürdürmesi, büyüme ve gelişmesi de vazgeçilmez nitelikte bir işletme amacıdır. İşletme varlığını tehdit eden sayısız tehlikelerle dolu bir iktisadi çevre oluşturan piyasa ortamında faaliyet gösterir; bu çevrenin her zaman büyük değişimler gösteren koşullarına ayak uydurarak yaşamını sürdürmesi ve büyüüp gelişmesi gerekir.

İşletmenin kendi öz kaynaklarından yararlanarak ve dış kaynakları değerlendirerek kendi yapısının genişlemesi sonucu ortaya çıkan birinci türdeki büyüme iç büyüme olarak nitelendirilir. Bu tür büyümede işletmenin yeni bir birim kurması veya başka işletmelerle birleşmesi söz konusu değildir. İşletmenin yeni işletmeler kurması veya mevcut başka işletmelerle birleşmesi sonucu ortaya çıkan ikinci büyüme tarzı ise “dış büyüme”dir.

İşletmelerin genel amaçları dışında, bir de özel amaçları vardır. Bunlar;

- 1- Müşteri ve tüketicilere daha kaliteli mal ve/veya hizmet sunmak,
- 2- Çalışanlara iyi ücret verme ve çalıştırma koşullarını geliştirip iyileştirmek,
- 3- Çalışanlarını eğiterek kendilerini geliştirme ve meslekte ilerleme olarak ve fırsatlarına kavuşmalarını sağlamak,
- 4- Çalışanlarına istikrar içinde sürekli istihdam sağlamak.

Toplumsal sınıflar arasında sermaye ayırımına yol açan bir iktisadi sistem olan kapitalizm hem ülkeler içinde hem de bölgesel gelişme farkları üretmektedir.

Az gelişmiş ülkelerde yerli paraların düşük değerlendirilmesi bu ülkelerin gelişmiş ülkelere mallarını ucuza ihraç ederek gelişmiş ülkelere ithalatı bu ülkelerdeki fiyatlardan yapmak durumunda kalmaktadır.

Böylece azgelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere doğru kaynak transferi gerçekleşmektedir⁶⁹.

Azgelişmiş ülkeler ile azgelişmiş ülkeler arasında refah farkı teknoloji, makine, ulaştırma, fabrika, teçhizat, enerji vs. bakımından fert başına sabit sermaye stok farkından kaynaklanmaktadır. Bu stok yatırımı artırılır. Yatırımın kaynağını tasarruflar sağlamaktadır. Küreselleşmeci politikalarla azgelişmiş ülkeler tasarruf oranlarını yüksek miktarda yatırımın gerektirdiği seviyelere çıkması zordur. Küresel kapitalizm tüketimi sosyal bir ihtiyaç haline getirmektedir. Tüketim kredilerinin teşvikiyle lüks ithal tüketim malları tasarrufun yapılmasını engelleyerek adeta tüketime zorlamaktadır. Küreselleşmeci politikalar az gelişmiş ülkelerde yatırım seviyesinin üst düzeye ulaşmasını engellemeye çalışmaktadır. Azgelişmiş ülkelerde toplumsal ve iktisadi kalkınma yatırımların sektörlerarası dağılımının yeteri düzeyde yapılamadığından gerçekleşmemektedir. Azgelişmiş ülkelerde neyin üretilip neyin üretilmeyeceğine uluslararası şirketler karar vermektedir⁷⁰.

Azgelişmiş ülkeler gelişmiş ülkelerin bulunduğu düzeye ulaşmak istemektedir. Bunun gerçekleşmesi için azgelişmiş ülkelerin her alanda yeniden yapılanması gerekmektedir. Her alanda gelişmiş ülkelerin yapısına uygun gelişmeler toplumun her kesiminden aynı oranda talep edilmediği görülmektedir. Zira değişime geleneksel yapıyı benimsemiş güçlerin ayak uydurması kolay olmamaktadır. Azgelişmiş ülkelerde yeni toplum ve siyasal yapı kurmak isteyenlerle eski toplumsal ve siyasal yapının korunmasını isteyen gruplar arasında sonu çatışmaya varan çeşitli uyumsuzluklar görülmektedir.

3.7.KÜRESELLEŞMENİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

⁶⁹ Somel, Cem, "Az Gelişmişlik Perspektifinden Küreselleşme", Doğu Batı, Y:5, Sayı:18, 3. Baskı, Ankara, 2006, ss.195-204.. s.201.

⁷⁰ Somel, a.g.e., s. 201

İnsanların bir arada bulunup hem üretici hem de tüketici olmaları medyanın tek kaynağıdır. Göçebe hayattan şehirleşmeye yönelen insan görevleri gereği bir takım meşguliyetlere sahip olmak zorundalardır. Medya da günümüzün en dev sektörlerinden birisidir. Bu sektörün alt kanalları çok fazla olmakla birlikte her geçen gün değişen teknoloji ile daha gelişmekte ve daha fazla çeşitlenmektedir⁷¹.

Medyanın aktörleri her dönem televizyon, son dönemlerde ise internet olmuştur. Televizyon 1945'ten itibaren önce Almanya'da üretilip sonra da tüm dünyada ve Türkiye'de hızla yaygınlaşarak, sektöre farklı bir boyut getirmiştir. 1950'li yıllarda haberleri gazete ve radyodan öğrenen insanlar günümüzde, her cep telefonuna gelebilecek şekilde tasarlanmış haber mesajlarından, daha sonra her yerden erişebilme imkanı olan internetlerden, daha sonra ise evlerine dinlenmek için çekildikleri televizyonlardan rahatlıkla günün her anı öğrenebilmektedirler. Medya ise 20. Yüzyılın ortalarından itibaren gelişen teknoloji ve her türlü entegrasyonun birleşmesine yardım eden ve ayrıca onsuz olmayan bilgisayar sistemleri ile gitgide gelişerek yayılması ile de farklı bir ekonomik yapı kazanmaya başlamıştır⁷².

Her ne kadar Medya piyasasında çok büyük bir hareketlilik gözlemleniyorsa, günümüzde ki yaşam tarzının bu durumun tek kaynağı olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Bilginin, haberin aşırı derecede fazla oluşu, zaman ve mekan konusunda sıkıntı çekmeme sonucu medya piyasasında farklı, aşırı ve yeni oluşumcu bir rekabet görülmektedir. Yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu bir takım sektörlerin Pazardaki yerini koruması gittikçe güçleşmektedir⁷³.

Yeni çıkarılan kanunlar, pazardaki teknolojik odaklı ciddi değişiklikler bir takım sektörler ortaya çıkartmaktadır. Bu değişikliklerin tek takipçisi yine medyadır. Teknolojinin akıl almaz bir şekilde gelişmiş olması yüzünden yeni

⁷¹ Güz, Nurettin, 1996, Türk Basınında Gündem Oluşturma, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, yıl:2, s. 12, Ankara ss. 982-983.

⁷² Oskay, Ünsal, 1971, Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon, Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, s. 72

⁷³ Kara, Mustafa, 1995, Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Gücü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s. 67

oluşuma odaklı medya da kapitalist sermaye ile uluslararası alanda denetim sahibi olmaya zorlamaktadır. Yeni ilişkiler ekonomik ve politik yaklaşımlar içermektedir. İletişim ortamı sürekli olarak girişimcileri ya da örgütleri etkilemektedir. Kapitalist bir girişimcilik havası topluma hakim olmaya başlamakta, insanlar üretimlerini gitgide artırmayı hedeflemekte ve bunun kaynağını olan vasıtalara yatırım yapmaya çalışmaktadır. Toplum bireyleri sürekli büyümeye odaklı hareketlere meyilli olmakta, bu durumda da büyük değişiklikler ve büyük farklılaşmalar birden bire meydana gelmektedir. Günümüzde başlıca görsel aktörler olan, televizyon, internet ve cep telefon kullanımı her geçen gün daha hızlı bir şekilde artmakta ve gitgide zorunlu hale gelmektedir.

Gelişen teknolojiler ile hedefler büyümekte ve toplumdaki herkesin kullanıma yayılarak, medya sektörüne her geçen gün yeni katılan müşteriler için maliyetlerin düşmesi anlamına gelmektedir. Medyada hedef kitle olmak zorunda olan reklam veren sayısı ise giderek artmakta bu durum da maliyetleri artırmaktadır⁷⁴.

Geçmiş dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmeler, başta ekonomik olgular olmak üzere, siyasal, kültürel ve toplumsal birçok değişimin nedeni olmuştur. Bu teknolojik gelişmeler dünyanın bu zamana kadar edinegeldiği geleneksel yapıların yıkılmasına sebep olmuştur. Zaman ve mekân farklılığının etkisi ortadan kalkarak, çalışma, ticaret, eğitim ve eğlence tarzları gitgide farklı bir boyutta ortaya çıkmaya başlamıştır. Yaşanan bu atmosfer bu yüzyılın bilgi çağı olarak nitelenmesini sağlamıştır. Bilgi çağı denmesinde ki amaç; iş yapma şekilleri, hız, performans, kesintisiz hizmet ve kalite gibi ekonomik değer ifade eden konulardaki değişimi anlatmak açısından önemlidir. Tüm bu gelişmeler zamanı hızlandırmakta, kurulan sistemin hemen yıkılarak yeni bir sistem daha kurulmasına ve hatta onunda hemen yıkılarak tekrar farklı bir sistemin kurulmasına neden olmaktadır. Bu medya sektörünün en önemli alanına girmektedir. Bu alana değişim alanı diyebiliriz. Bu değişim alanını belirleyen araç ise internet ve televizyonlardır.

⁷⁴ Kaya, Raşit, 1985, Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınevi, Ankara, s. 8

İşletmeler pazardaki paylarını arttırma istek ve çabasında bulduklarından, mallarını alıp kullanan nihai tüketicileri hoşnut etmek ve onların gereksinmelerine uygun mal ve hizmetler üretmek ve pazarlamak zorundadır. İşletmelerin diğer özel amaçlarından ikincisi çalışanlarına olanakların elverdiği ölçüde iyi bir ücret ödemeleri ve bu kişilerin çalışma koşullarını geliştirip iyileştirme yönünde gerekli çabaları göstermesidir.

Çalışanları eğiterek meslekte gelişme ve ilerlemelerine imkan sağlamak, çağdaş işletmelerin bireysel açıdan yerine getirmeleri gereken bir diğer özel amaç olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmenin özel amaçları arasında sayılan dördüncü husus, işletmenin istikrar içinde istihdamı sürdürmesi şeklinde belirtilebilir. İstikrar işletmenin ciddi bir belirsizlik durumu ile karşılaşmadan varlığını sürdürebilmesinin mümkün olduğu bir durumu veya ortam koşullarını yansıtır.

3.8.KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜRLERİ BİRBİRİNE KARIŞTIRMASI ÜZERİNE ETKİLERİ

Yönetim bir süreç olarak ele alınır. Bu süreç, bir yöneticinin belirli fonksiyonlarını açıklamak suretiyle konunun anlaşılmasını kolaylaştırır. Bu üniteye ele alınan dört işlevler daha sonra kullanılan kavramlara bir temel oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle, bu işlevler yönetimle ilgili kavramlara bir giriş olarak ele alınmaktadır. Yönetim işlevlerinin ayrı ayrı incelenmesi sadece analitik bir amaç taşımaktadır. Bu bölümlene işlevlerin birbirinden bağımsız oldukları anlamına gelmemelidir. Plânlama işlevi; amaçların ve politikaların oluşturulması ve açıklanması, programların saptanması, faaliyetler için yöntemlerin geliştirilmesi gibi ana başlıkları içerir. Örgütlenme, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için gerekli faaliyetleri düzenlenmiş bir yapı içinde bütünleştirme; bu yapıyı nitelikli, yeterli iş görenlerle kadrolaştırma; ve bu iş görenlerin işlevlerini yerine getirmeleri için gerekli fiziksel ortamı sağlama sürecidir.

Daha doğrusu bu teknoloji ile hareket etme medyanın yeni ve en güçlü metodu olmuştur. Bu yeni yapılanmaya, başta televizyon olmak üzere, gazete, dergi, internet, radyo ve diğer iletişim araçlarının tamamen teknoloji

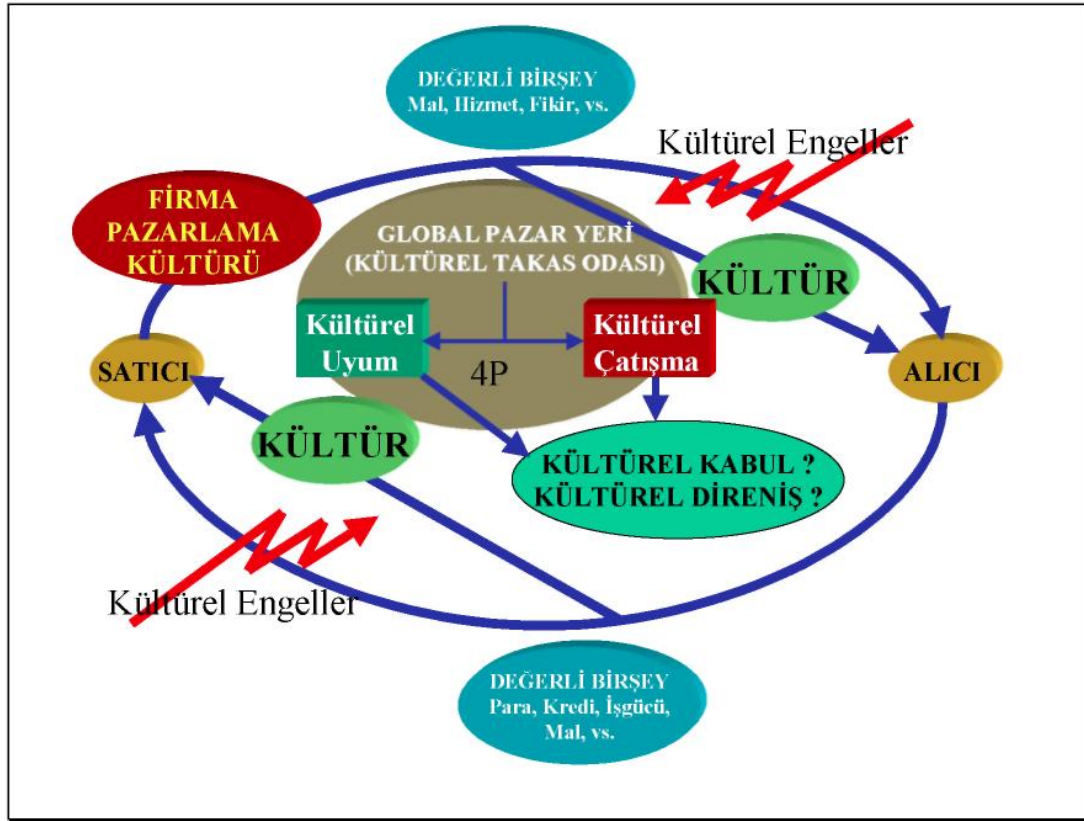
üzerinden rahatça hareket etmesine imkan tanımıştır. Yöneltilme, amaçlara ulaşmak için gerekli olan ayrıntılı faaliyetler konusunda, bireylere yol göstermeyi içerir. Denetim süreci, uygun olup olmadığını belirleme sürecidir. Amaçlara uygun olmayan sonuçlar için düzeltici önlemlere başvurulur⁷⁵.

1990'lerden itibaren çok uluslu firmalar, diğer şirketlere nazaran satın alma, üretim ve dağıtım gibi alanlarda birleşerek rekabette ve sektörde güçlü yapıları ile ön plana çıkmaya ve adından çok fazla söz ettirmeye başlamışlardır. Bu durum diğer firmaların yaşamasını imkansızlaştırmaya başlamıştır. Bu durumda da küçük olanlar büyüklerin olanaklarını kullanarak var olma savaşına ve pastadaki paylarına devam etmeye çalışmışlardır. Örneğin günümüzün en etkili medya alanı iletişim sektörünün hemen hemen yeryüzündeki bütün sektörlerle direkt ilişkili bir sektördür. Bu yapılanma bundan sonra hiçbir zaman geri plana düşecek gibi gözükmemektedir. Bu iç içelik olağan bir duruma dönüşmektedir. Bir iş kurarken, ya da bir işe giderken bile öncelikle firmalar arası ilişkilerin nasıl yapılacağı artık bir sorun olmaktan çıkmıştır⁷⁶.

Global olarak kültürde artan tüketim karşısında değişmekte ve farklılaşmaktadır. Aşağıdaki tabloda değişim yansıtılmak istenmiştir.

⁷⁵ Curi, Geng ve Choudhury, Pravat (1998). (Effective Strategies For Ethnic Segmentation And Marketing), Proceedings of the 1998 Multicultural Marketing Conference, Montreal, Quebec, Canada, September 17-20, (editors: Jean-Charles Chebat and A. Ben Oumlil)

⁷⁶ Green, Corliss L. (1999). (Ethnic Evaluations of Advertising: Interaction Effects of Ethnic Identification, Media Placement, and Degree of Racial Composition), Journal of Advertising, Volume XXVIII, Number 1, Spring,



Şekil 1 Global Pazarda Kültürel Değişim

Kaynak: Global Pazarlarda Pazarlama Stratejilerinin Tasarım ve Uygulamasında Kültürel Etkileşimin Rolü, Tunç EREM ve diğerleri

Her ne kadar Medya piyasasında çok büyük bir hareketlilik gözlemleniyorsa, günümüzde ki yaşam tarzının bu durumun tek kaynağı olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Bilginin, haberin aşırı derecede fazla oluşu, zaman ve mekan konusunda sıkıntı çekmeme sonucu medya piyasasında farklı, aşırı ve yeni oluşumcu bir rekabet görülmektedir. Yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu bir takım sektörlerin Pazardaki yerini koruması gittikçe güçleşmektedir. Yeni çıkarılan kanunlar, pazardaki teknolojik odaklı ciddi değişiklikler bir takım sektörler ortaya çıkartmaktadır. Bu değişikliklerin tek takipçisi yine medyadır. Teknolojinin akıl almaz bir şekilde gelişmiş olması yüzünden yeni oluşuma odaklı medya da kapitalist sermaye ile uluslararası alanda denetim sahibi olmaya zorlanmaktadır. Yeni ilişkiler ekonomik ve politik yaklaşımlar içermektedir. İletişim ortamı sürekli olarak girişimcileri ya da örgütleri etkilemektedir. Kapitalist bir girişimcilik havası topluma hakim olmaya başlamakta, insanlar üretimlerini gitgide artırmayı hedeflemekte ve

bunun kaynağını olan vasıtalara yatırım yapmaya çalışmaktadır. Toplum bireyleri sürekli büyümeye odaklı hareketlere meyilli olmakta, bu durumda da büyük değişiklikler ve büyük farklılaşmalar birden bire meydana gelmektedir. Günümüzde başlıca görsel aktörler olan, televizyon, internet ve cep telefon kullanımı her geçen gün daha hızlı bir şekilde artmakta ve gitgide zorunlu hale gelmektedir⁷⁷.

Günümüzde iletişim fenomeni insan ilişkilerinde çok önemli etkenlerden birisidir. Artık insanlar yaşamlarının büyük bir kısmını telefon görüşmeleri ve bilgisayar başında. İnternet, dünyanın globalleşmesi, sınırların ortadan kalkmasında ve iletişimde çok etkili olmuştur. Sınırların ortadan kalkması ile değişik şehirlerde, ülkelerde ve hatta farklı kıtalarda yaşayan insanlar, hızlı, ekonomik ve rahat bir şekilde birbirleriyle iletişim kurmaktadır⁷⁸.

Medyanın en etkin kullanıldığı ilk net örnek, bilinen eski kayıtlara Fransız Devrimidir. Ekonomisi bozulan Fransa'da üst düzey yetkililerinin aşırı lüks yaşarken halkın sefalet içinde olması medya hareketini başlatmaya yetmiştir. Basın ekonomiyi yakından takip ediyor ve halkı sürekli bu konuda uyarıyor ve dikkatleri üst düzey yöneticilerin olmaması gereken lüks yaşam tarzına yönlendiriyordu. Devletin uygulamaları çok eskimişti ve devrim kaçınılmaz oldu.

Medyanın bu yönde hareket etmesi demokrasinin bir gereği ve sonucudur. Çünkü halkın üst düzeyin işlevlerinden haberi olmasını sağlayan güç medyadır. Bu da kapitalist toplumun ayrılmaz bir parçasıdır. Medya bu yönü ile halk yararına diğer güç kaynaklarını da gözetler fakat, medya kurumlarının mülkiyet ve pazar ilişkilerinin haricinde durması ile bu mümkün olabilir. Çünkü, geçmişte yani İkinci Dünya Savaşı akabinde ulus-devlet siyaseti ortamı belirleyici bir etken olmaya başlamış, medya özgürlüğünü kaybetmeye başlamıştır. Kapitalist rejimlerin yükselmesi sonucu 70'li yıllardan itibaren özel mülkiyet yaygınlaşmış ve kamu mülkiyeti belirli kurumlarla sabit kalmıştır. Sahiplik kavramı ile yayıncılar, iletişim ve

⁷⁷ Kurtoğlu, 2014, a.g.e.

⁷⁸ Storey, John (2000). Popüler Kültür Çalışmaları Kuramlar ve Metodlar (1. Baskı). Babil Yayınları, İstanbul

bilgisayar şirketleri sürekli birleşme eğilimine girerek ortama hakim olmaya ve devleti sıkı bir denetlemeye maruz bırakmaya başlamıştır.

Geçmiş dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmeler, başta ekonomik olgular olmak üzere, siyasal, kültürel ve toplumsal birçok değişimin nedeni olmuştur. Bu teknolojik gelişmeler dünyanın bu zamana kadar edinegeldiği geleneksel yapıların yıkılmasına sebep olmuştur. Zaman ve mekân farklılığının etkisi ortadan kalkarak, çalışma, ticaret, eğitim ve eğlence tarzları gitgide farklı bir boyutta ortaya çıkmaya başlamıştır. Yaşanan bu atmosfer bu yüzyılın bilgi çağı olarak nitelenmesini sağlamıştır. Bilgi çağı denmesinde ki amaç; iş yapma şekilleri, hız, performans, kesintisiz hizmet ve kalite gibi ekonomik değer ifade eden konulardaki değişimi anlatmak açısından önemlidir. Tüm bu gelişmeler zamanı hızlandırmakta, kurulan sistemin hemen yıkılarak yeni bir sistem daha kurulmasına ve hatta onunda hemen yıkılarak tekrar farklı bir sistemin kurulmasına neden olmaktadır. Bu medya sektörünün en önemli alanına girmektedir. Bu alana değişim alanı diyebiliriz. Bu değişim alanını belirleyen araç ise internet ve televizyonlardır.

Bilgi Teknolojisindeki Gelişmeler ve İnternetin Hızla Ticarileşmesi; Başta ABD ve Batı Avrupa'da olmak üzere, hemen hemen tüm ülkelerde işletmeler bilgi teknolojisine büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Bunların çoğu da, tüketici ve tüketici değerinin artan önemi doğrultusunda müşterilerin üzerinde odaklanmaktadır. Geniş ölçüde telekomunikasyon ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerden, kısmen de pazarların gitgide daha rekabetçi hale gelmesinden dolayı, günümüzde eskiye oranla çok daha hızlı şekilde, çok daha fazla bilgi toplanmaktadır. Bilgi teknolojisinin hızla yaygınlaşmasında kişisel bilgisayar kullanımındaki müthiş artış önemli bir rol oynamaktadır. Bu öylesine bir artış ki, dünyada toplam bilgisayar satışları, TV satışlarına yaklaşmaktadır. İnternet yeni bir olay olmayıp, daha 1960'ların sonlarında ABD Savunma Bakanlığı'nca askeri amaçlar için geliştirilmiştir. Ancak bunun hızla yaygınlaşması ve ticarileşmesi 1990'lann ilk yarısı içindeki

bazı gelişmelerden sonra, özellikle son birkaç yılda büyük bir hız kazanmıştır⁷⁹.

İnternet ve iletişim teknolojilerinin sağladığı bu olanaklar sayesinde insanlar, bankacılık işlemlerini evlerinden yapabilmekte, uçak biletlerini ayırtabilmekte, bankamatik makinelerinden nakit para çekebilmekte, dünyanın herhangi bir noktasındaki tanıdıkları ile elektronik posta vb. gibi yöntemlerle haberleşebilmektedir. Dolayısıyla internet, kullanıcılarına çeşitli konularda önemli kolaylıklar ve özgürlükler sunmaktadır⁸⁰.

Medyanın büyümesinde ki en önemli özellik dünyanın internetin çevresinde dönmesi, internet ve teknolojinin gelişimi ve ticaretin bireysel olarak da rahatlıkla yapılabileceğinin sağlanmasıdır. Yeni çıkan tüm medya alt sektörleri internet odaklı olmaktadır. Bu alt sektörlerin gerek ticareti gerekse tanıtımı da internet aracılığı ile olmaktadır. Birçok insan internet üzerinden ticaret yapmaya kendini ya da yaptığı uğraşı alanını tanıtmaya çalışmaktadır. günümüzde yasal olarak herkes rahatlıkla bir internet sitesi kurabilmektedir. Günümüz medyasının en büyük özelliği ise gerek haber gerekse yapılan diğer programlarda hiçbir kural, hiçbir sınır, hiçbir gelenek tanımamasıdır.

1990'lardan itibaren çok uluslu firmalar, diğer şirketlere nazaran satın alma, üretim ve dağıtım gibi alanlarda birleşerek rekabette ve sektörde güçlü yapıları ile ön plana çıkmaya ve adından çok fazla söz ettirmeye başlamışlardır. Bu durum diğer firmaların yaşamasını imkansızlaştırmaya başlamıştır. Bu durumda da küçük olanlar büyüklerin olanaklarını kullanarak var olma savaşına ve pastadaki paylarına devam etmeye çalışmışlardır. Örneğin günümüzün en etkili medya alanı iletişim sektörünün hemen hemen yeryüzündeki bütün sektörlerle direkt ilişkili bir sektördür. Bu yapılanma bundan sonra hiçbir zaman geri plana düşecek gibi gözükmemektedir. Bu iç içe geçmişlik olağan bir duruma dönüşmektedir. Bir iş kurarken, ya da bir işe giderken bile öncelikle firmalar arası ilişkilerin nasıl yapılacağı artık bir sorun olmaktan çıkmıştır⁸¹.

⁷⁹ Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

⁸⁰ Kurtoğlu, 2013, a.g.e.

⁸¹ Kurtoğlu, 2014, a.g.e.

Değişen Dünya Ekonomisi; Günümüzde dünyanın çok büyük bir kısmında yaşayan halkın gelir düzeyi oldukça düşüktür. Dünya ekonomisindeki kriz ve sarsıntılar (1997'de Uzakdoğu'da başlayıp, 1998'de Rusya'ya, oradan Türkiye ve Latin Amerika ülkeleri başta olmak üzere tüm ülkeleri etkileyen küresel kriz gibi) hem tüketicileri, hem de işletmeleri zorlamaktadır. Bir taraftan hızlı iletişim ve telekomünikasyon teknolojisindeki gelişmelerin de etkisiyle insanların ihtiyaç ve istekleri artarken, satınalma güçleri yetersiz kalmakta, hatta gerilemekte, bu durum da büyük zorluklar yaratmaktadır⁸².

İş Hayatının Hızla Küreselleşmesi; Artık dış pazarları gözardı ederek sadece iş pazarla yetinmek ve iş pazara girmeye çalışan yabancı işletmeleri gözönünde tutmamak zordur. Dış pazarlara girmeye çalışırken başarılı olmanın önemli yolları, yabancı işletmelerle ortak girişim ve stratejik işbirliği yapmaktır. Pazarlar hakkında hızlı ve çok miktarda bilgi toplanabilmesi ve reklam vb. pazarlama araçlarının etkili kullanımı sayesinde işletmeler dünyada geniş pazarlara hizmet verebilmektedirler.

Pop star yarışmalarında çıkan yetenekler için sunucu tarafından ya da televizyonun altından bir kayan yazı ile "Eğer A yarışmacısı kazansın diyorsanız A yazıp, nolu numaraya SMS atın" şeklinde bir tarafa yönlendirilir. İnsanlar ise o yarışmacının, nasıl bir geçmişi olduğuna bakmadan yani hiçbir şekilde tanımadan yarışmacının dinleyiciye sempatik gelen tarafı ile değerlendirilerek oy gönderilmesi sağlanır.

İşte bu gelişmeler popüler kültür unsurları olan dikkat çekme temelli iletişim olarak görülebilir. Popüler kültürün odağı bir ürün ya da bir hizmetin satılması, kullanılması ya da gündemi işgal edip hafızlarda yer etmesinin sağlanmasıdır. Buna kısaca dikkat çekme tarzı denilebilir. Çünkü görsellik artık bir ürünün satılması, kullanılması için tek amaç olmaktadır.

3.9.KÜRESELLEŞMENİN BİLGİ VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ

⁸² Kurtoğlu, 2014, a.g.e.

Bilgi, ele alınan konuya bağlı olarak farklılık gösteren ve tanımı üzerinde literatürde görüş birliğinin sağlanamadığı bir kavramdır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde bilgi, 'insan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü, öğrenme araştırma veya gözlem yolu ile elde edilen gerçek' şeklinde tanımlanmıştır. Bir diğer tanıma göre bilgi, insan zekasının çalışması sonucu ortaya çıkan düşünce ürünüdür.

Günümüzde, bireylerin, işletmelerin ve toplumların gücünün temel kaynağı olan bilgi, Latince bir terim olan (information) kökünden gelmektedir. Türkçe'de 'bilgi' dendiğinde bilgi skalasının en alt basamağında yer almakta olan ve işlenmemiş ham bilgi anlamına gelen 'veri' kastediliyor olabilir ya da en üst basamakta konuşlanmış bulunan seyrek olarak 'üst bilgi' terimi ile de belirtilen akıl süzgecinden geçmiş, kişisel algı, duygu, sezgi, deneyim, gözlem, değerler, yükümlülükler ve üretim sonuçları ile birleştirilmiş, iş süreçlerinde kullanılmaya hazır 'bilgi'den de bahsediliyor olabilir.

Bilgi kavramı ile ilgili kısa ve genel açıklamalardan sonra bilgi toplama kavramından neyin anlaşılması gerektiğini ortaya koymak gerekmektedir. Değişik kaynaklardan toplanan ham bilgi yığınları sonuç çıkarılabilecek 'anamlı bilgiler' haline dönüştürülünce kullanılmaya başlanır. Belli bir amaca yöneltilen bu bilgiler, yorumlanarak ilgililerin değerlendirmesine bırakılır. Bu açıdan bakıldığında bilgi toplama, belirli bir amaca yönelmiş ve bir yönetim uğraşısı olarak toplanan bilgilerin düzenlenmesidir. Diğer bir deyişle yönetim örgütündeki çeşitli birimlerin, birbirleriyle olan ilişkilerinde kullanılması nedeniyle, bilgi toplama, bir sistem olarak da düşünülür. Bu açıdan bakıldığında bilgi toplama sistemi, yalnız bilgileri toplayıp depo etme gibi pasif bir işlem olarak anlaşılmalıdır. Yani elde edilen yığın, işlenmemiş ham veriler, sonuç çıkarılabilecek anlamlı bilgiler haline dönüşünce, kaydetme, sınıflandırma, düzene koyma, hesaplama, özetleme, depolama, canlandırma, çoğaltma, rapor verme gibi aşamalardan geçer⁸³.

Türkiye'de kişi başına düşen milli gelir, ilköğretim çağındaki nüfus, liseden mezuniyet not ortalamamız, boyumuzun santimetre cinsinden uzunluğu, hep birer malumdur. Son yıllarda İngilizce information kelimesi

⁸³ Avcı, Umut, 2005, İşletmelerde Örgütsel Öğrenme Örgütsel Performans İlişkisi, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE, s. 72

enformasyon olarak Türkçeleştirilmiştir. Enformasyon, tam da malumatın karşılığıdır. Fikir, ilim, malumat gibi farklı kelimelerle karşılanabilecek kavramların hepsine, gündelik dilde, bilgi diyoruz⁸⁴.

Bilgi, insandaki bilgi ve süreçlerdeki bilgi olmak üzere iki başlık altında incelenebilir. Biçimsel olmayan bilgi olarak da literatürde kullanılan insandaki bilgi, insanların zihinlerinde saklı olan, bireye özgü ve bireyle birlikte hareket eden inanç, perspektif ve değerleriyle ilgili olan kişisel bilgidir. Anlaşılması ve ulaşılması çok güç olan insandaki bilgi, zihinsel modeller, deneyim ve beceriler olarak insanlarda bulunur. Çoğu kez başkaları tarafından bilinmemekte ve hatta çoğu insan sahip olduğu bilginin başkaları açısından değerinin farkında olamamaktadır. Bu nedenle açıkça ifade edilmesi ve bir araya getirilmesi güçleşmektedir. Biçimsel bilgi olarak da ifade edilen süreçlerdeki bilgi, biçimsel modeller, dokümanlar, kurallar, prosedürler, ve veri tabanlarında yer alabilen ve somut biçimde ifade edilebilen yazılı bilgidir. Kesin olarak ifade edilen veya kayıt altına alınabilen bilgiyi veri tabanları ve dokümanlarda tutmak, saklamak nispeten kolaydır. Süreçlerdeki bilgi, yüksek düzeyde bir doğruluk derecesiyle paylaşılmaktadır⁸⁵.

Yeni teknolojiler çerçevesinde kullanıcılar, aktif hale gelmektedir. Kullanıcılar, yeni teknoloji ortamında bir habere ilişkin görüş ve kanaatlerini hemen bildirmektedir. Hatta haberleştirilen eylem ya da söylemin farklı boyutları var ise kullanıcılar o konuda da katkıda bulunmaktadırlar. Muhabir bu ortamdan edindiği bilgi/veriyi de dikkate almalıdır. Kullanıcıların çevrelerinde olan biteni aktarma olanağına sahip olmaları gazeteci olanla olmayan arasındaki ayrımın da giderek bulanıklaşmasına yol açmaktadır.

Yeni medya sayesinde maliyetler düşmekte, bilgi/verinin iletilmesi, depolanması gibi işlemlerde performans artmaktadır. Bu süreçte teknolojik bütünleşme hız kazanmaktadır. Telekomünikasyon, bilgi-işlem ve yayıncılık alanları; bu alanlara yönelik ürün ve hizmetler, iletişime ve bilgisayara özgü işlevler, medyanın farklı kolları birleşip bütünleşmektedir. Sayısallaşma bu yönelimi güçlendirmekte, taşınabilirlik yaygınlaşmakta, kullanım

⁸⁴ Aydın, Cengiz Hakan ve diğerleri, (Ed.) (2005). Temel Bilgi Teknolojileri, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, s. 2

⁸⁵ Canbek, Gürol, Sağiroğlu, Şeref, 2006, Casus Yazılımlar ve Korunma Yöntemleri, Ankara, Grafiker, s. 4

kolaylaşmaktadır. Bu ürünleri (cep telefonu, bilgisayar v.b.) kullanmak için bir kaç tuşa basmak yeterli olmaktadır. Görebilen, sesli komutlara yanıt verebilen, konuşabilen yeni medya ürünlerine yönelim artmaktadır. Sistemlerin şebekeleşme ve ağ yetenekleri artmaktadır. İletişim kapasitesinin artması sonucu ağ üzerinden verilen hizmetler de çeşitlilik ve yaygınlık kazanmaktadır. Yeni medya mesajların dar alanda belirli kimselere (hedef kitleye) ulaştırılması yeteneğini yani “hedeflemeyi” artırmaktadır. Araca, ortama bağlı iletişim sağlayan yeni medya yüzyüze iletişimin yerini alabilecek düzeyde olmasa da “sanal topluluklar” içinde ses ve görüntünün iletişim ortamına eş zamanlı taşınabilmesini, işlenip dağıtılabilmesini sağlamaktadır⁸⁶.

Son yıllarda kişisel kullanıma sunulan bilgisayar teknolojileri ve elektronik iletişim alanındaki hızlı değişiklikler ve gelişmeler, insanlara özellikle işletme sahipleri ve çalışanlarına bilgi ve veriye ulaşma, meydana çıkarma, beceriyle kullanma, depolama ve dağıtma yeteneğini sunmuştur. Günümüzde bilgi günlük bazda araçlar ve internet yoluyla hızlı bir şekilde iletilmekte ve toplum içerisinde yayılmaktadır. Bunun yanında iletişim kapasitesi hızındaki artış birçok endüstri ve iş alanı için küresel pazarlar meydana getirmiştir. Bu doğrultuda rekabetin artması ve küreselleşme Dünya’da yeni yönetim yaklaşımlarının doğmasına ve popülerlik kazanmasına neden olmuştur. Bu yeni yaklaşımlar arasında ön plana çıkanlar, toplam kalite yönetimi, müşteri tatmini, kıyaslama, küçülme, dış kaynak kullanımı, örgütsel öğrenme, stratejik planlama ve tabii ki bilgi yönetimidir. 21. Yüzyılda işletmeler, rekabet gücüne sahip olmalı, hızlı hareket edebilmeli, pazarda yenilikçi olmalı ve küresel şartlara uyum sağlamalıdır. Bütün bunları gerçekleştirebilmek stratejik başarıyı en üst düzeye çıkaracak şekilde bilgi oluşturma kapasitesi yüksek yeni tip organizasyonlar gerektirmektedir. Bu doğrultuda işletmeler için bilgi, evrensel pazarda ve çevrelerde ayakta kalabilmek ve başarı için diğer üretim

⁸⁶ Mercan, Sevgim, 2008, Bilgi Teknolojilerinin Örgütsel Yapılara Etkileri,(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi SBE, s. 4

faktörlerinden farksızdır. Bu nedenle işletmeler bilgi üreten ve bilgiyi yöneten mekanizmalar halini almalıdır⁸⁷.

Dünyadaki en önemli buluşu televizyon olarak gösterebiliriz. Elektronikte yaşanan hızlı bilimsel gelişmeler modern toplumlardaki sosyal hayatın her alanında köklü değişikliklere yol açmıştır. Gelişen teknolojilerin kullanıldığı yeni ticaret yöntemleri, ekonomik ilişkilerde hem ticaret sektörünü hem de devlet sektörünü önemli ölçüde yeni yöntemlere uyma ve kendisini buna göre yeniden tanımlamaya yöneltmektedir⁸⁸.

Özellikle gelişmiş ülkelerde ticaretin yaygın bir hal alması, iletişim araçlarının artması ve çeşitlenmesi insanların ticareti benimseyerek bir yaşam modeline çevirmektedir. Bilgi teknolojileri de bir tür ticari ilişkiler sarmalında öte bir anlam taşımamaktadır. Günümüz modern insanının bir dakikası bile ticaret olmadan geçmemekte, insan ilişkileri ticari anlamda sürmektedir. Bu durum hızlı bir iletişim yöntemi gerektirmektedir. İnternet ile dünya elinizin altında seyretmektedir. Bilindiği üzere günümüz küreselleşen dünyasında markalaşmanın, reklâm ve tutundurma faaliyetlerinin önemli bir rekabet faktörü olduğu bir kere daha yinelenmiştir. Bilgi çağında bilgi üretiminin son hızla gelişmesi internetin alanını daha genişletecek gözükmemektedir. İnternetin beslendiği kaynak bilgidir. Ancak teknoloji, iletişim araçlarının kullanımında seçenek çeşitliliğini artırmaktadır⁸⁹.

Birçok sosyal bilimci, araştırmalarında kitle iletişimi ile birey ve toplum yaşamını sosyolojik, sosyal psikolojik yaklaşımlar ile sorgulamış ve buradan birey ve toplumsal davranış biçimlerini açıklamaya çalışmışlardır. Ataerkil aile yapısından modern toplum yapısına geçiş ile birlikte, kitle iletişimi toplum ve grupların adeta yerini alarak, bireyin gelişim süreci içerisinde önemli bir yere sahip olmuştur. Tek taraflı bir iletişim kaynağı olarak görülen kitle iletişim araçları, birey ve toplumlara yalnızca bilgi aktaran araçlar olmaktan çok,

⁸⁷ Gupta, J. N.D, Sharma , S. K., Hsu, J., (2007) "An Overview of Knowledge Management" Ed: Murray, J. E., Knowledge Management: Concepts, Methodologies, Tools and Applications, Information Science Reference, Hershey, New York, s. 41

⁸⁸ Kalkan, V. D. Keskin, H. (2005) "KOBİ'lerde Bilgi Yönetimi Süreci ve Araçları" Bilig, Güz / 2005, sayı 35, 173-204, s. 182

⁸⁹ Kalkan, V. D., (2006) "Örgütsel Öğrenme Ve Bilgi Yönetimi Kesişim Ve Ayrışma Noktaları" Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar-2006 C.5 S.16 (22-36), s. 29

onları eğiten, nerede nasıl davranacaklarını, neyi nasıl algılayarak anlayacaklarını, hatta neyin iyi ya da kötü olduğuna, nelere bağlı olduğuna karar vereceklerini öğreten iletişim araçları haline bürünmüştür⁹⁰.

Son yıllarda telekomünikasyon sistemlerin artması ve internetin yaygın kullanımı taşıma ve iletişim maliyetlerini de düşürmüştür. Ticari konteynır taşımacılığı ile kamyonların arkasına yüklenen konteynırlar doğrudan gemilerden veya kamyonlardan alınıp demiryollarına aktarılabilmektedir. Bu şekilde malların ulaşım araçlarındaki değişimi hem çok hızlanmakta ve hem de mallar üzerinde bir bozulma etkisine sebep olmamaktadır. Ürünlerin depolanmasında ve taşınmasındaki bu tür gelişmeler, malların okyanusları aşarak diğer kıtalara kolaylıkla ulaşmasını sağlamış ve küreselleşmenin hızlanmasına önemli etki sağlamıştır. Merkezin 2000 yılı verileri ile dört büyük şirketi ABD Exxon Mobil, Wall-Mart Stones, GM, FM şirketleridir. İlk 25 ülkede merkez ülkeler içinde dünya ticaretini yaklaşık %85 gerçekleştiriyor⁹¹.

Son yıllarda dev şirketler farklı ülkelerde yatırım yapmakta, böylece, hem yatırım yapılan ülke hem de yatırımı yapan ülke açısından ekonomi politikaları farklı bir yöne doğru değişim kaydetmektedir. Her iki tarafında ekonomi politikası büyük bir değişime uğramaktadır. Yatırım yapan firma açısından ülkenin çeşitli zengin kullanılabilir kaynakları (işgücünün fazla olması, sermayenin fazla olması, doğal kaynakların fazla olması gibi) pazara hakimiyeti artırmakta ve ülke ölçüsünden dünya ölçüsüne dönüşmesini, kârın yüksek oranda elde edilmesini sağlamaktadır. Bu durum ülke ekonomi politikasına da faiz oranları, vergiler, asgari ücret, kredi politikaları gibi ülkesel açıdan ciddi değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Ayrıca bu dev şirketler, yatırım yaptıkları ülkelerde o ülkenin yerel büyük firmaları ile güçlerini birleştirerek o ülkenin devlet yardımları ve diğer sübvansiyonlarından da fazla bir şekilde yararlanmaktadır⁹².

Bütün devletlerin kendi yapılarına uygun olan farklı toplumsal, kültürel, iktisadi, siyasi değerlere sahiptir. İşletmelerin dünya çapında faaliyet

⁹⁰ Avcı, Avcı, a.g.e.

⁹¹ Kalkan, a.g.e, s. 29

⁹² Uzun, H. Durna, U. (2008) " İşletmelerde Rekabet Unsuru Olarak Bilgi Yönetimi" Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, Haziran 2008, Cilt:1, Sayı: 1, 33-40, s. 36

göstermesi kendine özgü yapısı bulunan devletlerin yerel kurallarını değiştirmeye yöneliktir. Bir çok devlet bilgi teknolojilerinin korunmasına dair sorunlarına çözüm aramakla meşguldür. Küreselleşme bu bakımdan düşünüldüğünde, gerçekten dengelerin çabuk bozulmasına ya da çabuk düzelmesine neden olmaktadır.

Dünya çapındaki pazarlama için en önemli konu, uluslararası piyasalara girişi zorlaştıran dengelerdir. Pazarlama hedef müşterilerin ihtiyaçlarını karşılarken onlara karşı tekliflerin sunulmasını düzenleme görevidir. Bununla birlikte, bazen müşteri olmayanlara da doğru zamanda ve doğru miktarda bir baskı ile ek yararların yaratılması gerekir. Bu pazarlama stratejileri devletlerin farklı konumlarını kendi statülerine ya da kendi ayarlarına çekebilmek, devletin köklü yapısını yumuşatarak, farklı bir ticari yapıya büründürmek amaçlıdır. Devletler, ister istemez kendi geleneklerine uymasa da ileride ki refahı düşünerek bu yapılara prim vermek zorunda kalmaktadır⁹³.

Politikalar hedeflere ulaşmak için izleyeceğimiz yolu tanımlar. Politikalar genellikle, net tanımlanmış ve ölçülebilir olmalıdır. Biz eğer prestijli ürün ve hizmeti sunacaksak hangi fiyat aralığında, hangi moda değişimi sıklığında, hangi ortamda hizmet sunacağımızı tanımladığımızda politikalarımızı tanımlamış oluruz. Stratejik politikalar stratejileri ölçülebilir, rakamsal ve sürekli izlenebilen performans ölçütlerine indirger. Esasında, planlama safhasında alınan kararlar çeşitli yatırımları gerektirir. Bu yatırımlar tesis ve teknolojiye yapılan yatırımlar ve insana yapılan yatırımlar olarak iki gruba ayrılabilir. Satın alınan teknoloji üretim sistemlerine ve yaratılan hizmete yapılan yatırımların bir parçasıdır. Kimi kuruluşlar ise teknolojilerini kendileri geliştirirler. Çünkü kendine has bir üretim biçimine sahiptir. Bu bakımdan strateji oluşturmakta pek sıkıntı çekmez. Bu kuruluşların teknoloji yatırımları ise insana yapılan yatırımlar olarak ortaya çıkar. Çünkü teknolojiyi

⁹³ Avcı, Avcı, a.g.e.

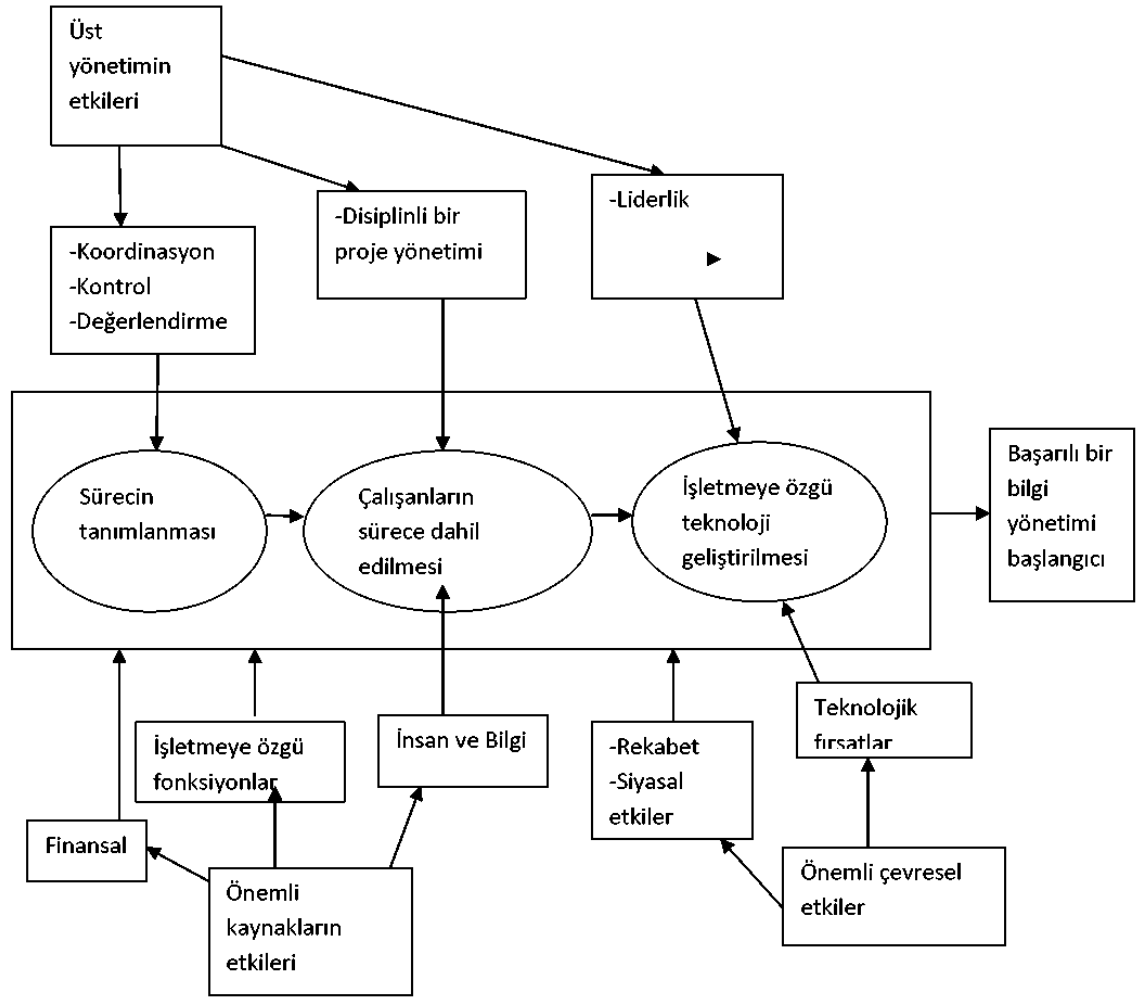
de yaratan insandır. Şirketlerin muhasebe sistemlerinde, insana yapılan yatırımlar genellikle bir gider olarak görülür⁹⁴.

Görüldüğü gibi işletme yönetiminin temel fonksiyonları (planlama, örgütlenme, koordinasyon, yürütme, kontrol) ve yaklaşımı, stratejik planlamada da değişmemekte, ancak bu fonksiyon ve yaklaşımlar dış çevre üzerinde odaklaşmaktadır. Sürekli değişen çevre, ister yararlanılabilecek bir fırsat olsun, isterse karşı konulması gereken bir tehlike olsun, bir işletmeyi her an beklenmedik olaylarla karşı karşıya bırakabilir. Stratejik planlamanın amacı da geçmişteki başarıları tekrar etmek değil, beklenilmeyen durumların üstesinden gelmek ve çevre problemlerini halletmektir. Bu açıdan ele alındığı zaman stratejik yönetim, rekabet ortamında işletmeyi yenik düşürmemek için bir takım analitik kavramlar, felsefe ve yaklaşımlar, örgütlenme modeli ve araçlar, yeni düşünce ve teknikler geliştirme süreci olarak da görülebilir⁹⁵.

Artık dış pazarları gözardı ederek sadece iş pazarla yetinmek ve iş pazara girmeye çalışan yabancı işletmeleri gözönünde tutmamak zordur. Dış pazarlara girmeye çalışırken başarılı olmanın önemli yolları, yabancı işletmelerle ortak girişim ve stratejik işbirliği yapmaktır. Pazarlar hakkında hızlı ve çok miktarda bilgi toplanabilmesi ve reklam vb. pazarlama araçlarının etkili kullanımı sayesinde işletmeler dünyada geniş pazarlara hizmet verebilmektedirler.

⁹⁴ Kalkan, a.g.e, s. 30-31

⁹⁵ Kurtoğlu, 2014, a.g.e.



Şekil 2 Massey ve diğ. Bilgi Yönetimi Modeli

Kaynak: MURRAY, E. Jennex., (2007) "Knowledge Management Success Models" Ed: Murray, J. E., Knowledge Management: Concepts, Methodologies, Tools and Applications, Information Science Reference, Hershey, New York.

Bilgi teknolojilerini tanımlamada üzerinde uzlaşılan bir tanım olmamasına ve literatürde farklı tanımlar yapılmasına rağmen, çalışmamızda genel kabul gören tanımlar üzerinde duracağız. Bilgi teknolojileri ile benzer tanımlara sahip kavramlarda kullanılmaktadır. Bilgi teknolojileri ve bilgi iletişim teknolojileri bu kavramlardan bazılarıdır. Bilgisayar ve bilgi teknolojisi ile ilgili literatür incelendiği zaman, bilgi teknolojisi kavramının çeşitli biçimlerde tanımlandığı görülmektedir. Tanımlardaki ortak noktalar göz önüne alındığı zaman, bilgi teknolojisi teriminde, bilgisayar ve iletişim

teknolojilerinin birlikte kullanılmasıyla ortaya çıkan güçlü sistemlerden söz edilebilir⁹⁶.

Bilgi teknolojileri; kavram olarak, verilerin kayıt edilmesi, saklanması, belirli bir işlem sürecinden geçirmek suretiyle bilgiler üretilmesi, üretilen bu bilgilere erişilmesi, saklanması ve nakledilmesi gibi işlemlerin etkili ve verimli yapılmasına olanak tanıyan teknolojileri tanımlamada kullanılan bir terimdir. Bilgi teknolojileri; sesli, resimli, metinli ve sayısal verilerin elde edilmesi, işlenmesi, saklanması ve dağıtımını yürüten mikro-elektronığe dayalı hesaplama ve iletişim teknolojilerini içerir. Bu çerçevede, başta bilgisayarlar ve bunlara destek sunan girdi ve çıktı donanımları olmak üzere faks, mikrografik, telekomünikasyon, doküman doldurma ve hazırlama makineleri ve basım makineleri vb. bilgi teknolojileri terimi içinde yer alan donanımlar olmaktadır. Bilgi teknolojileri lazer, fiber optik, ses tarayıcıları gibi iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak hızla gelişmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin işbirliği içinde gelişmesi, bilginin üretilmesi ve akışının daha etkili ve verimli gerçekleştirilmesinde devrimsel bir değişimi sağlamıştır. Bilgi artık daha verimli ve etkili işlenebilmekte, daha hızlı ve arzu edilen biçimlerde iletilebilmektedir⁹⁷.

Günümüzde bilgi teknolojileri, işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamalarında önemli bir rol oynamaktadır. Bilgi teknolojisi, bilginin toplanmasına, işlenmesine, saklanmasına, iletilmesine ve erişilmesine olanak sağlayan bilgisayar ve iletişim teknolojileri şeklinde tanımlanabilir⁹⁸.

3.10.KÜRESELLEŞME ÇERÇEVESİNDE ESKİ VE YENİ EKONOMİNİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Eski ekonomi denildiğinde, geleneksel yüzyüze ticaret, ticari ilişkilerde esneklik, kas gücü, ve imalat bazlı gelişmeler olarak anlaşılmaktadır. Yeni ekonomi de ise beyin gücü, bilişim ve iletişim araçlarının seri kullanımı

⁹⁶ Kurulgan, Mesut, (2004), Bilgi Teknolojilerinin Üniversite Kütüphanelerinde Yönetim İşlevleri Üzerine Etkileri ve Türkiye'deki Uygulamaya İlişkin Bir Araştırma.Doktora Tezi, Anadolu Ün. Sos. Bil. Enst., Eskişehir, s. 8

⁹⁷ Bensghir, Türksel Kaya. (1996). Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara, s. 19

⁹⁸ Güleş, Hasan Kürsat. (2000). Rekabet Üstünlüğü Ve Bilisim Teknolojileri, Verimlilik Dergisi. Ankara: MPM Yayını, s. 90

kastedilmektedir. Eski ekonomi de işletmeler büyük çoğunlukla yurt içi üretimi ve satışı benimserken yeni ekonomi de işletmeler yurt içinden daha çok yurt dışı üretimi ve satışı düşünmektedirler. Diğer yandan yeni ekonomi de AR-GE faaliyetleri eski ekonomiye göre çok daha önemlidir.

Yeni ekonomi maliyetleri azaltarak üretimi çoğaltmaya odaklıdır. Oysa geçmiş ekonomilerde bu durum belli bir fiziki olguya bağlıdır ve belirli bir seviyeye kadar çıkabilecek nitelikteydi. Genel geçer ifade ise “ortalama maliyetler” olarak bilinir. Fakat bu durum yeni ekonomide üretimin sürekli artacağı düşünülerek, son birim maliyetinin düşürülmesi düşünülür⁹⁹.

Aşağıda ki tabloda yeni ve eski ekonomi farklılıkları gösterilmektedir.

Tablo 1 Yeni ve Eski Ekonomi Farklılıkları

KONULAR		ESKİ EKONOMİ	YENİ EKONOMİ
Ekonomik Karakteristikler	Pazar	Statik	Dinamik
	Faaliyet Alanı	Ulusal	Küresel
	Organizasyon Yapısı	Hiyerarşik	Çalışma Ağı, Girişimci
	Coğrafi Hareket Kabiliyeti	Düşük	Yüksek
	Bölgeler Arası Rekabet	Düşük	Yüksek
Endüstri	Üretim Yönetimi	Kitle Üretimi	Esnek Üretim Kabiliyeti
	Temel Üretim Faktörleri	Sermaye, İş gören	Yenilik, Bilgi
	Kritik Teknolojik Faktör	Mekanizasyon	Dijitalleşme
	Rekabette Avantaj Kaynağı	Maliyet	Yenilikçilik, Kalite, Pazar Bilgisi, Maliyet
	AR-GE'ye Verilen Önem	Orta	Yüksek
	Sektörel İlişkiler	Yalnız Çalışmak	Anlaşma / Birleşmek
	Pazarlama Faaliyetleri	Kitlesel Pazarlama	Kişisel Pazarlama
İşgücü	Hedef	Sürekli İş	Yüksek Ücret ve Gelir
	Beceriler	İşe Odaklılık	Geniş Kapsamlı Beceriler, Birden Fazla Konuya Hâkim Olma
	İşveren-İş gören İlişkileri	Rekabet	Birlikte Çalışma
	İstihdam Özelliği	Sabit	Risk ve Fırsatlarla Donatılmış
Devlet	Şirket-Devlet İlişkileri	Yaptırımcı	Şirketlerin Yenilenmesine ve Büyümesine Destek
	Denetim	Kontrolcü	Esnek, Pazar Odaklı

Kaynak: Söylemez, A., 2001. Yeni Ekonomi. Boyut Kitapları, İstanbul, s. 23.

⁹⁹ Söylemez, A., 2001. Yeni Ekonomi. Boyut Kitapları, İstanbul

Yeni ekonomide, sürekli değişen şartlar, bunlara sürekli kendini uydurmak ve gerekli tepkiyi vermek önemlidir. Bu durum yeni ekonomiyle eski ekonomiyi birbirinden ayıran en önemli özelliktir. Yeni ekonomideki en önemli diğer bir fark ise bilginin ve iletişim araçlarının teknolojik farklılıkları ile sürekli kendini geliştiren bir yapıya sahip olmasıdır. Geleneksel düzendeki hiyerarşik atmosfer, yerini bilgiyi bilen ve gerektiği gibi kullanana bırakmıştır. Yeni ekonomi bilgi üretimi üzerine odaklıdır.

Yeni ekonomi farklı alanlarda pek çok kalıbın değişmesine neden olmaktadır. Bu değişimin temelinde bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin rolü önemlidir.

Ortaya çıkan yeni ekonomi bir takım prensiplere dayanmaktadır. Bunlar aşağıda verilmiştir¹⁰⁰:

- İnsanları Ağ'a (Network) Dâhil Etmek: Network'ların değeri, ona dâhil olan insanlarla birlikte artar.
- Sistemleri Açık Hale Getirmek: Bir teknolojiyi ne kadar fazla insan kullanırsa değeri o kadar artar. Bu sistemler için de geçerlidir. Kapalı sistemlerin varlıklarını sürdürebilmesi için tek şansı açık hale gelmektir.
- Eski Alışkanlıkları Terk Etmek: Organizasyonlar daha büyük başarılar gerçekleştirmek için eski alışkanlıklarını terk etmek zorundadırlar.
- Fırsatları Daha Fazla Önemsemek: Sorunları çözmek yerine fırsatları yakalamaya odaklanmak gerekmektedir.
- İlişkileri Güçlendirmek: Ağ (network) ekonomisinde amaç, ilişkilerin gücünü ve etkisini arttırmaktır.

¹⁰⁰ Taşlıyan, M., 2006. Elektronik Ticaret Kavramlar ve Uygulamalar. Sakarya Kitapevi, Kahramanmaraş.

4.FİLM ENDÜSTRİSİNDE KÜRESELLEŞME VE AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN DÜNYANIN KÜRESELLEŞMESİNDE ETKİSİ

4.1.ENDÜSTRİ

Endüstri kavramı İktisadi bir kavram olan terimi, üretim ve ticareti; herhangi bir iş kolundaki çalışmaların bütünü; belirli bir ürünün üretim sürecinde, sürece dâhil olan bütün unsurları kapsayan sistemi açıklamak için çeşitli anlamlarda kullanılır. Bu bağlamda endüstri sınıflandırması da incelenen endüstrilerin önemlilik düzeyleri (birincil, ikincil, vb.); kullanılan finansın menşei (ulusal, çok uluslu, global); üretim fonksiyonundaki belirleyici faktörleri (emek yoğun, teknoloji yoğun, sermaye yoğun); gelişmişlik düzeyleri (zayıf, güçlü); ortaya çıkan ürün (örneğin otomobil endüstrisi ya da sinema endüstrisi) gibi değişkenlere bağlı olarak çeşitli şekillerde yapılmaktadır. Bu söylenenlere ek olarak endüstriyel devrimin ortaya çıktığı ülkelerin gelişmesi, bu ülkelerdeki mevcut endüstrilerin de güçlü endüstriler olmasını sağlamıştır. Endüstriyelleşme pratiğinde geciken ya da bu süreçte sıkıntılar yaşayan ülkelerde ise endüstriler zayıf kalmışlar ve/ya yavaş, sorunlu gelişmişlerdir¹⁰¹.

4.2.FİLM ENDÜSTRİSİ

Sinema endüstrisi terimi de sinemaya dair üretim sürecini ve sürece dâhil olan tüm unsurları kapsamaktadır. Hammadde ve ekipman tedarikçileri de üretimi ve sinema endüstrisini ilgilendirmektedir. Bununla birlikte sinema endüstrisinin kapsamı içine giren ana unsurlar, endüstrinin üretim, dağıtım ve gösterim ayaklarıdır. Zaman içinde teknolojiye ve başta sosyo-ekonomik yapı olmak üzere çeşitli değişimler göstermekle birlikte, endüstriyel süreç içinde satın alınan hammadde olan selüloidin (günümüzde dijital kameralarla selüloid de başat rolünü yitirmiştir) ekipmanlar kullanılarak yeni bir ürüne, filme dönüştürülmesi ve tüketiciye-izleyiciye ulaştırılması esastır. Bu açıdan bakıldığında hammadde ve teknoloji üretiminin olmaması, üretim, dağıtım ve

¹⁰¹ Büyük Larousse. Sanayil C. 19Milliyet Yayınları, 1992, . İstanbul, s. 10139

gösterim ayakları ile ilgili koşul sağlandığı durumda sinema endüstrisinin var olduğu gerçeği ile çelişmemektedir.

4.3.KÜLTÜR VE FİLM ENDÜSTRİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Kültür Endüstrisi Kuramı Frankfurt Okulu'nun önemli temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer tarafından, altyapı ile üstyapı arasındaki diyalektiğin, üstyapı ve altyapının bütünselleşmesine evrilmesi anlatılmak için geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Bu kuram, endüstriyel toplumun altyapıda ve üstyapıda kendini yeniden üretmekte olduğu düşüncesinden beslenmektedir. Kültür ürünlerinin metalara dönüşmesi, kültür endüstrisinin diğer endüstriler gibi incelenbilmesini olanaklı kılarken, diğer endüstriler ve endüstriyel toplumun kendi özgül yapısını anlamak açısından da kültür endüstrisinin ürünlerinin incelenmesinin önemini artırır. Bu bakış açısıyla meta olarak görülen sanat eserinin kendisinden çok etkisi üzerinde durulur. Sanatın olumsuzlaşma etkisi yadsınmamakla birlikte, Adorno özelinde incelendiğinde, zaman zaman kendine muhalif şerhler düşse de savunduğu sanat kuramının kötümser ve seçkin olduğu görülecektir. Bununla birlikte kötümser tavrında, kuramın ortaya çıktığı koşulların etkisi de belirgindir. Yine de özel olarak bu kuram ve genel olarak Frankfurt Okulu kitle kültürü, popüler kültür, egemen kültür gibi çeşitli kavramların tartışılmasında dayanak noktalarından biri olmaktadır. Kitle kültürünün ve sanat-meta ilişkisinin yoğun olduğu sinema çalışmalarında da belirli bir bakış açısı sunmaktadır¹⁰².

4.4.AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİM AŞAMALARI

Sinema sanatının üretkenliğinin ve devamlılığının sağlanması için temelinde sinemasal ürünü yani filmi meta sayan, imâl eden ve pazarlayan bir endüstrinin gerekli olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda gelişmiş ülkelerde bir sanat dalı olmasının yanı sıra ticari bir sektör ve başka büyük sektörler kadar büyük bir ekonomik alan olan sinema, özellikle Amerika'da yüksek kâr getiren bir is koluna dönüşmüştür. Öyle ki Hollywood yapımı filmlerin hem yapım bütçeleri hem de yapım sonrası kâr payları milyon

¹⁰² Slater, Phil, Frankfurt Okulu, çev. Ahmet Özden, Kabalcı Yayınevi, 1998. İstanbul:

dolarlarla ifade edilebilmektedir. Bu bağlamda 1915 ve 1916 yıllarında, sinema tarihinin ilk uzun metrajlı kurmaca filmleri olan ve David W. Griffith tarafından yönetilen Bir Ulusun Doğuşu (A Birth of a Nation, 1915) ve Hoşgörüsüzlük (Intolerance, 1916) filmleri, Wall Street'in ve bankaların sinemaya yatırım yapmalarını sağlamaları açısından Amerikan Sineması'nda endüstrileşmenin başlatıcıları olarak değerlendirilmiştir. Yapım maliyeti yüz on bin dolar olan Bir Ulusun Doğuşu filmi, elli milyon dolardan fazla gişe hâsılatı elde etmiştir¹⁰³.

Amerika'da sinemanın bir endüstriye dönüşmesinde rol oynayan öncüler, bilim adamları, tiyatrocular ya da sanat meraklılarından çok, sinemanın ticari imkânlarını etüt eden tüccarlar olmuştur¹⁰⁴.

Örneğin Ünlü Oyuncular Anonim Şirketi'nden (Famous Players Corporation) sonra Paramount'un başına geçen Adolph Zukor, ilk sermayesini eldiven ticaretinden sağlamış ve kazandığını sinemaya yatırmış bir tüccardır. Zukor, 1912'de Daniel Frohman ile Famous Players'ı kurmuş ve 1916'da Jesse J. Lasky ile ortak olmuştur. Zukor gibi sinema alanı dışından gelen eski altın arayıcısı, gazeteci ve müzikli oyunlar yapımcısı Lasky ise ilk yapım şirketini (Jesse Lasky Feature Play Company / Jesse Lasky Konulu Film Sirketi) Samuel Goldwyn ve kariyerine oyunculukla başlayıp daha sonra yönetmenlik yapan Cecil Blount de Mille ile birlikte kurmuştur.

4.4.1. İlk Gösterimler ve Nickelodeonlar

Amerikan ticari salon gösteriminin, Thomas Alva Edison'un 1888 yılında bulduğu ve yansıtılan resimlerin bir gözden bakılarak izlenebilmesine olanak sağlayan kinetoskop cihazı ile başladığı kabul edilmektedir. Edison bu yıllarda "geniş grupların eğlenmesi amacıyla hareketli görüntüyü"¹⁰⁵ yansıtmak yerine, kişisel amaçlar için yapılmış sinema yansıtma sistemleri üzerinde durmuştur¹⁰⁶.

¹⁰³ Monaco, James, Bir Film Nasıl Okunur?, Çev.: Ertan Yılmaz, İstanbul, Oglak Yayıncılık, 2001, s. 228

¹⁰⁴ Scognamillo, Giovanni, Dünya Sinema Sanayi, İstanbul, Timas Yayınları, 1997, s. 23

¹⁰⁵ Rotha, Paul, Sinemanın Öyküsü, Çev: İbrahim Sener, İstanbul, _zdüsüm Yayınları, 2000, s. 34

¹⁰⁶ Monaco, a.g.e. s. 223

Edison 1894 yılında New York'ta, tek kişinin mercekle kanalıyla görüntüleri izleyebildiği ilk kinetoskop salonunu açmıştır. Ancak kinetoskop cihazı ile perdeye görüntülerin yansıtılması mümkün olmadığından bu tarihte toplu bir gösterimden söz edilememektedir. Bu bağlamda hareketli resmi Edison icat etmiş olsa da “çağdaş endüstriyel pratiklere uygun olarak”¹⁰⁷ görüntüyü geniş bir izleyici topluluğuna yansıtmayı olanaklı kılan sinematograf cihazı, 1895 yılında Fransa'da Louis ve Auguste Lumière tarafından geliştirilmiştir.

Amerika'nın ilk sinema salonu olarak bilinen Electric Theatre, 1902 yılında Thomas L. Tally tarafından Los Angeles'da açılmıştır. Salonda filmin dramatik yapısına uygun melodilerin çalınabilmesi için bir piyano bulundurulmuştur. Giriş ücreti olarak nikel alaşımlı madeni beş peniler kullanıldığı için bu salonlara “Nickelodeon” ismi verilmiştir. Amerikan Sinema Endüstrisi'nin gelişimi açısından büyük öneme sahip olan ilk Nickelodeon'un açılmasından birkaç yıl sonra iki yüz ya da üç yüz koltuk kapasiteli salonlar, ülkenin birçok bölgesine yayılmıştır. “Nickelodeon işletmecilerinden bir bölümü orta sınıf aileler için özel programlar hazırlamış, kadınlara ve çocuklara indirimli ya da ücretsiz tarifeler uygulamıştır”¹⁰⁸.

4.4.2. Stüdyo ve Star Sistemi

Bu dönemde San Francisco sinema pazarını kontrolünde tutan ve tröstün üyelerinden biri olan William Wardsworth Hodkinson, tekelin katı politikalarına karşı çıkmıştır. Hodkinson, film boyutlarının standartlığı, sabit kira tarifeleri ve günlük program değişikliklerinin sinema endüstrisini yavaşlattığına inandığını söylemiştir. Sinema endüstrisinde geleneksel olan dağıtım uygulamalarının birçoğu Hodkinson ile başlamaktadır. Çünkü tüm sinema salonlarını, boyutlarına ve önemine göre derecelendirmiş, onlar için farklı kira düzeyleri oluşturmuş ve aynı filmin yakın bir sinema salonunda gösterilmesine engel olmak üzere hareket etmiştir¹⁰⁹.

¹⁰⁷ Pearson'dan aktaran Nowell-Smith, Geoffrey, Dünya Sinema Tarihi, Çev: Ahmet Fethi, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2003, s. 32

¹⁰⁸ Demirbilek, Alev, Dünya Sinema Tarihi Ders Notları-I, İstanbul, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema-TV Bölümü, Engin Fotokopi, 1994, s. 24

¹⁰⁹ Kerr, Paul, 1986, The Hollywood Film Industry, New York Routledge&Kegan Paul Inc., s. 190

Endüstrinin içinde oluşan ve farklı kentlerde (New York ya da Los Angeles) gelişim gösteren; yaratıcılık ve özgün olma hali ile kalıp formül uygulamasını temel alan yapım siyaseti, temelde Amerikan Sineması'nın yapımçı ya da marka sineması olma yolunda ilerlemesi ortak sonucuna hizmet etmiştir. Yapımçı sineması ya da marka sineması ise en fazla "Star Sistemi"ne ihtiyaç duymuştur. Çünkü bu dönemde bir filmin izleyici sayısının belirlenmesinde yönetmenin yaratıcı gücü ya da senaryo yazarının yeteneğinden çok, filmde yer alan starların isimleri etkin rol oynamaktadır. Bu durumu Scognamillo şu şekilde değerlendirmiştir: "Film bir üründür, markası yapımevinin adıdır, ambalajı yapım olanakları, kapağı ise yıldız oyuncudur"¹¹⁰.

Star Sistemi ile birlikte bağımsız yapımcılar, MPPC'nin gizli tutmayı tercih ettiği oyuncu isimlerini açıklamaya başlamıştır. Oyuncu isimlerinin açıklanmaya başlanmasından ve 1912 tarihinde ilk hayran dergilerinin yayınlanmasından birkaç yıl sonra, 1916'da Charles Spencer Chaplin, Mutual Film Corporation yapım şirketi ile bir anlaşma imzalamış ve haftada 10 bin dolar, prim olarak da 150 bin dolar ile yılda toplam 675 bin dolar kazanmıştır. Bir yıl sonra Mutual Film Corporation'dan First National Exhibitors Circuit'e geçtiğinde, Chaplin sekiz film için, senaryo yazarı yönetmen-oyuncu sıfatı ile 1.075.000 dolar almıştır¹¹¹.

4.4.3.Sesli Sinemaya Geçiş

Sinemaya sesin girmesinde dağıtım faktörü, belirleyici bir etken olarak görülmektedir. Zira 1924–25 yıllarında Warner Bros. firması, rakipleri tarafından kontrol edilen sinema zincirlerine film vermektен yoksun olması nedeniyle, filmlerini uygun bir şekilde dağıtamamış ve iflasın eşiğine kadar gelmiştir. Şirket bu çıkmazdan kurtulmak için sermayelerinden arta kalanlarla bir ses stüdyosu kurarak, eşsüremlili film yapımı işine girmiştir¹¹².

Sesin sinemada yarattığı hareketlenmeye karşın, 1929 yılında yaşanan ekonomik krizin etkisiyle finans dünyası Hollywood'a desteğini

¹¹⁰ Kerr, a.g.e.

¹¹¹ Scognamillo, Giovanni, Amerikan Sineması, İstanbul, Agaç Yayıncılık, 1994, s. 15

¹¹² Rotha, Paul - Richard Griffith, Sinema Yazıları, Çev.: Ayzer Ovatman, İstanbul, İzdüşüm Yayınları, 2001, s. 87

azaltmış ve 1933 yılında o tarihte ülkede var olan on altı bin sinema salonunun beş yüzü kapanmıştır. Bunun sonucunda film maliyetlerinin düşürülmesi yoluna başvurulmuştur. Ayrıca sesin sinemaya girmesi dil engelini ortaya çıkarmıştır. İlk Amerikan sesli filmleri, dağıtım yapılan ülkelerde tepkiyle karşılanmıştır. Amerikan Sineması bu sorunu çözmek amacıyla her sesli filmin sessiz bir versiyonunu çekmeye başlamıştır. Ayrıca yabancı oyuncularını Hollywood'a getirerek onlara kendi dillerinde filmler çevirtmişlerdir. Ancak her iki yöntemin de pahalı ve elverişsiz olduğunun anlaşılmasıyla, Paris yakınında büyük bir işletme kurularak Amerikan filmlerinin yabancı versiyonları çekilmeye başlanmıştır¹¹³.

4.4.4. Televizyonun İcadı ve Renkli Yayın Dönemi

1950'lerden başlamak üzere teknik yapıda iktisadi nedenlere bağlı olarak yeni yapılanmalar kısa süre içinde birbirini izlemeye başlamıştır. Amerika'da NBC kanalının 1939'da ilk düzenli televizyon yayınına başlaması ve kanal sayısının kısa sürede artmasıyla sinema pazarı yeniden şekillenmiştir. Bunun sonucunda sinema bileti satışları büyük oranda düşmüş, birçok sinema salonu kapanmıştır. 1950'lerin ortalarına doğru film yapım sayısındaki düşüş bütün büyük yapımevlerine yayılmış ve çekim stüdyolarının satılması ile sonuçlanmıştır. Bu dönemde bölge işletmelerinin iki film birden kuşaklarına takviye olarak kullandıkları dar bütçeli yapımlar da geçerliliğini yitirmiştir¹¹⁴.

Çağın en önemli araçlarından sayılan televizyon, aynı anda göze ve kulağa hitabeden en etkili iletişim aracıdır. Bu aracın asıl etkisi görselektir, ses bu unsuru desteklemektedir¹¹⁵.

21. yüzyılda insanların saatlerce karşısında oturabildiği televizyonun babası John Baird görüntü ve sesi elektronik olarak bir yere aktarması için ilk çalışmalarına 1920'lerde başlamıştır¹¹⁶.

¹¹³ Özön, Nijat, Sinema Uygulayımı, Sanatı, Tarihi, İstanbul, Hil Yayınları, 1985, s. 184

¹¹⁴ Scognamillo, 1994, a.g.e. s. 34

¹¹⁵ Pira G. Aylin, Baytekin E. Pelin, 2007, Halkla İlişkiler Neyi, Nasıl Yapmalı, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul, s. 205

¹¹⁶ Tikveş, Özkan, 2003, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, s. 140

Bu çalışmalar neticesinde ilk TV yayını 1928 ile 1935 seneleri arasında John Logre Baird tarafından İngiltere’de BBC aracılığıyla yapılmıştır¹¹⁷.

Alman bilim adamı Paul Nippon 1880’li yıllarda, ilk görüntü aktarımı sağlayan "Döner Disk'i" bulmuştur. Bu döner disk geliştirilerek televizyona ulaşılmıştır. Döner disk’in ikinci aşamasına, 1907 yılında İngiliz Alan Campbell ile Rus Boris Noring sağlamıştır. Bu iki bilim adamı ayrı ayrı olarak, hafif ışınların görüntü aktarılmasında kullanılacağını bulmuştur

4.4.5.Stüdyo Sisteminin Çöküşü ve Yeni Örgütlenmeler

Film endüstrisindeki ekonomik ve kurumsal değişimler, Hollywood’da gerçekleşmekte olan dönüşüme katkıda bulunmuştur. 1948 yılında Amerikan Yüksek Mahkemesi’nin tekel karşıtı kararı ile yapımcı ve dağıtımçıların sektörde sahip olduğu güçlü pozisyon (kâr temelinde) göstericilere geçmiştir¹¹⁸. Ayrıca televizyonun yaygınlaşması, daha önce sinemayı tercih eden seyircinin salonlardan uzaklaşmasına neden olmuştur. Bu etkenler Stüdyo Sistemi’ni çöküş sürecine sokmuştur.

4.5.HOLLYWOOD SİNEMASI

Hollywood aslında haritada bir bölgedir ve fakat 1920'lere gelindiğinde Amerikan Sinema Endüstrisini simgelemeye başlayacaktır¹¹⁹.

Dream Factoryll-Rüya Fabrikası olarak da bilinen Hollywood’un çıkış noktası Eastern Trustll-Doğu Tröstü’nün hegemonyasından kaçıştır. California’nın iklimi ve coğrafi koşulları Hollywood’ı stüdyolar için ideal ve kârlı bir yere dönüştürmüştür. 1920’ler itibariyle Amerikan filmlerinin %90’ı Hollywood’da üretilmeye başlanmış ve ürünlerin çoğu ihraç edilmiş böylece dünyanın en önemli pazarlarından biri olmuştur. 1930’larla birlikte stüdyolar tamamen dikey* olarak bütünleşmiştir. Bahsedilen dönemde Hollywood yılda yaklaşık olarak 600 (çoğu Avrupa ülkesinin 6 katı kadar) film üretilmiştir. 1948

¹¹⁷ Göksel, Ahmet Bülend, Yurdakul, Nilay Başok, 2007, Temel Halkla İlişkiler Bilgileri, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir, s. 303

¹¹⁸ Kerr, a.g.e. s. 191

¹¹⁹ Sklar, Robert Film: An International History of the Medium 2nd Edition, New York: Prentice Hall, 2002, s. 92

yılındaki Yüksek Mahkeme kararıyla bu dikey örgütlenmenin son bulması bütün sistemi değiştirmiştir. Bunu izleyen dönemde Televizyonun girişi Hollywood majörlerinin gücünü azaltmıştır. Hollywood bir Amerikan fenomeni olarak düşünülse de son dönemde başta Japonya olmak üzere Uluslararası sermayenin girişi Hollywood'un tamamen-Amerikan olma durumunu değiştirmiştir¹²⁰.

4.6.KÜRESELLEŞMEYİ ETKİLEYEN HOLLYWOOD'UN DÜNYA SİNEMA ENDÜSTRİSİNE HAKİM OLMASINI SAĞLAYAN FAKTÖRLER

Bir endüstrinin kendi iç dinamikleri dışında endüstri ile dolaysız ilişkili olmayan dışsal faktörler de endüstrinin gelişiminde etkilidir. Hollywood'un dünya sinema endüstrisine egemen olmasını sağlayan dışsal faktörler incelendiğinde bu faktörlerin Birinci Dünya Savaşı, Hükümetin ve Diğer Ticari Kuruluşların desteği ve Avrupa sinema endüstrilerinin rekabet gücünün zayıflaması olduğu görülecektir.

4.6.1.Hollywood'un Birinci Dünya Savaşından Etkilenmesi

Birinci Dünya Savaşı ve ardından yaşanan barış ya da silah bırakma süreçleri uluslararası alanda politik, ekonomik ve kültürel sistemleri etkilemiş; merkantalist sistemin politik yapılanması olan imparatorluklar yıkılmış, erken dönem kapitalist sistemin politik yapılanması olan ulus devletler öne çıkmıştır. Buna ek olarak Kant'ın "ebedi barış" fikrinden temellenen Wilson İlkeleri, barış sürecinin belirleyici doktrini olmuştur. Öte yandan Wilson İlkeleri'nin dünya barışı için dayanak noktası olan eşitlik fikrinin, Amerika'nın "primum inter pares" eşitler arasında birincill olmasına yol açtığı iddia edilmektedir¹²¹.

Savaş öncesi dönemde, kıta Avrupası'nın -özellikle Fransa, İtalya ve İngiltere'nin- sinema endüstrisinin üretim ve dağıtım ayaklarındaki

¹²⁰ Hayward, Susan, 2010, Cinema Studies The Key Concepts, 3. Basım, Routledge, Londra , s. 205

¹²¹ Ürer, Levent, Woodrow Wilson'un İdeal' Dünya Tasarımının, Türkiye Cumhuriyetinin Kuruluş Felsefesine Etkileri, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi No. 28 (Mart 2003), s. 19

egemenlikleri, savaş sürecinde son bulurken, Avrupa sineması, savaş sonrası dönemde Amerikan sinemasının stüdyo sisteminin —yayılmacı çıkarlarına ve çok farklı olan sinema vizyonunall teslim olmuştu. Savaş süreci ulaşım ve dış ticaret sorunu yüzünden kıta Avrupası'ndaki sinema endüstrisinin dağıtım ayağını etkilemesinin yanı sıra, üretim ayağında da emek -insan gücü-, ve ham madde sorunlarıyla etkili olmuştu. Savaş sonrası süreç incelendiğinde, yeni bir kültür kuran Sovyet sinemasının, yeni bir dil kuran Alman sinemasının yanı sıra yenedünyanın kitle kültürünü oluşturan Amerikan sinemasının yapısal değişimler geçirdiği görülecektir¹²².

4.6.2.Hollywood'un Ticari İlişkilerinin Büyüklüğü

Sessiz dönem boyunca Amerikan endüstrisi, yurt dışı operasyonlarında Dışişleri ve Ticaret Bakanlıklarından yardım aldı. ABD konsoloslukları izleyici tercihleri, gösterimi etkileyen koşullar ve rakiplerin faaliyetleri gibi film ticaretiyle ilgili önemli bilgileri toplama konusunda işbirliği yaptı. 1921'de endüstrinin ticari birliği (Motion Pictures Producers and Distributors of America) başkanı Will Hays, dünya çapında izleyici karşısında filmlerin, Amerikan mallarının "sessiz satıcısı" rolünü oynadığı gerekçesiyle Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir Film Dairesi kurulması için Kongre'de başarılı bir lobi yürüttü. On dokuzuncu yüzyılın "ticaret, bayrağı izler" şeklindeki emperyalist sloganını Hays şimdi "Ticaret, Filmleri İzler" diyerek yeniden yorumluyordu. Gerçekten de Hollywood'un belirgin zenginlik gösterisi hem yurt içi hem de yurt dışında izleyiciye çekici gelen bir etmendi¹²³.

Ürün yerleştirme olarak da adlandırılabilen bu uygulama sadece savaş sonrası dönemi kapsamamış, Hollywood'un kimliği haline gelmiştir. Öyle ki, Bond Serisi'nin bir filmi olan —Die Another Day-Başka Gün Öl adlı filmdeki ürün yerleştirme ve pazarlama stratejilerine dikkat çekmek

¹²² Uricchio, William, Birinci Dünya Savaşı ve Avrupa'da Krizll, Geoffrey Nowel- Smith (Ed.), Dünya Sinema Tarihi içinde (85-94), çev. Ahmet Fethi, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 2008, s. 85

¹²³ Vasey, Ruth, Sinemanın Dünya Çapında Yaygınlaşması, Geoffrey Nowel-Smith (Ed.), Dünya Sinema Tarihi içinde (75-85), çev. Ahmet Fethi, 2. Basım, İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 2008, s. 77

pazarlama uzmanlarınca filme —Buy Another Day—Başka Gün Al denmiştir¹²⁴.

4.6.3.Hollywood'un Endüstriyel Yapısı

Kâr maksimizasyonunu hedefleyen stüdyolardan oluşan Hollywood, diğer endüstriler gibi üç ayağa sahiptir. Üretim ayağı incelendiğinde, filmlerin 1910'lardan itibaren Los Angeles'ta Hollywood olarak bilinen bölgedeki stüdyolarda yapıldığı; dağıtım ayağı incelendiğinde, üretilen filmlerin dünya çapına pazarlanmasının endüstrinin temel dayanak noktası olduğu; gösterim ayağı incelendiğinde, 1960'larda başlayan televizyon çağına değin, filmlerin sinema salonlarında izlendiği görülecektir. Teknolojik açıdan, ses, renk, geniş ekran gibi gelişmeler yaşanmakla birlikte; Gomery'ye göre, Hollywood, sessiz dönem, stüdyo dönemi, televizyon dönemi ve —feature film blockbusterll olmak üzere 4 dönemde incelenebilir¹²⁵.

4.6.4.Küreselleşmede 11 Eylül Konulu Filmlerin Analizi

Küreselleşmenin en acı yüzü terörün yaygınlaşması olmuştur. Terörizmle ilişkili bir “sivil güvensizlik” hissini 1990'larla beraber başladığı sıkça savunulmakla beraber, 11 Eylül 2001 tarihinde gerçekleşen, New York'taki Dünya Ticaret Merkezi kulelerine çarparak onları yerle bir eden uçakların alevler içindeki binaları toz ve duman bulutu içinde eritişine ait görüntülerle hafızalara kazınan saldırı, terörist eylemler kapsamında, dünyanın bildiği ve görmüş olduğu her şeyin ötesinde bir şiddet örneği olarak A.B.D. tarihinde yerini almıştır.

11 Eylül olarak anılan bu eylem, kaçırılan yolcu uçaklarının, herkesin günlük yaşamını sürdürdüğü, sıradan bir günde, kritik birkaç hedefe intihar dalışları yaparak, binlerce kişinin ölümüne sebep olmuştur. Neden olduğu can kaybı ya da maddi zarardan çok, kitlesel medya üzerinden tüm dünyaya dağılan görüntüleriyle, New York'a kilometrelerce, kıtalarca uzaktaki insanları

¹²⁴ New Bond film 'a giant advert'. 2002. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/2488151.stm> Er. Tar. 31.07.2014

¹²⁵ Gomery, Douglas, Hollywood as Industryll, John Hill ve Pamela Church Gibson (Ed), The Oxford Guide to Film Studies içinde, (245-254), 1. Basım, New York: Oxford University Press, 1998, s. 245-246

bile terörize eden bu saldırı, A.B.D. tarihinin en travmatik olayı olarak da kabul görmeye başlamış, küresel terörün o ana dek görülen en büyük örneğini teşkil etmiştir.

11 Eylül saldırısının A.B.D. halkında bulduğu ilk karşılık şaşkınlıktır. Olay günü, hem görgü tanıklarının aktardıklarını hem de olayın görüntülerini canlı yayınla dünyaya dağıtan kitlesel medya, ne olup bittiğini tanımlamakta aciz kalmıştır. Olayı tanımlamak için o gün ve daha sonra sıklıkla kullanılacak olan deyim “film gibi”dir; 11 Eylül çapında bir olay gerçekleştiğinde, bir şeylerin yanlış gittiği son derece aşikâr olmasına rağmen, tam olarak ne olmakta olduğunu ya da ortadaki olayın neden ibaret olduğunu anlamak mümkün olmayacağından, kimse olayla ilgili bir kontrol ya da bilirlilik hissine sahip olamamaktadır¹²⁶.

Kişisel hak ve özgürlüklerin kısıtlanması, 11 Eylül 2001 arkasından gelen ilk şok tepkisi olmuş ve “özgürlükler ülkesi” A.B.D. için başlayacak olan yeni hayat stilinin sembolü haline gelmiştir. A.B.D.’nin kurucu ideolojisinin sembolü olan siyasetçi ve düşünür Benjamin Franklin, “Anlık bir güvenlik hissi sağlayabilmek için olmazsa olmaz özgürlüğünden vazgeçecek olanlar, ne özgürlüğü, ne güvenliği hak ederler” diyerek A.B.D.’yi özgürlüklerin vatani ilan etmişti; fakat 11 Eylül 2001 kırılması, yüzlerce yıllık bir özgürlükçü geleneğin yeniden gözden geçirilmesini zorunlu kılmıştır¹²⁷.

4.6.4.1.Tanrının Vadisinde

Tanrının Vadisinde (In the Valley of Elah, Paul Haggis, 2007), kendisiyle aynı sene gösterime giren pek çok yüksek bütçeli, Irak Savaşı konulu Hollywood filmi gibi, seyircisini savaş travmasından haberdar etmek, toplumu savaşın “gerçek yüzü” ile karşı karşıya bırakmak ve filmin sorunlu gördüğü belirli bir konuda toplumun tepkisini talep etmek gibi bir misyonla gösterime girmiş, savaş üzerine beyan edilen eleştirel görüşler arasında yerini almayı başarmış, fakat A.B.D. toplumundan beklediği ilgiyi görememiş

¹²⁶ Muntean, N. (2009). “It was Just Like a Movie: Trauma, Memory, and The Mediation of 9/11”. *Journal of Popular Film&Television*, Cilt 37, No:2, Yaz 2009, s. 55

¹²⁷ Gomez, R. (2009). “Terrorism and Social Panic in British Fantastic Cinema”. *The Many Forms of Fear, Horror & Terror*. Ed. Leanne Franklin ve Ravenel Richardson, Oxford: Inter-Disciplinary Press, s. 3-13, s. 6

bir filmidir. Arslanı Kuzulara (Lions For Lambs, Robert Redford, 2007), Yargısız İnfaz (Rendition, Gavin Hood, 2007), Örtülü Gerçek (Redacted, Brian De Palma, 2007) ve Battle for Haditha (Nick Broomfield, 2007) gibi, Tanrının Vadisinde filmi de, savaş sırasında ve eve dönüş sonrası A.B.D. ordusu askerlerinin ve onların yakın çevrelerinin yaşadıkları ya da tanık oldukları trajedileri konu alır ve topluma Irak Savaşı'nın amacı ve başarısı ile ilgili pek çok soru yöneltir. Irak Savaşı boyunca binlerce A.B.D. askeri ölmüş, on binlercesi yaralanmış, bununla beraber bir milyondan fazla Iraklı hayatını kaybetmiş ve daha milyonlarcası evlerini ve ülkelerini terketmeye zorlanmış, A.B.D. ekonomisi ise 3 trilyon dolar zarara uğramıştır¹²⁸.

Gerçek bir olay üzerine kurgulanmış Tanrının Vadisinde filmi, Vietnam'da görev yapmış, asker emeklisi bir baba olan Hank Deerfield'in, oğlu Mike Irak'tan döndükten sonra A.B.D.'deki askeri üstte birden yok olarak kaçak ilan edilmesi üzerine meseleyi araştırmak için yola çıkmasıyla başlar.

Filmin adını aldığı Valley of Elah kıssası, filmin Irak Savaşı travmasıyla ilgili yaptığı genel yorumun, dini bir mitoloji üzerinden ifade bulmuş halidir. İsrailoğulları ve Filistinliler arasındaki bu savaşta, Filistinlilerin dev canavarı Calut (Goliath), karşı taraftan kendisiyle çarpışmaya cesaret edecek bir gönüllü ister; fakat Calut'un devasa cüssesi ve engin savaş tecrübesi karşısında hiç kimse gönüllü olmaz. İsrailoğulları tarafında, genç, çelimsiz, tecrübesiz bir çoban olan Davut (David) öne çıkarak, bir sapandan başka silahı ya da zırhı olmadan Calut'a rakip olmayı talep eder. Kimse ona inanmamasına rağmen, Davut Calut'u öldürür ve İsrailoğullarının gelecek kralı belirlenmiş olur. Bu mitolojik öykü, filmdeki yerini Hank'in polis memuru Emily'nin oğlu David'e bu hikâyeyi anlatmasıyla bulur. Hank'in bu öyküden çıkardığı sonuç, Davut'un ilk olarak kendi korkusuyla savaşmak zorunda kaldığıdır.

Filmin kaçınılmaz bulduğu son, A.B.D. toplumunun en değer verdiği kültürel mitleri savaşı kutlayıp yücelttikçe, Mike gibi genç adamların ölmeye devam edeceğidir¹²⁹.

¹²⁸ Horne, T. (2010). "Goliath in the Valley of Elah". *War, Literature and The Arts*, cilt 22, 2010., s. 11

¹²⁹ Horne, a.g.e., s. 5

4.6.4.2. Otel (Hotel)

11 Eylül 2001 saldırısı sonrası terör eylemleri, herhangi sıradan bir kişinin bile cesaret edebileceğini, interneti kullanarak basit bir bomba yapabileceğini, ve insanlar arasında, korku ve paniği hortlatabileceğini rahatlıkla göstermektedir. Küreselleşme bu tür kötü eylemlerin artık sıradan bir olay gibi göstermeye başlamıştır. A.B.D. bu eylemleri çok geniş boyutlarıyla araştırmaktadır.

Psikopat bireylerin bazen ahlaki bir ders vermek bazen de hastalıklı bir doyuma ulaşmak amacıyla insan öldürmeye başlaması ve kopya cinayetleri seri katiller alt başlıkları altında toplanabilecek 1990'lar korku filmleri saldırı sonrası bambaşka bir alana kaymıştır. İşkence fikri 2001 sonrası korku filmlerinde dominant bir pozisyon almaya başlamış ve yeni korku filmi tanımları yaratılmıştır. İçerdikleri yüksek şiddet ve seyirciyi etkilemek için alışagelmışten daha fazla kullanılan bu yeni filmler "gorno" adıyla anılmaya başlamıştır. The Independent film eleştirmeni Shane Danielson bu filmlerin doğuşuyla ilgili "bazen toplumlar hak ettikleri filmleri bulurlar" yorumunu yapmış ve Amerika'nın işkence pornosu denilen yeni kategorisini Otel (Hostel, 2005) filmi ile Eli Roth'un başlattığını belirtmiştir (24 Haziran 2007). Yine benzer korku filmleri, işkenceye uğramış insan bedenlerini seyircisine bütün detaylarıyla gösterecek, ekrandan yansıyan fiziksel ve psikolojik kesikler, seyircisine kendi hayatlarının ve vücut bütünlüklerinin değerini hissettirecektir¹³⁰.

Küreselleşmenin en dikkat çekici yönü, insanları korkutan konuların işlenmesinde çeşitlilik arayışlarının genişlemesi ve her kültürde farklı yansımalarının görülmesidir. İşkencenin bir zevk aracı haline geldiği kurgusal evreniyle türün ilk örneklerinden biri kabul edilen Otel, kendisinden önceki korku filmi kültüründen kalın hatlarla ayrılır ve Hollywood tarihinin en rahatsız edici filmlerinden biri olma özelliğini taşır. Otel, Eli Roth'un yönetmenlik kariyerinin ikinci filmidir. İlk film olan Dehşetin Gözleri (Cabin Fever, 2002) yüksek bütçeli, bir grup gencin A.B.D.'nin başıboş doğasında virüslerle ve

¹³⁰ Briefel, A. (2009). "What Some Ghosts Don't Know: Spectral Incognizance and the Horror Film". *Narrative*, Cilt 17, No 1, s 95-108, s. 95

yakın çevrede yaşayan yerel halkın kendileri için makul görünen öldürme arzusuyla savaşını anlatan bir korku filmidir.

Otel, ikisi A.B.D.'li (Josh ve Paxton) biri İzlandalı (Oli) üç gencin Avrupa'ya seyahate çıkması ve izleyici tarafından farkedilen ama ana karakterlerin çok sonradan anlayacağı bir kandırmaca zinciriyle, tahammül edilemez işkencelerden geçirilecekleri Slovakya'ya gelmeleriyle başlar. Gençler aslında Avrupa'da gezen Amerikalıları yakalayıp onları "meta" haline getiren, zengin insanlara para karşılığı işkence uygulamaları için satan Elite Hunting isimli bir şirket tarafından tuzağa düşürülmüşlerdir.

Küreselleşmenin başka bir yönü ise, bireylerin özgürlük imajı altında çok serbest hareket etmesini hissettirmesidir. Filmde de üç kafadar macera amacıyla Avrupa seyahatine çıkarlar. Bu seyahat bir sürü ruh hastası engin insanların ellerine düştüklerinde kabusu dönüşmektedir.

4.6.4.3.Köy (The Village)

M. Night Shyamalan'ın kariyerindeki "sürpriz son" filmlerden biri olan Köy (The Village), 2004 yılında gösterime girmiş, ilk haftasında 50 milyon A.B.D. doları, toplamda (dünya çapında) ise 250 milyon A.B.D. doları hâsılat getirmiştir. 11 Eylül sırasında kaçırılan uçaklardan birinin düştüğü Pennsylvania ormanlarında çekilen film, Shyamalan'ın A.B.D. için 11 Eylül sonrası hayat üzerine getirdiği bir yorum olarak kabul görmüş ve hükümetin savunma sistemlerini ve güvenlik önlemlerini arttırma çabası karşısında eleştirel bir bakış sergilemiştir.

Köy filmi, köy sakinlerinden birinin genç oğlunun cenazesi ile açılır: mezar taşında yazılı olan 1987'dir. Film aslında geçmişte geçmez; fakat genç nüfusun doğru bildiği her şeyin aslında kurmaca olduğunun filmin sonunda ortaya çıkacağı bu köy, ihtiyar heyetinin onlarca sene önce verdiği bir kararla, ütöpik bir proje olarak başlamış ve uzun yıllar sorun yaşanmadan yürütülebilmştir. Köydeki ihtiyarların hepsinin, geçmişten gelen acıları ve travmaları olduğu bu köyde amaç, modern hayatın ve gelişmiş dünyaya ait her şeyin getireceği zararları engellemek, kendi kendine yetebilen bir cemaat halinde, hiç kimse acı tatmadan yaşanmasını sağlamaktır.

Küreselleşme olgusu, basit bir köyde geçen olayların bile dünyayı derinden sarsacak olaylara sahip olduğunu göstermektedir. Her ne kadar masalsı olaylar olsa da gerçekleşme ihtimalini yüksek tutması yüzünden çok fazla seyirci ilgi göstermektedir. Aslında filmde vurgulanmak istenen şudur: “artık kimse güvende değildir.” Küreselleşmenin en büyük etkisi güven ve itibarın ortadan kalktığını vurgulamaktır.

11 Eylül saldırısının getirdiği şokun ardından, Ulusal Güvenlik (Homeland Security) adına yapılan bu değişikliklerin gerekçesi Köy filmine büyük benzerlik gösterir. A.B.D. dışından gelen şeytani güçler, büyük bir yıkıma sebep olmuşlardır ve insanların içinde yaşadıkları ülkeyi güvenli hale getirmek, ülke sınırlarının güçlendirilmesiyle mümkün olacaktır. Sınırların kapatılması, Köy filmindeki gibi gözlem kulesi ve sınırları gösteren sarı bayraklarla yapılmasa da, getirilen “filtreleme” sisteminin amacı, dışarı canavardan toplumu korumaktır.

4.7.TÜRK SİNEMA TARİHİ

Türkiye’de sinema, savaşların sürdüğü bir dönemde insanların hayatına girmiştir. Dolayısıyla henüz halk olmayan ve ordu kavramı olan insanlar 1. Dünya Savaşı ve iletişim sektörünün birden bire ortaya çıktığı dönemler ile birlikte, hem bir propaganda aracı hem de reklam aracı olmuştur. Bu durumu Almanya gibi kullanmaya çalışan Enver Paşa, ordu dahilinde bir sinema kuruluşu oluşması için çalışmalar başlatır. Kurumun başına da ilk sinema makinelerini yapan Pathe Film Makineleri’nin Türkiye Mümessili Sigmund Weinberg getirilir¹³¹. Böylelikle 1915’de Merkez Ordu Sinema Dairesi (MOSD) kurulmuş olur.

Toplumların tarihlerinde önemli değişim ve dönüşüm noktaları ve bu değişime de öncülük etmiş liderler mevcuttur. Millî Mücadele hareketi ve sonrasında imparatorluktan ulus devlete, teokratik anlayıştan laik anlayışa geçişte, söz konusu değişim ve dönüşüm Türk toplumu için, kendi tarihinin en önemli dönüşümlerinden biri olmuştur.

¹³¹ Altıoklar, a.g.e.,

Küreselleşme sürecinin en temel özelliği “esneklik” kavramıdır. Esneklik, her alana yayılan yeni bir sistem getirdi. Bu sistem teknolojik ve uluslararası ticaret kurallarını ve kanallarını genişletiyor, üretim ve işgücünü de artırıyordu. Uluslar arası alanda ki sektörler artmaya ve genişlemeye fakat bu artış ve genişlemede teknolojinin kullanılmasını zorunlu kılmıştır. İnsanlar sürekli gündemi takip etmeye zorlanmıştır. Bu durum işletmeleri yüksek donanımlı, personelini aşırı bilgili ve deneyimli hale getirmeye sevk etmiştir. Esneklik en önemli olgu ya da değer olmuştur. Personelin çalışma saatleri esnek, çalışılan sektör esnek ve diğer hayata ait bütün konular esnek bir hal almıştır. Herşeyin bir alt alternatif model olarak düşünölmeye başlanmıştır. Zor koşullarda kriz yönetimi, stres yönetimi, gibi küresel akımlardan etkilenilmemesi için çeşitli yönetim biçimleri ya da felsefeleri uydurulmaya çalışılmıştır. Olası riskler hesaplanmış, herşeyin kontrol altına alınmaya çalışılması amaçlanmıştır. Bu esneklik anlayışı küreselleşme içinde olan herkese benimsetilmek durumundadır. Esnek çalışma modelinin firma kadar bireye de avantaj, dezavantajları söz konusudur. Kaynakların kıt, isteklerin sınırsız olduğu günümüzde kişiler zaman ve mekan anlamında tasarruf sağlayabilmektedir. Ayrıca çalışma saatlerini kendi belirleyen birey kaliteli, verimli performans sergileyebilmektedir. Örneğin kırsal kesimde az bulunan branşta bir plastik cerrahi hekimi, aynı bölgede birkaç ilde görev yaparak maksimum verimde kullanılabilir. Ancak burada insan faktörü yönü baz alınarak dez avantajları da hesaplamak mümkündür.

“1923-51 arası sinemada üç kez gündeme gelen Halide Edip Adivar’ın öne çıkan birinci özelliği milliyetçi kimliği ile Kurtuluş Savaşı’nı ele aldığı coşkulu romanlarıdır kuşkusuz”¹³².

Sinemanın çıkışı, Osmanlı ile Batı’da aynı anda olmuştur. Osmanlı’da ilk film yapımlar belgesellerdi ve bunlar Alman kameralar tarafından çekiliyordu. Bir Türk tarafından yapılan ilk film, Osmanlı ordusunda bir subay olan Fuat

¹³² Özgüç Agâh, 2005, Türlerle Türk Sineması, Dünya Kitapları

Uzkmay'm belgeseli, *Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı* idi ve 1914'te çekilecekti. Ordu Film Merkezi (OFM) 1915'te kurulan ilk belgesel yapımlarını oluşturuyordu. Ordu Film Merkezi (OFM)'ni o zamanlar Harbiye Nazırı olan Enver Paşa kurduymuştu.

1922'de ilk uzun metrajlı film yapım şirketi Kemal Film, Seden kardeşler tarafından kuruldu. Bu şirket iki yıl kadar yaşamını sürdürdü. Bu şirketin en önemli özelliği ilk uzun metrajlı filmi, tiyatro oyuncusu, yönetmeni Muhsin Ertuğrul tarafından çekilmesi idi. bunla *İstanbul'da Bir Facia-i Aşk* (1922), *Boğazççi Esrarı* (1922), *Ateşten Gömlek* (1923) ve *Kızkulesi'nde Facia* (1923).

Ertuğrul'la başlayan sinema yaklaşımı, yirmi yıl boyunca Türk sinemasına zarar vermiştir. film yapımına egemen olacak ve Türk sinemasını daha sonra yanlış olduğu anlaşılan bir yöne sokacaktı. Bu ilk dönemde yapılan altı uzun metrajlı filmde beşi sahne eserlerinden uyarlanmıştı ve dört yönetmenden üçü tiyatro yönetmeniydi. Ve bu olgu, Türk sinemasının geleceğini belirliyordu¹³³.

1923 yılında Cumhuriyetin kuruluşu ile birlikte, Türk sanat eserleri olan, sanat müziği, tiyatro ve operasına ilgi artmaya başlamıştır. Bu durum görsel olan sinemanın ikinci planda kalmasına neden oldu. Cumhuriyet kurulduktan sonra ki beş senede Türk sinema eserleri yapılamadı.

Ertuğrul'un eserleri ise şu şekilde sıralayabiliriz; *İstanbul Sokaklarında* (1931), *Bir Millet Uyanıyor* (1932), *Milyon Avcıları* (1934) ve *Şehvet Kurbanı* (1940) gibi yirmi civarında filmi yönetti. Ertuğrul bu dönemde, İstanbul Belediye Tiyatrosu'ndaki arkadaşları ile birlikte sadece tiyatro sezonu sonlarında film yapıyordu. Bu dönemde ki tüm filmler Batı'nın etkisi altında oldu. Özellikle Türk yazarlar ve entelektüelleri, Batı toplumunun kültürünü ve siyasi yapılarını işliyordu¹³⁴.

Küreselleşmenin başladığı yıllar kendini tek partili sistemin sona erışı ile hissettirmeye başladı. Küreselleşmenin ilk vurduğu alan ekonomiydi ve dünyaya yayılan bir krizdi. 1948'e kadar krizin sinema üzerindeki etkileri azaltılmaya

¹³³ <http://blog.milliyet.com.tr/istanbul-sokaklari/Blog/?BlogNo=17128>, 10.06.2014

¹³⁴ Altıoklar, a.g.e.,

çalışıldı. 1948'de (yüzde 20 olarak saptanan yabancı filmlerde % 70'ti) devlet vergilerinin düşürülmesiydi. Bu, film endüstrisinin ilgi çekici ve potansiyel olarak karlı bir sektör olmasını sağladı ve yeni bir kuşağı ortaya çıkardı.

4.7.1.1950-1960: Oluşum Yılları

Adnan Menderes'le başlayan ilerlilik, Türkiye için bir dönüşüm başlattı. Marshall Yardımı adıyla anılan, endüstrileşme süreci, kapitalist sistemi Türkiye'ye soktu. İstanbul birden Anadolu'dan gelen çok sayıda küçük işadama ile bakir bir alan sinema şirketleri ile doldu. Yeşilçam bu endüstrinin en anılan sokağı haline dönüştü. 1917 ile 1947 arasında yapılan film adedi ellisekiz'di. Ancak, 1956'ya kadar sürece kadar, toplam sinema adedi 359 civarındaydı. Bundan sonraki süreç içinde film sayısı her sene olmak üzere 100-200 arasındadır. Bu filmlerde işlenen konuların başında Anadolu halkı, kültürü, yaşantısı ve Anadolu insanının duygusal yanlarını ortaya koyuyordu¹³⁵.

Ekonomik refah peşinde koşan Batılı devletler, küreselleşme ile birlikte başlayan kutuplu dünyada soğuk savaşın başlaması ile yeni bir yapılanma sürecine girdi. Dünya Amerika ve Sovyetler arasında neler yaşanacağına dikkat kesilmişti. Bu dönemde de gündemi yakalayamayan Türk filmleri gündem dışı birçok film çevirdi. Ancak Ömer Lütfi Akad'ın Vurun Kahpeye filmi 1949'da ilk uzun metrajlı film olarak bilinmektedir. Bunun dışında Kanun Namına da uzun metrajlı olarak ikinci filmidir. Her iki filmin ana konusu acımasızlıktı. Türkiye, savaşlardan yeni çıkmış ve genç bir ülkeydi. Yaşadığı deneyimler, sinemada gerçekçi şekilde aktarılmak istenmişti. Akad'ın peşinden, Metin Erksan, Atif Yılmaz ve Osman Seden yönetmen koltuğuna oturanlardı. Bunlardan, Atif Yılmaz, Türk sineması içinde diğerlerine göre daha eğlenceli filmler yapmıştır¹³⁶.

Bu dönemlerdeki popüler filmler soğuk savaş izlerini taşıyordu. Alageyik ve Karacaoğlan'ın Kara Sevdası gibi filmler bu ortamdan çıkan ve Türk geleneklerini gösteren filmlerdi. Soğuk savaş en çok ön plana çıkaran yönetmen Osman Seden'dir. Kurtuluş Savaşı'yla ilgili Düşman Yolları Kesti (1959) ve Namus Uğruna (1960) filmleri ciddi olarak nitelendirilebilir. Bu döneme

¹³⁵ Altıoklar, a.g.e.,

¹³⁶ Altıoklar, a.g.e.,

melodram, köylülük, köylü-kentli ayrımı gibi filmler damgasını vurmuştur. Bu dönemin en popüler ve genç yaşta ölen aktörü Ayhan Işık'tı. Ayhan Işık, soğuk yapısı, gizemli hareketleri ile bu dönemin, casus-ajan tiplerine adaydı¹³⁷.

4.7.2.1960-1970 Dönemi

Küreselleşme, komşuda olan biteni seyretme ve devletlerin aralarındaki ilişkilerin uluslararası hukuka dökülmesi ile yeni bir süreç geliştirdi. Artık herkes herşeyi biliyordu. Soğuk savaşın eserleri Türkiye'de darbeler, idamlar, ve çeşitli ideolojilerle buz gibi hissedildi. 1960 yılı Türkiye için asla unutulmayacak bir yıl oldu. Askeri müdahale sonrası yine Türkiye'nin Batı'ya açılma çabaları ile mutluluk rüzgarları estirildiği bir arenaya sahne olmaya başladı. Soğuk savaş bütün hızıyla devam etse de sanki Türk toplumu, çekeceğini çekmiş ve kendine ve çevresindeki komşularına iyi davranan bir koruyucu havası içinde hareket ediyordu. Oysa, bu rüzgarla 1960'lar boyunca, 1970'lerin sonuna kadar Türk devlet yapısında çok ciddi değişikliklere neden olacaktı. Bu durum, Türk sinemasına da yansdı. Yeni ve gerçek yaklaşımlar besleyen yeni nesil sinemacılar, Türkiye'nin görsel, edebi, teatral ve müzikal geleneklerinden esinlenen bir sinemanın biçimsel ve anlatısal ilkelerini tartışmaya başladılar. Türk insanını motifleyen bu kurgusal yapı günümüzde de hala beğeniyle izlenmektedir. Metin Erksan ve diğerlerinin başlattığı toplumsal gerçekçilik akımının örnekleri sayabileceğimiz örnek filmler: Seden'in Namus Uğruna, Atıf Yılmaz'ın Suçlu (1960) ile Erksan'ın, bir adamın kırsal, geleneksel otoritelere karşı savaşını anlatan Yılanların Öcü (1962) ve 1964'te Berlin Film Festivali'nde Altın Ayı ödülünü kazanan Susuz Yaz'dı (1963) (Susuz Yaz 2014 yılında Türk sinemasının en iyi filmi seçildi). Soğuk savaş kendisini en çok filmlerle izleyicilere ulaştı. Türkiye artık küreselleşmenin getirdiği kendini değil başkasını izle felsefesine uymaya başladı. Türkiye bunu yaparken kendi gerçeklerinden yola çıktı. Doğal olarak soğuk savaş dramatikliği vurgulamayı hedefliyordu. Ve doğaldır ki bu dramatiklik, Türk halkının oldukça ilgisini ve beğenisini çekmişti. Türkiye Batı ile Doğu (yani İslami-Türk) arasında değerleri taşıyan bir ülke olarak soğuk savaşın ortasında idi. Ciddiyet bu filmlerde ileri boyutlardaydı. Şehirdeki Yabancı (1962), Haremde Dört Kadın (1965), Bir Türk'e Gönül Verdim (1969) ve

¹³⁷ <http://www.turkeyforum.com/satforum/archive/index.php/t-216109.html>, 20.06.2014

Fatma Bacı (1973) gibi filmler İslami ılıman tarzda filmler olarak soğuk savaşa karşı duran bir anlatı biçimi sergiliyordu. Diğer taraftan, Sevmek Zamanı; Akad'ın Hudutların Kanunu (1966), İrmak (1972), Gelin (1967), Düğün (1974) ve Diyet (1975); Atıf Yılmaz'ın Kozanoğlu (1967) ve Köroğlu (1968) filmleri Türklerin kendilerine has üslubunun soğuk savaşta sergilenmesine sebep olmuştu.

Bu ulusalcı yaklaşımla üretilen filmler, toplum üzerinde farklı algılamalara ve farklı ideolojilerin anlaşılmasına yardım etti. Bu algılama toplumun bazı kesimlerince kötü kullanılınca, yanlış siyasal ve ideolojik yaklaşımlar yapımcıları karşı karşıya getirdi.

1945'lerde bulunan TV 1960'larda Türkiye'de daha yeni yeni algılamaya başlamıştı. Tam böyle devam ederken, birden video sektörü patladı. Bu durum, daha sinema hukukunun anlaşılmasından dağıtım kanallarında birden birş farklılaşmaya sebep oldu. İletişim teknolojilerinin artması, soğuk savaş aktörlerinin bilgilerine sızmaya başladı. Bu durum her iki ülkenin ulus devlet yapısına zarar vermeye başladı. Özellikle sinemada Hollywood yapıtları, Amerika'yı yenilmez bir güç olarak aksettirirken, Rusya'yı hem medya sektörü (gazete, radyo ve televizyon) hem de sinema sektörü olarak psikolojik bir savaşa girilmesine neden olmuştu. Sürekli bu tarz filmlerin çekilmesine rağmen Türk film şirketleri, o döneme damgasını vuran Kemal Sunal filmleri ile bu savaştan uzak durmaktaydı¹³⁸.

4.7.3.Yeni Türk Sineması: 1970-1994

1970'teki ekonomik olaylar, askeri yaşantı, demokrasiye tamamen geçilmemesi Türk sinemasında ciddi bir tehlikeye yol açtı. Sinema bu dönemde de devlet desteğinden uzaktı. Pazar oluşmamıştı. Türk filmi kaliteden uzaktı, nitelikli filmler yapılamıyor, erkek hegemonyası yüksek Türk toplumunda porno filmler çok önemli gelir kaynağı oluyordu. Diğer yandan, siyasal atmosfer, soğuk savaşın izleri, küreselleşme sürecinin yaşandığı geçiş sürecinde ki sıkıntılar, Türk film endüstrisini harap etmişti. "Yeni bir Dalga" yaratıcı oluşumlarla izleyiciyi

¹³⁸ Altıoklar, a.g.e.,

çekebiliridi. Bu duruma en uygun, o zamanın ortamına isyan edecek filmlerdi. Buna talip olan aktör ise Yılmaz Güneydi¹³⁹.

Soğuk savaş 1960'ları esir alırken, Türk sineması ekonomik nedenler ve kalitesizlik yüzünden "ucuz" Yeşilçam filmlerine yönelmiştir. Güney'in ilk uzun metrajlı filmini 1968'de yaptı. Fakat bu film, Türk sinemasının alışık olmadığı bir tarzdaydı. Güney'in tekniği kişisel epik ve şiirsel gerçekçilik içermekteydi. Ama Türk yaşamı yeni ve özgün bir şekilde anlatılıyordu. Güney psikolojik faktörleri işlemişti. Soğuk savaş, stratejik olarak dramatik ve psikolojik özellikler içermekteydi. Kaba, sert, çok çekmiş yapısı onu hayatta iyi bir tecrübe sahibi yapmıştı. Bu görünüşü ile, olaylara hakim bir görüntü ortaya çıkartıyordu.

Soğuk savaş'ın iki lideri Amerika ve Rusya gerek Hollywood gerekse diğer tüm ülkelerin sinemalarında en fazla işlenen konu idi. Dolayısıyla sinema ile birlikte, ülkelerin siyaseti, ekonomisi, hatta ihracat ve ithalatını bile belirlemeye başlamıştı. Küreselleşmenin en önemli olayı kuşkusuz, Berlin Duvarının yıkılması, Sovyetler Birliği'nin dağılması ve diğer bazı önemli politik olaylardı. Ani gelişen bu olaylar toplumları derinden etkilemiştir. 1940'tan 1990'a kadar geçen bu sürede sinema Amerika'yı iyi tarafta, Rusya'yı ise, kötü tarafta yansıtmıştır.

1945 ikinci Dünya Savaşı'nın ardından, iletişim teknolojilerinin artması, halkların dünyanın halinden haberdar olması, gerginliği artmıştır. Sinema burada devreye girerek, herkesin kendince yorumlayacağı mesajlar içermeye başlar. Sinema bu dönemlerde bir tür bu iki devletin artık bundan sonra ne yapacaklar şeklinde soruların cevaplarını kapsıyordu ve insanlar pür dikkat izliyordu. Bu dönem yapılan en önemli filmler Rambo ve Roky serisiydi. Amerika özgürlüğü, Rusya ise Komünistliği temsil ediyordu. Ancak, Türk tarafında da bu iki yapının destekleyicileri fazlaydı. Bu öğelerin öncü aktörleri, Yılmaz Güney, Ayhan Işık Göksel Arsoy olarak sayılabilir. Yapımların ana teması "Biz" ve "Onlar"dı. Türk sineması da bu modanın içine hızlıca daldı. Çevrilen filmlerde, hep bir masum ve onu kullanmak

¹³⁹ Tanrıöver, Uğur, Hülya, 2011, Türkiye de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri, İTO Yayınları, Yayın No: 2010- 116

isteyen ya da ondan yararlanmak isteyen bir zalim ya da kötü birisi vardı hatta bu Zeki Alasya Metin Akpınar ve diğer komedi filmlerinde de vardı. Bu tarz, özellikle 80'li yıllara damgasını vuran Arabesk müziği film endüstrisinde ki “Biz” ve “Onlar”ı çok iyi vurguluyordu¹⁴⁰.

Küreselleşmenin en büyük özelliği “mutlaka iki taraftan birisi seçmek zorundasın” dayatması idi. Bu dönemi, iki taraf da karışmak istemeyenlerin durumu damgasını vurdu. Arabesk dönemi, özellikle gençlerin rağbet ettiği üç sanatçı ile birden başladı. Orhan Gencebay, Ferdi Tayfur ve Müslüm Gürses'in rol aldığı 1985-1995 yılları arasında sosyal statüsü orta sınıf olan Türkiye için bu filmler hem soğuk savaşı hem de ekonomik durumun sarsıcı etkisini unutturuyordu. Her ne kadar soğuk savaşın etkileri azalmışsa da, sinema bu etkilerin izlerini tamamen silmeye yönelmişti. Bunda sonra yapılan her film, “biz ve onlar” izlerini taşımaktaydı. İnsanlar “biz ve onlar” olmayı seviyor ve ona göre hareket ediyordu. Bu “biz ve onlar” Türk sinemasında fakir ve zengin olarak yansıtılıyordu.

80'ler iyi başlamadı. 12 Eylül 1980'de Silahlı Kuvvetler, Türkiye'de yönetime el koyuyordu. Bundan sonra yine Türkiye için sarsıcı bir süreç başladı. Soğuk savaş, Türk halkı içinde sinsi olarak yatan dinamikleri harekete geçirmişti. Türk sineması yine büyük bir gerilemeye mazur kaldı¹⁴¹.

Bilgi toplumu, bilgiye ulaşmada kolaylık küreselleşme ile gelen yenilikler arasındadır. Teknolojik gelişmelerin temel dinamiğini oluşturduğu bilgi toplumuna geçiş sürecinde düşük ve yüksek vasıflı işgücü açısından farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bilgi toplumunun güç kazanması ve öneminin artmasıyla birlikte gerekli bilgi birikimi, teknik donanım, yüksek beceri ve nitelik kazanamayan işgücü, yetersiz istihdam olanakları, düşük ücret ve sosyal dışlanma ile karşı karşıya kalırken, geleceğe dair beklentileri de ortadan kalkmaktadır. Diğer yandan nitelikli işgücü ise bilgi toplumuna geçişte aranan ve talep edilen kesimi oluşturacak kendisine geniş istihdam olanakları bulacaktır.

¹⁴⁰ Tanrıöver, a.g.e.

¹⁴¹ Altıoklar, a.g.e.,

Küreselleşme ile birlikte patlayan pop müzik, sinema endüstrisindeki Güney tarzı filmlerin hakimiyetini ortadan kaldırdı. 1980'li yıllarda pop müziğin patlaması, Berlin Duvarının yıkılması, Soğuk savaş döneminin tarihe gömülmesi ve en önemlisi küreselleşme hareketlerinin başlaması ile birlikte, popüler kültür yani farklı olmak kültürü bütün dünyayı sardı. Farklı olmak sadece pop müzik dinlemek ya da söylemek ile değil, hemen her konu içinde geçerlidir. Örneğin, siyasal alanda farklılık; Bush Hükümeti, Vietnam Savaşı, Irak Savaşı, gibi siyasal ve uluslararası alanlarda verilen mücadelelerde popüler kültürün medya olgusu ile dünyaya duyurulmuştur¹⁴².

4.7.4.2000-2010 Yılları Arasında Türk Sinema Endüstrisi

Sinema seyircisi olarak adlandırılan sınıf, Türkiye'nin genel profilinden farklı bir sınıftır¹⁴³. Türkiye'de (özellikle İstanbul) sanat ve kültür ev sahipliği konusunda son yılların en gözde ülkesi konumundadır. Bunun birçok nedeni olmakla beraber en büyük özelliği son yıllarda artan ekonomik hacmidir. Bu hacim birçok nedenden olmakla beraber son yıllarda artan sanat odaklı projeler ve kampanyalar dolayısıyladır. Bu nedenledir ki sanat ve ekonomi artık günümüzde ayrılmaz birer parça haline gelmişlerdir. Devletin ekonomiyi serbest bıraktığı gözlense de, hemen her konuda konulan yasala ve düzenlemelerle her alanda devlet müdahalesi söz konusudur. Özellikle son yıllarda artan sanatsal faaliyetlerin Türkiye üzerinde yoğunlaşması, devletin sanata ve pazarlamaya olan ilgisini de artırmaktadır¹⁴⁴.

Yüz yüze iletişimle ulaşabileceğimiz bilginin çerçevesi ise yeterince geniş değil hatta son derece de yavaştır. Sosyalleşmeyi kolaylaştıran ve bilgiye kolay ulaşmayı sağlayan iletişim araçları ve kitle iletişim araçları ise burada önem kazanmaktadır. Öyle ki insanlar artık gazete okuma ihtiyacı bile hissetmemekte, ya da sadece başlıklara bakarak ilgi çekenlere de şöyle bir göz atmakta, kendisine matuf olmayan konulara dikkat etmemekte, önemsememekte, hatta bazı haberlere bile tahammül gösterememektedir.

¹⁴² Tanrıöver, a.g.e.

¹⁴³ Tanrıöver, a.g.e.

¹⁴⁴ Altıoklar, Mehmet, 2010, Türk Sineması: sorunlar ve fırsatlar: panel 12.12.2009" İTO yayınları, İstanbul, s. 13-14

Bunun yerine, farklı ülke kültürlerini tanımak, arkadaşlarının tavırlarını facebook, twitter gibi sosyal medya sitelerinden takip etmek, onlara kişisel olarak eleştiriler yapmak, spor aktivitelerini son derece derin bir şekilde değerlendirmek gibi gerçek sosyal ortamlardan uzaklaştıran aktiviteler cazip gelmekte, gerçek hayatın ezici rekabetinden uzaklaşmak istenmektedir¹⁴⁵.

Sinema kültürünün tam olarak gelişmediği, geleneksel Türk yapısı içinde “Batsın Bu Dünya” ile dönemin yaşamının fakir bir genci nasıl etkilediğini anlatan, diğer taraftan ise “Bir Teselli Ver” ile bu sistemden Tanrıya sığınan, “Kaderimin Oyunu” ile de herşeyin kader döngüsü içinde olması gerektiği gibi seyrettiğini söyleyen Gencebay günümüzde ki bir çok pop stardan öte bir şöhrete sahip. Günümüzde onun yapıtları gibi şarkılar yapılamıyor. Onun ifade ettiği duygular ifade edilemiyor. O günlere özlem hala duyuluyor. Günümüzde bir konser verdiği düşünülürse, 1970-80-90-2000’li ve günümüz insanların hepsinin gidebileceği bir konser olur, izdiham yaşanırdı¹⁴⁶.

Sinema, elektronik ticaretin gösterdiği hızlı ilerleme ile, küreselleşme olgusu 21. yy. da toplum içerisinde farklı bir süreç başlatmıştır Günümüzde internet fenomeni en önemli etkenlerden birisidir. Artık insanlar yaşamlarının büyük bir kısmını bilgisayar başında ve internet ağlarında geçirmektedirler. İnternet, dünyanın globalleşmesi ve sınırların ortadan kalkmasında çok etkili olmuştur. Sınırların ortadan kalkması ile değişik şehirlerde, ülkelerde ve hatta farklı kıtalarda yaşayan insanlar, hızlı, ekonomik ve rahat bir şekilde birbirleriyle iletişim kurmaktadır. İnternet fenomeni her alanı etkilediği gibi halkla ilişkiler alanını da etkilemektedir. Büyük ve küçük firmalar internetin sağladığı olanaklar ile tanıtım, reklam ve müşteri ilişkilerini internet ortamına taşımaktadırlar¹⁴⁷.

Birçok yetenek ne kadar yükselirse yükselsin. Belki bu günümüz iletişim araçlarının çok fazla hızlı olduğu çok kısa bir süreçten başka bir yer tutmamaktadır.

¹⁴⁵ <http://www.sinema.gov.tr/ana/sayfa.asp?id=117>, 07.04.2014

¹⁴⁶ Altıoklar, a.g.e., s. 3

¹⁴⁷ Altıoklar, a.g.e., s. 38

1990'lı yıllarda küreselleşme sonucu internet ve cep telefonlarının yaygınlaşması ile halkla ilişkiler faaliyetleri de elektronik ve dijital ortamda kendine hemen yer bulmuş, ve insanlar e-mail adresleri edinerek ilk başlarda hem posta masraflarını kaldırmış hem de hızlı ve etkin bir iletişim aracı kazanmışlardır. Sinema da bir tür ticari ilişkiler sarmalında öte bir anlam taşımamaktadır. 21. yy. da toplumunda iletişim yemek içmek gibi hayati bir öneme büründü. İnsanlar yemek içmekten daha çok iletişim kurmaya geresinim duymaktalar. Hemen hemen herkes her şeyden haberdar olmak istemekte ve buna gereğinden fazla önem duymakta ya da böyle bir ihtiyaç hissetmektedir. Öncelikle aile bireyleri kendi ailesinden an be an haberdar olmak istemektedir. Günümüze baktığımızda on yaşındaki bir çocuğun bile cep telefonu, facebook adresi ya da en azından MSN adresi bulunmaktadır. Aileler çocuklarını kontrol altında tutabilmek için bu tür iletişim organlarına ihtiyaç duymaktadır. Bir on yıl öncesi düşünüldüğünde, bunlara hiç talep görülmezken, bir blok öteye gezmeye giden çocuğuyla bile bir an olsun temasının kesilmesini istemeyen aileler bulunmaktadır. Bir çok aile gerek iş yoğunluğu gerekse diğer bazı psikolojik ve sosyolojik faktörler yüzünden ailesi ile olan iletişimi yeterli görmemekte birlikteliklerini bu medya organları sayesinde yaşayabilmektedirler. Bir bakıma bazen yüz yüze söyleyemediklerini de bu şekilde ifade edebilmekte ayrı bir konu¹⁴⁸.

Günümüz ailesi ise çok yoğun bir gün geçirmekte. Sabah evden dışarı çıkan bir çocuk dış dünyada bir çok insanla temas kurmaktadır. Bu temasların bir kısmı eğitim (okul, dersane, kurs vb), bir kısmı sosyal aktiviteler (yeme içme, gezi), bir kısmı dinlenme aktiviteleri (spor, kafe dinlenceleri), bir kısmı hobi (internette sörf, chat, blog uğraşısı gibi). Bu durum kişinin sosyal çevresini yüzyüze olandan daha çok artırmakta ve gününün çok büyük bir bölümünü bu aktiviteleri merkezleştirerek geçirmeyi düşünmektedir. Örneğin, hem okul hem spor hem eğlence aktivitelerini internet üzerinden (facebook, twitter, msn gibi) sağlamak hem vakit açısından

¹⁴⁸ Atadeniz, RagıpYılmaz, 2010, Türk Sineması: sorunlar ve fırsatlar: panel 12.12.2009", İstanbul: ITO yayınları, s. 66

hem de diğ er özel hobilere zaman ayırmak açısından oldukça hızlı bir dö ngü olmaktadır¹⁴⁹.

Endüstrinin büyüklüğü 450-500 milyon TL aralığında seyrederken, DVD satışlarından 30 milyon TL üzerinde, Televizyon gösterim haklarından ise yaklaşık 50 milyon TL gelir elde edilmektedir¹⁵⁰.

4.8.TÜRK SİNEMASINDA KÜRESEL EKONOMİ İLE PAZARLAMA SİSTEMİ

1980'li yılların öncesinde Türk sineması için dağıtım yolları, film yapımcılarının ülke içinde şubeler kurmak suretiyle yapılmaktadır. Bu lokal kanal sadece Türkiye'ye has bir durumdur. Lokalleşme aşamasında ülke bölge bölge ayrılır. Bu bölgeler, film şirketlerine siparişlerini bildirir. Her şirketin şubelerdeki temsilcileri yani "pursantaj memuru" olarak adlandırılan kimseler sipariş edilen filmi o bölge sinemalarına dağıtıyordu. Daha sonra bu sistem sona erdi. 1980'lerden sonra yabancı yatırımcıların Türkiye'ye yatırım yapmaları dağıtım kanallarını değiştirmiştir.

Küreselleşme dünya konjonktürün de önemli değişikliklere sebebiyet vererek toplumlara siyasal, ekonomik ve sosyolojik olarak yeniden yapılandırmıştır. Bu değişimlerde en büyüğü artan üretime bağımlı olarak oluşan tüketim ve tüketici davranışları üzerinde olmuştur. Kitlesele ve bireysel tüketim artırılmıştır. Üretim teknolojileri gelişmiş, dağıtım pazarlama uluslararası alanlara yayılmıştır. Teknoloji ve iletişimdeki gelişmelerle coğrafi sınırlar kalkmış, ulaşım sorunları aşılmıştır¹⁵¹.

İnternet yoluyla bilgi ve bilgiye ulaşım kolaylaşmış, toplumların okuryazar oranları artmıştır. İş dünyasındaki gelişmeler teknoloji okur yazarlığını doğurmuş, insan kaynakları profili değişmiştir. Bu da vasıflı iş gücü profilinin oluşmasına zemin hazırlamıştır.

¹⁴⁹ Türk Sineması: sorunlar ve fırsatlar: panel 12.12.2009", İstanbul: İTO yayınları, 2010, s. 99

¹⁵⁰ Altıoklar, a.g.e., s. 17

¹⁵¹ Altıoklar, a.g.e.,

Siyasal ve ideolojik anlamda SSCB dağılması sosyalizmin yerini Liberalizme bırakmasına sebep olmuştur. Ticaretin liberalizasyonu ülkeler arasında eşitsizliğe ve dengelerin değişmesine sebebiyet vermiştir.

Tüm bu değişimler insan profilini değiştirmiştir. İş yaşamı, eğitim, beslenme, barınma, giyim kuşam, sosyal aktivite her yönüyle yeni bir, 'tüketmek için üretmek' zorunda bir insan oluşmuştur. Toplumda ki bu hızlı dönüşüm insan faktörünü adeta unutmuş, sosyal bağlar zayıflamıştır.

Kısaca sinemanın ekonomik olarak firmaların en önemli silahı haline getiren sebepleri aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz;

1-Sinema, her ne kadar onun gizemini ve ulaşılamazlığını zedelese de bir ekonomik faaliyettir.

2-Sinemanın en yetkin ürünlerinin ancak üst düzey bir beğeni tarafından takdir edilebileceği vurgulanır. Bu nedenle dikkat çekicidir.

3-Ekonomi uzmanlarınca ise sinema değiş-tokuş değeri ihmal edilebilecek, ancak toplumsal daha doğru bir tanımlama ile hayırseverlik faaliyetlerinin konusu olabilecek bir alandır.

4- Sinema dalları dolaylı veya dolaysız yollardan birer endüstri olarak kabul edilmektedir. Sinemanın alt sektörlerini şu şekilde sıralayabiliriz;

a-Sinema endüstrisi (Hollywood, Avrupa Sineması, Uzak Doğu ve Hint Sineması)

b-Sanat galerileri, Çağdaş Sanat Müzeleri ve Müzayede Şirketleri

c-Edebiyat ve Yayıncılık Sektörü

d-Opera, Tiyatro ve diğer Sahne Sanatları

e-Endüstriyel Sanatlar ve Tasarım (Elektronik, Bilgisayar ve İnternet)

f-Müzik ve Konser-Festival Endüstrisi

g-Telif Hakları Yönetimi

h-Sponsorluk

i-Televizyon ve Medya Sektörü

j- Kültür-Sanat Turizmi

Ekonomiyi canlandırmak adına firmaların otomatik olarak üstlendiği görevler;

- 1-Yerel ve uluslararası imajı artırır
- 2-Ulusal ve uluslararası arenada dikkat çeker
- 3-Ekonomiye canlılık getirir ve iş imkanları sağlar
- 4- Kentsel yaşamın kalitesini arttırır.
- 5-Kente gelen ziyaretçi sayısını arttırır.
- 6- Sosyal birlikteliği arttırır.
- 7-Sanatsal etkinliklerde izleyici sayısını arttırır.
- 8-Sanatsal üretime katkıda bulunur.
- 9- Eğitim ve eğlencede farklılık yaratır.
- 10-Kentsel ve kırsal alanların yeniden canlandırılmasını sağlar.

Bu bakımdan firmalar kültürel açıdan sağladığı etki ile izlenebilen bir atmosfer yaratarak dikkat çekmesi ancak kültür ve sanat faaliyetlerine odaklanması ile olabilmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'de devletin sanat pazarlamasının gelişimi için üzerine düşen görevleri Şu Şekilde sıralanabilir;

- a-Yaraticılıktaki  zg rl ğ n yapılandırılmasını sağlamak
- b-özerk bir sanat yönetimi tasarısı (kanunu) oluşturmak.
- c-Fonların artırılması

d-Politikacıların sanatsal faaliyetler konusunda müdahale etmesine izin verilmemesi.

e-Kültür ticaretine hız verilmesi, (günümüzde birçok turistik ülke kendi kültürlerinin ticaretini yapmaktadır)¹⁵².

Küreselleşme süreci ile birlikte kentler bir dizi dönüşüm sürecine girmişlerdir. Yaşanan değişim ve dönüşüm ile birlikte birbirine benzeyen, birbirini taklit eden, küresel pazarda satılabilecek değişikliklerini ön plana çıkaran 'yarışan kentler' ortaya çıkmıştır. Bu noktada küresel sermayeye eklenilebilmenin bir yöntemi olarak kültür, yeni bir boyut kazanarak tanımlanmış, bir endüstri haline gelmiştir. Bu durum küresel pazarda ürün çeşitliliğini azaltırken, kentler dolaylı veya dolaysız bir biçimde geçmişlerini keşfetmeye başlayarak kendine özgü ve yerel olanı kullanma eğilimi içerisine girmişlerdir¹⁵³.

Kentleri küreselleşmenin getirdiği yarışmacı ortamda rekabet içine sokan kriterler kentlerin sahip olduğu sosyo-ekonomik, fiziksel, coğrafi, kültürel ve mekansal özelliklerinin yanı sıra tarihi süreçten gelen potansiyelleridir. Kültür, tarih ve mekan üçgeni kapsamında, sınırı çizilen ve farklı toplumsal dinamiklerin etkisiyle gelişim gösteren tarihi dokular, geçmisten günümüze küresel düzlemin mekansal, ekonomik ve siyasal gelişmelerinden etkilenme boyutuna göre ayakta kalmaya çalışmışlardır. Bu noktada kültürel bağlam ile tarihi geçmişin bağdaştırılarak kentlerin okunması çalışma konusuyla ilişkili bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Kentlerin çekiciliğini çeşitli öğelerle tanımlamak mümkündür. Altyapının özellikle de ulaşım ağının etkinliği, kentsel çevre kalitesi, eğitim kalitesi ve iş fırsatlarına ulaşabilme, sokakların güvenli olması gibi somut faktörlerin yanı sıra, yerel ekonominin canlılığı, prestij ve kent imajı gibi daha az somut faktörler de bulunmaktadır.

Çekiciliği artırma konusunda fiziksel yenilik, kültür politikaları ve kentin tanıtımı en yaygın bileşenler arasındadır. Sanat, kültür ve eğlence işlevleri,

¹⁵² Tanrıöver ve diğ., 2010

¹⁵³ Altıoklar, a.g.e.,

tiyatro, müze, galeriler gibi kültürel altyapı, kentlere farklı bir canlılık ve dinamizm kazandırarak toplumun farklı kesimlerine çekici yaşam tarzı seçenekleri sunmaktadır. Kültür ve sanat politikalarının kentlerin yeniden canlandırılması, turistler için daha cazip olması ve kültürle ilişkili ekonomik faaliyetlerin yaygınlaşması açısından yaşamsal öneminin fark edilmesi, birçok kenti galeriler, tiyatrolar ve konser salonlarını kapsayan yeni bir kültürel altyapı oluşturma noktasına getirmektedir.

4.8.1. Dağıtım Şirketleri

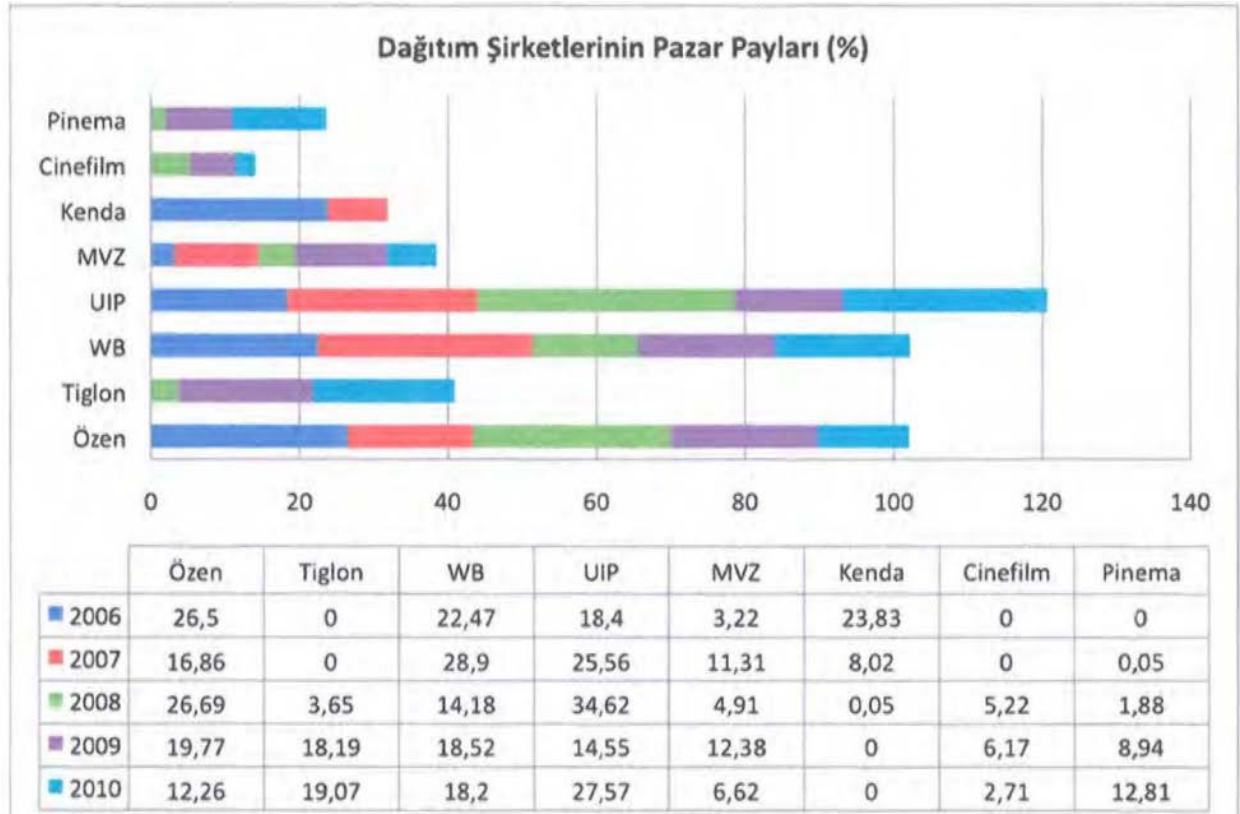
Yabancı Sermaye Kanunu'nun 1987 tarihi itibari ile yürürlüğe girmesi ile, yabancı firmaların kendi yatırımları için Türkiye'de yatırım yapmasına olanak sağlanmıştır. Örneğin, 1989 yılında Warner Bros'un yatırım yapması uzun bir süredir Pazar hakimiyetini elinde bulunduran Özen Film firmasının Pazar hakimiyet tehdit etmeye başlamıştır¹⁵⁴. Buna rağmen köklü bir geçmişi olan Özen Film, diğer firmaların Pazar hakimiyetini ele geçirme çabalarına rağmen, 2005 yılında % 34, 2006 yılında ise küçük bir düşüşle % 26 ile üstünlüğünü hissettirmiştir¹⁵⁵.

Ancak, Pazar üstünlüğü firmaların çoğalması ile aslan payını azalttığını gören, AFM, BKM, Plato Film 2004'te birleşerek, Kenda Filmi kurmuşlardır. Şirket, 2008'de sinemayı bırakmıştır. 2008 yılında da 35 Milim Film Şirketi piyasadan aynı şekilde işi birden bırakarak piyasadan çekilmiştir. Sorasında Fox ve Tiglon Film şirketleri dağıtım kanalları ile sinemada dikkat çekmişlerdir.

¹⁵⁴ Çetin, Zeynep Erus, 2007, Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü, Selçuk İletişim, s. 9-10

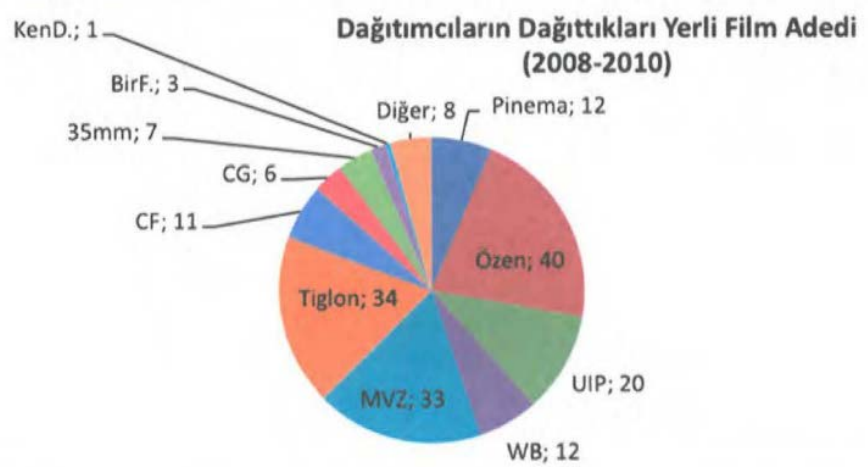
¹⁵⁵ Çetin, 2007, a.g.e., s 11

Tablo 2 Dağıtım Şirketlerinin Pazar Payları

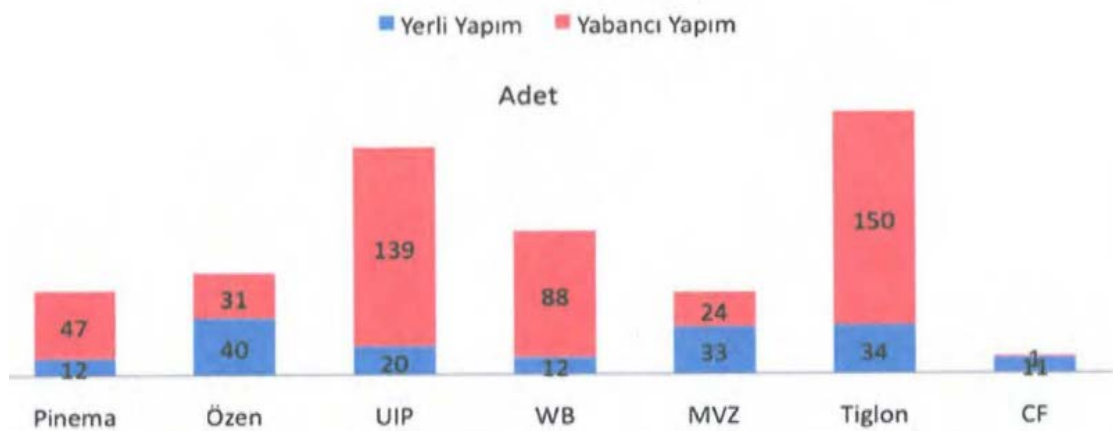


Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye'de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 29

Tabloya dikkat edilirse, UIP, Özen Film ve Warner Bros ilk üçte yer almaktadır. Yıllara göre dağılıma bakarsak, UIP'in ağırlığı hissedilmektedir.



Dağıtılan Tüm Filmler Arasında Yerli ve Yabancı Filmlerin Payları (2008-2010)

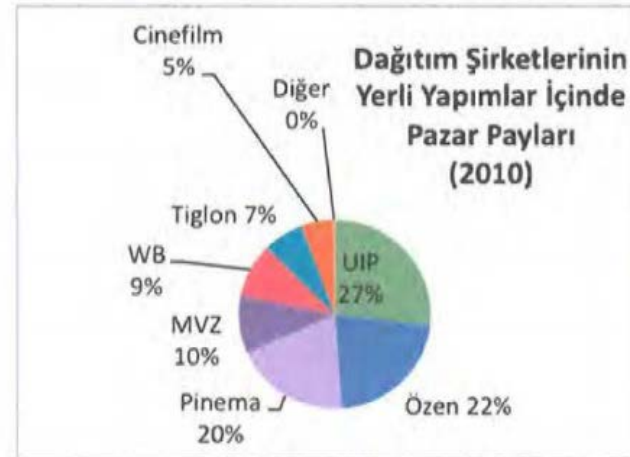
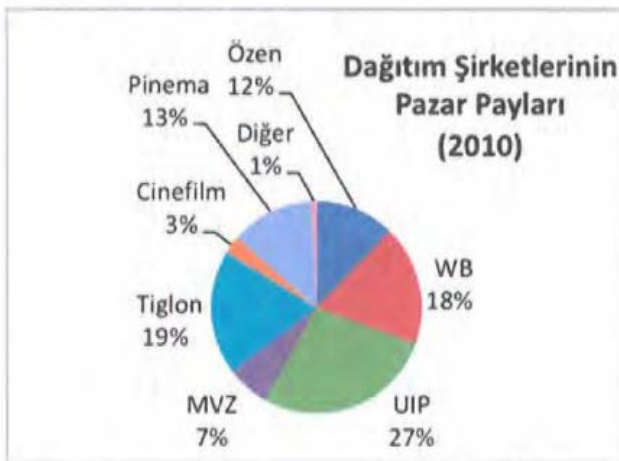


Şekil 3 Dağıtımçıların Dağıttıkları Yerli Film Adedi (2005-2007) ve (2008-2010)

Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye’de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 30

Şekillerden anlaşılacağı üzere 2005-2008 yılları Tiglon-Özen Film çekişmesine neden olmuştur. Tiglon % 19 ile Özen filminden biraz daha üstün gözükmetedir. Diğer bir dikkat çekici konu ise, yerli filmlerin çokluğu yüzünden yabancı firmaların piyasada tutunamaması olmuştur.

2010 yılında itibaren ise, Amerika yapım şirketleri de pazara küçük oranlarda girmeye başlamıştır. Bunlar; Warner Bross ve Pinema’dır. Diğer yandan Tiglon, Özen Film’den sonra Cinefilm’de pazar da üstünlük belirtileri göstermiştir.



Şekil 4 Dağıtım Şirketlerinin Pazar Payları (2010)

Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye’de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 30

Tablo 3 Dağıtım Şirketlerinin Sattıkları Film Adetleri (2010)

	Yerli Yapım	Yabancı Yapım	TOPLAM
Pinema	7	13	20
Özen	12	7	19
UIP	8	46	54
WB	6	30	36
MVZ	11	8	19
Tiglon	13	63	76
CF	5	1	6
Diğer	4	13	17

Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye’de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 30

4.8.2.Pazarlama Kanalları

Film endüstrisi doğaldır ki ekonomik bir olaydır. Ekonomik nedenleri sebebiyle, bu alan ve alt alanları sürekli genişlemeye ve gelişmeye maruz kalmaktadır. Endüstrinin asıl yükü dağıtım aşamasıdır. Fakat dağıtım kanalları teknik bir pazarlamadan geçmektedir. Halkla bütünleşmiş, oluşturduğu potansiyeli sağlam, pazarda hakimiyeti son derece ağır olan bir firma için reklam firmanın ürünlerini en ücra köşelere bile duyurma ya da ulaştırma anlamına gelmektedir. Nitekim, çoğu firmanın bir çok şubesi, ya da bayisi bulunmaktadır. Bu da pazarla bütünleşmenin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü firma reklamlarla vereceği mesajın ürünün potansiyel Pazar hakimiyetine yol açtığını bilmektedir. Bu nedenle toplum değerlerini, yapısını ve hassasiyetini çok iyi özümsemek gerekmektedir.

Bütünleşmek ile kastedilen reklamın vermiş olduğu mesajın getirileridir. Çünkü, yeni ürün anlatılmak istenen mesajı tam vermiyorsa ya da yanlış anlatılmışsa, reklamın etkisi ters olabilir. Halkla bütünleşmek, ya da pazarla bütünleşmek kolay bir yol değildir¹⁵⁶.

¹⁵⁶ Altıoklar, a.g.e.

Dağıtım kanallarının en temel aracı; sinema salonları, ev ve video pazarı, televizyon satışları, internet, AVM'lerdir.

4.8.2.1.Sinema Salonları

Türkiye'nin sinema sektörü ile ilgili istatistikleri çok net olmamakla birlikte, TÜİK tarafından yapılmış da olsa veriler çok düzenli gözükmemektedir. Bunun nedeni, sinema sektörünün kırılğan, yapay, diğer sektörlerden farklı bir yapıya sahip olmasıdır. Çelişkili de olsa, belirgin bir yapı arz etmektedir. İstatiksel olarak, 2000 yılına kadar veriler hiç netlik arz etmezken, 2000 yılı sonrası Deniz Yavuz'un bir araştırması verilere adres gösterilmektedir. 02.12.2009 tarihli verilerde göre Türkiye'nin (açıkhava sinemaları, erotik sinemalar, vs. hariç) 483 sinema. 1810 sinema salonu ve 247.616 koltuk sayısına sahiptir. Bu rakamlara baktığımızda TÜİK'le uyuşmadığını görmekteyiz. AFM Grubuna ait sinema salonu sayısı ise, aynı yıl 1676'dır¹⁵⁷.

Tablo 4 Türkiye'de Sinema Salon Sayıları (2007-2008-2009)

	TÜİK		ANTRAKT	
	Salon Sayısı	Koltuk Sayısı	Salon Sayısı	Koltuk Sayısı
2009	1,647	229,822	1,810	247,616
2008	1,514	212,155	1,575	244,551
2007	1,140	161,923	1,464	220,020

Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye'de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 35

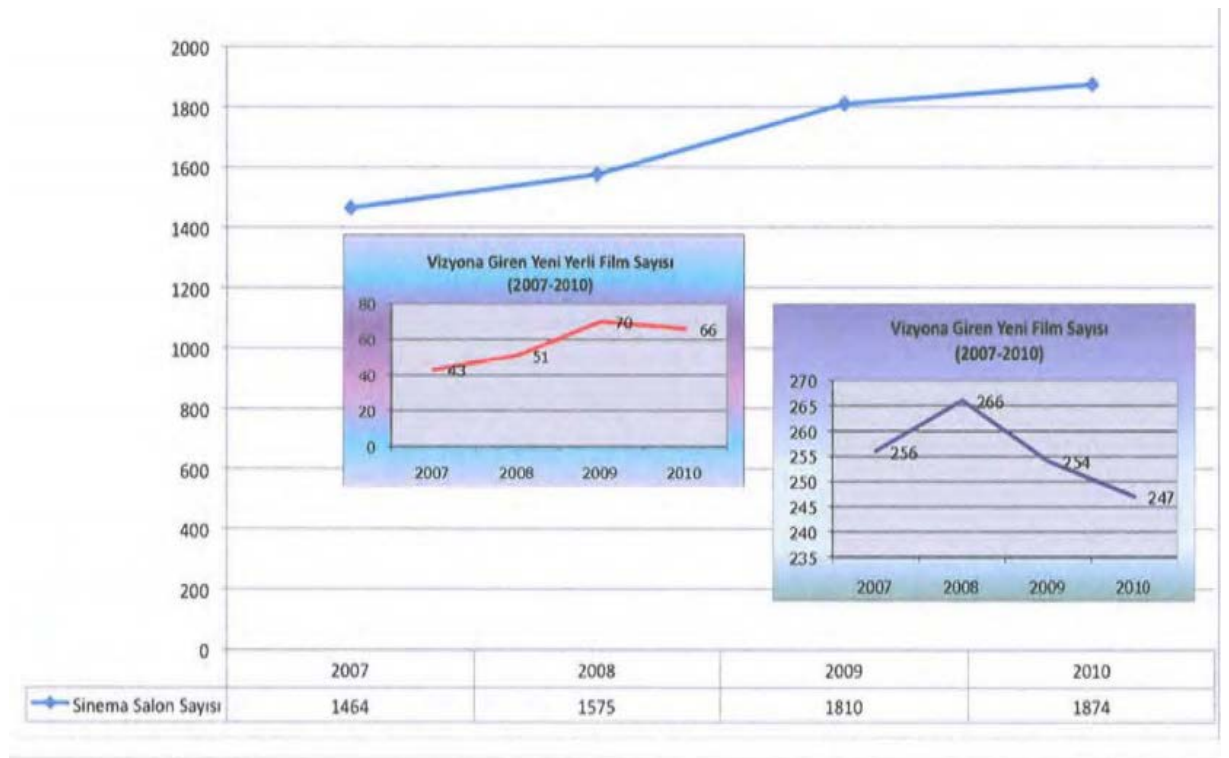
Tablo 5 sinemalarda gösterilen film ve seyirci sayısı, 2012

¹⁵⁷ Tanrıöver, a.g.e., s.34-35

İBBS - 3. Düzey SR - Level 3	Sinema salonu sayısı Number of movie houses	Koltuk sayısı Seating capacity	Gösterilen film sayısı Number of pictures shown			Seyirci sayısı Attendances			
			Toplam Total	Yerli film National production	Yabancı film Foreign production	Toplam Total	Yerli film National production	Yabancı film Foreign production	
TR	Türkiye-Turkey	1 998	263 301	37 546	12 072	25 474	39 002 190	18 235 611	20 766 579
TR100	İstanbul	665	90 813	11 308	3 193	8 115	14 000 678	5 908 878	8 091 800

Kaynak: TÜİK 2012

Şekil 5 Sinema Salon Sayısı Değişimi (2007-2010)



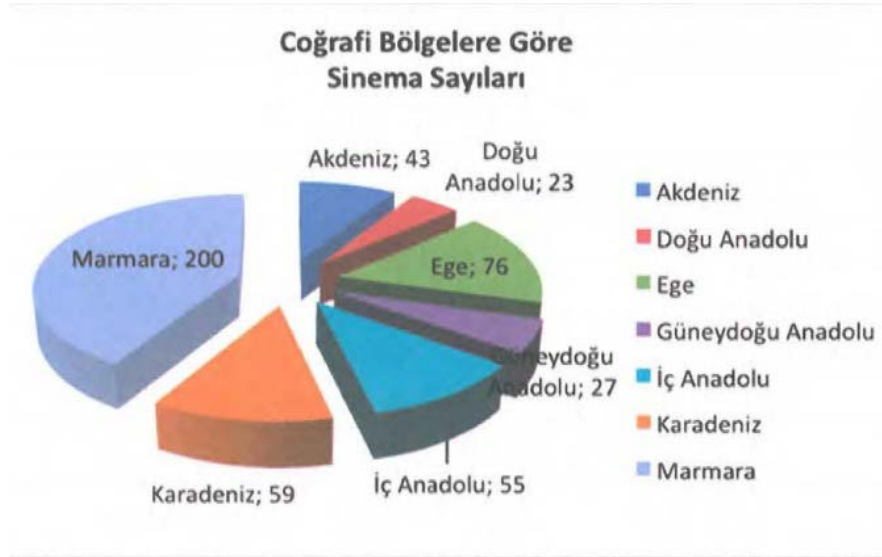
Sinema Koltuk Sayısı Değişimi (2007-2010)

Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye’de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 36

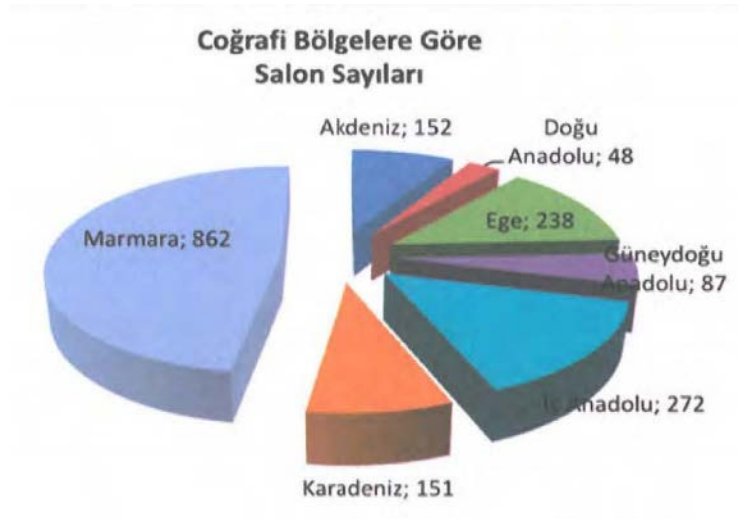
Sinema ve salonlarının bölgesel dağılımı bazı farklar içermektedir. Akdeniz Bölgesinin salon sayısı 1-10 aralığında, Doğu Anadolu 1-4, Ege 1-11, Güney Doğu Anadolu 1-7, İç Anadolu 1-7, Karadeniz 2-10 ve Marmara 2-22 aralığında gözükmetedir. İstanbul doğal olarak en fazla sayıya sahiptir (126 adet). Daha sonra ise İzmir gelmektedir (36 adet). Ardahan, Bayburt ve

Gümüşhane’de sinema bulunmamaktadır. Bu durum ciddi bir dengesizlik taşımaktadır. Coğrafi açıdan bu bölgelerin kendine has sorun ve yaşam tarzları bulunmaktadır. Sosyal ve ekonomik refah açısından İstanbul, tüm illerin en popüler sinemalarına sahiptir.

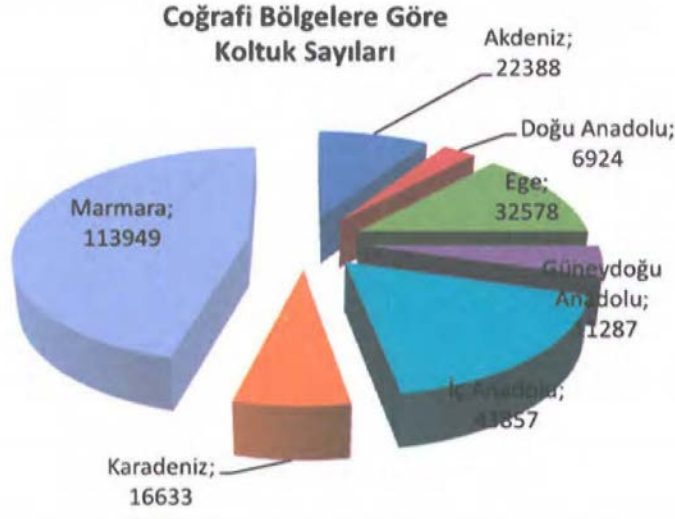
Şekil 6 Coğrafi Bölgelere göre Sinema Sayıları



Şekil 7 Coğrafi Bölgelere göre Salon Sayıları



Şekil 8 Coğrafi Bölgelere göre Koltuk Sayıları



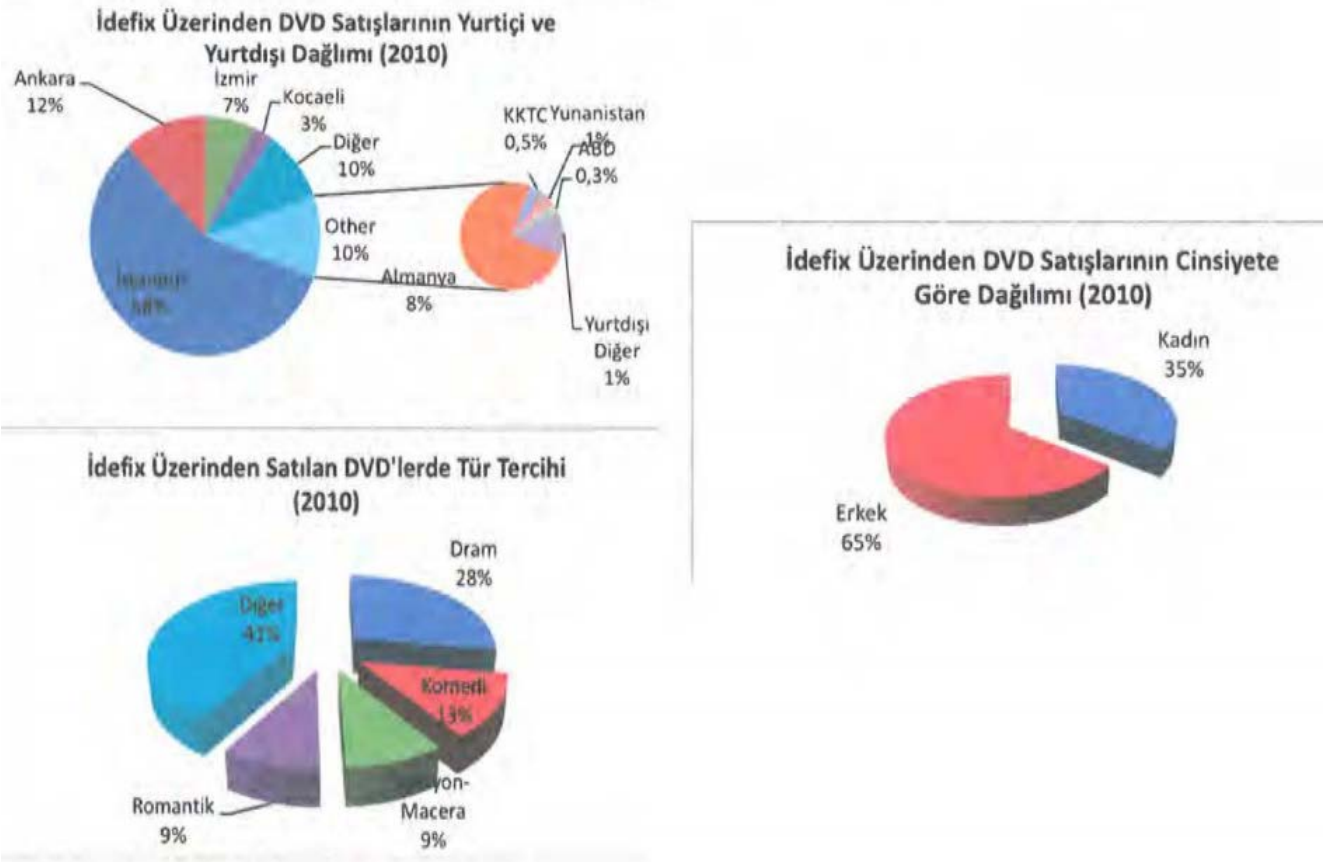
4.8.2.2.Ev Video Pazarı

Türkiye'de filmler DVD ve PPV (izle ve Öde) ve CD pazarlaması olarak çıkmaktadır¹⁵⁸. Doğal olarak Video şirketlerinin ciroları açıklanmamaktadır. Bu durum sinema sektörünün hacmini tamin edilemez bir duruma sokmaktadır. Ancak Fakat, Idefix, D&R gibi kurumsal düzeyleri olan firmalar kendi rakamlarını tanıtım amaçlı kullanmak için açıklamaktadır. Fakat bu durum, çok az bir boyutu gösterir.

Evde sinema için 100 milyon TL'nin harcandığı 2009 yılında yasal video pazarı, kitap ve müzik ile birlikte 650 milyon TL'lik ciroya ulaşmıştır. TÜİK'in Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasında Türkiye'de 2007'de %40.6 olan DVD. VCD, kullanan 2008'de %42.6'ya, 2009'da %42.7'ye yükseldikten sonra 2010'da yeniden %40.6'ya gerilemiştir. Bu kapsamda, yapılan araştırmalar sonucunda VCD kullanan %51; DVD kullanan %56, ev sinema sistemi kullanan ise %22.80 düzeyindedir.

¹⁵⁸ Altıoklar, a.g.e.

Şekil 9 Ev Sinema ve DVD Pazarı (2010)



Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye'de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 32

Tablo 6 En Çok DVD'si Satılan Filmeler (2010)

Film	Firma	Film	Firma
1 Nefes: Vatan Sağolsun	Tiglon/Fida Film	11 Ebru Şallı ile Pilates 2	Tiglon/İmaj
2 AROG	Fida Film	12 Ve Durgun Akardı Don	Saga
3 Neşeli Hayat	BKM/İmaj	13 Pandora'nın Kutusu	Tiglon
4 1 Kadın 1 Erkek	Tiglon/İmaj	14 Avatar	Tiglon/20th Century Fox
5 Gölgesizler	Tiglon/İmaj	15 Karanlıktakiler	Tiglon
6 Güneşi Gördüm	As Sanat	16 Yaşlı Batı	Tiglon/Fida Film
7 Savaş ve Barış	Saga	17 Hayat Var	Tiglon/İmaj
8 Vavien	Tiglon/İmaj	18 Anna Karenina	Saga
9 Veda	Tiglon	19 Charles Darwin: Türlerin Kökeni	Tiglon/BBC
10 Eyvah Eyvah	Tiglon/İmaj	20 Pazar: Bir Ticaret Masalı	Tiglon

Kaynak: Tanröver, Hülya Uğur, 2010, Türkiye’de Film Endüstrisi Konumu, ve Hedefleri, İTO Yayınları, s. 32

Tabloya göre ilk on arasında sadece bir tane yabancı film bulunmaktadır. Yerli filmlerin birçoğu komedi filmleridir. Filmlerin çıkış yapımcıları Tiglon ilk önde gözükmemektedir.

4.8.2.3. Televizyon Satışları

1990’lı yılların başlaması ile özel televizyon kanallarının birden patlak vermesi, TRT kanallarının dayatmasını ortadan kaldırmış, bu özel kanallar sayesinde, özellikle o dönemin pop ve arabesk furyası Türkiye’nin tüm bölgelerine yayılmaya başlamıştır. Endüstrinin genişlemesi, küreselleşme ile birlikte genişleyen iletişim sektörü sayesinde olmuştur. TRT bu dönemde özel kanalların yanında varlığını hissettirememektedir. TRT özel kanalların gerekli dağıtımını yapması için belirli ödemeler ile dağıtımını servis etmekteydi. Ancak zamanla, özel kanalların dağıtımını için kendi bünyelerinde oluşturdukları yapım şirketleri ile film açısından zengin bir üretkenliğe kavuştu. Üstelik bu furya TRT tekelinden çıkarak ulusal yapımlara kadar gitti¹⁵⁹.

Özel kanalların ilerleyişi, TRT’ye de ilham vermiş, özel kanal filmlerinin itibar görmesi üzerine TRT’de kendi içinde yapılanarak yapımcılar yetiştirmiş, bu yapımlarını her alanda geniş imkanları yüzünden oldukça genişletmiştir¹⁶⁰.

4.8.2.4. İnternet

Film endüstrisi içinde hiç kuşkusuz iletişim teknolojilerinin etkisi gittikçe hissedilir olmaktadır. İnternet günümüzün en mobil teknolojisidir. Özellikle gençler arasında yayılan akımlar onları izlemeye ve taklit etmeye yönelten nedenler yüzünden internet mobil bir servis olmuştur. Günümüzde en popüler filmler, videolar, sitcomlar ve bir çok yapım internet üzerinden servis edilebilmektedir. Aslında internet özellikle filmlerin fragmanlarının yayınlandığı bir tanıtım amacı ile hareket etmektedir. Bu furyanın en bilineni,

¹⁵⁹ Scognamillo, Giovanni, 2010, Türk Sinema Tarihi, İstanbul: Kabalcı yayınları, s. 372-373

¹⁶⁰ Pösteği, Nigar, 2005, 1990 Sonrası Türk Sineması, 2. Basım, Es Yayınları, İstanbul, 2. 169

bir yapımın internet sitesinin kurularak, oyuncularını ve konusunun takip edilmesini sağlamaktır. Ayrıca, pazarlama aşaması olarak ta bilet satışları (Biletix) ve yeni bölüm fragmanları ile bir hayli dikkat çekici hale dönüştürülmektedir.

İnternet hem mobilitesi hem de maliyeti açısından çok önemli bir olgudur. Çok sıkı takipçileri olan sinema ve oyuncularının internet ortamında sürekli takibinin yapılmasını sağlamaktadır.

Warner Bros. Yönetim Kurulu Başkanı Barry Meyer'a göre, sinemanın klitesini artıran özel efektler çok fazla maliyet arz etmektedir. Bu durum filmin bütçesini artırmaktadır. Dolayısıyla, ileride sinema salonlarını dolduracak büyük bütçeli filmlerin piyasada hakimiyet kurması beklenmektedir. Günümüzde sponsorlar ya da zengin kimselerin bütçeleri aracılığı ile yapılan filmler, şirket tekelinden de uzaktır. Yapım şirketlerinin interneti bir tanıtım aracı olarak kullanmasında, filmin geleceği hakkındaki içeriklerin gizli tutulmasını da sağlamaktadır. Bazı filmlerin tanıtım aşamasında maliyeti ortadan kaldıran internet, özellikle bir çok alt kitlenin filme ulaşmasını da sağlamaktadır¹⁶¹.

İnternetin kullanılırken filmin indirilmesini sağlayıcı olması, filmin ileride tekrar seyredilmesini ve başka bir bilgisayara taşınmasını da sağlamaktadır. Örneğin, Apple firmasının, alan iTunes Store hizmeti ile 2007 yılında daha önce gösterime girmemiş Disney filmlerini izleyiciye ulaştırmıştır¹⁶².

4.8.2.5.Salon Gösterimi Dışında

Salon dışı dağıtım, 16 mm. formatındaki filmlerin; askeri birlikler, üniversiteler, havayolları, hapisaneler, yolcu gemileri gibi sinema salonu dışında kalan yerlerde gösterilmesi için dağıtımçıya belirli bir kira bedelinin ödenmesiyle gerçekleşmektedir. Videokaset dağıtımının yaygın olmadığı dönemde salon dışı dağıtım, filmin toplam gelirlerinin % 2 ila 5'i arasında yer

¹⁶¹ Denby, "Big Pictures", Ağustos 2007, <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h &AN=23573788&site=ehost-live>>BIG PICTURES

¹⁶² Derby a.g.e.

almıştır. Videokasetlerin popülaritesini arttırmasıyla salon dışı dağıtıma yönelik ilgi azalmıştır¹⁶³.

4.8.2.6. Alışveriş Merkezleri

1990'lı yıllarda başlayan küreselleşme Anadolu'da var olan sinema salonlarının kapanmasına neden olmuştur. Kapanma sebebi olarak, ekonomik açıdan Pazar hakimiyetini elde etmek isteyen büyük mağazalardır. Sinema birden bu alışveriş mağazalarının bir bölümü olarak ikinci ya da üçüncü plana itilmiştir. Ancak, bu durum, halkın daha rahat ve güvenli bir ortamda film izlemesini sağlamıştır. Mehmet Altıoklar'ın tespitine göre, Türkiye 1700 civarında sinema salonuna sahiptir. bunların içinde, Cinebonus ve AFM izleyici oranları %25'tir. Kalan salon sayısı ise 1000 kadar olup bunlar yurdun diğer illerine yayılmaktadır. Ayrıca, bu sayısının az olduğunu belirten Altıoklar, Amerika ve Avrupa'daki sinema salon sayısının çok daha fazla olduğunu vurgulamaktadır¹⁶⁴.

Türkiye Salon Başına düşen kişi 50.000

Avrupa Salon Başına düşen kişi 15.000,

ABD Salon Başına düşen kişi 8.000

¹⁶³ Sherman, Eric, 1999, Selling Your Film: A Guide To The Contemporary Marketplace, Los Angeles, 2nd Edition, Acrobat Books Press, s. 101

¹⁶⁴ Altıoklar, a.g.e. s. 13

SONUÇ

II. Dünya savaşının bitişi ile birlikte toplum nüfusları artmaya başlamış, insanlar uzmanlaşmaya gitmiştir. Savaşların çok zarar verdiğinin anlaşılması, toplumları birbirine yaklaştırmıştır. Ürün pazarlaması yerel anlamda dikkate değer bir yaşam tarzı iken teknolojinin hızlı yükselişi, pazarlama elemanlarının alanını daha da genişletmiştir.

İşletmeler gelişen teknolojik olayları yakından takip ederek, dağıtım ve pazarlama kanallarında yeni teknikler üretmişlerdir. Bu durum, sadece sinema sektörünün gelişimine değil, sinema ile ilgili tüm alanlara yansıtılmaktadır. Türkiye film ihraç eder konumdadır. Bu yönüyle, çok geniş alt sektörlerinde genişlemesini sağlamıştır. Son yıllarda film ithal edilmezken, bir zamanlar soluksuz izlenen, Köle İsaura, Kökler gibi pembe dizi olarak adlandırılan ithal filmler artık yerlerini Türk geleneklerine uygun yapımlar karşısında hakimiyetini ve çekim gücünü kaybetmiştir. Diğer yandan, Türk kültürünü yapılan bu filmler ile tanımaya çalışan yabancılar bu ihraca büyük katkıda bulunmaktadır.

Böylece, siyasi sınırları aşarak gelen bir ürün başarılı olur. Bu ürün dünyanın her yerinde satılır. Alıcı bulur. İşte bu nedenle, işletmenin pazarlama uygulamaları ile üretilen mal ya da hizmet standartlaştırılmalı ve uyumlu bir örgüt yapısı kurulmalıdır. Etkili bir global pazarlama yapısı için, ilk aşama, bunu uygulayabilecek stratejinin belirlenmesi ve mali kaynakların saptanmasıdır. İşletmenin kaynaklarının, kuvvetli ve zayıf yönlerinin değerlendiren stratejinin belirlenmesi ile birlikte uluslararası satışa uygun, işletme amaçlarının gerçekleştirecek örgüt yapısını kurmak ve işletme felsefesini tanımlamak gerekmektedir. İkinci aşama bütün dünya için ya da hedef alman belirli bir dünya piyasası için, uygun ürün ya da hizmeti araştırmak, geliştirmek, yaratmak, üretmek ve satmaktır.

Gelişmekte olan ülkelerin en belirgin özelliklerinden birisi ekonomilerinin yabancı sermayeye bağımlı olmasıdır. Sinema her ne kadar bu sermaye odaklılığına bağlı olmayan tek sektördür denebilir. Üretici film şirketleri, maliyetinin çokluğunu giderek son yıllarda ciddi projeler üretmeye

başladılar. Örneğin, Muhteşem Yüzyıl, bir çok Arap ülkesinde ciddi bir izleyici kitlesine sahiptir. Diğer bir gösterge ise her yıl Antalya'da düzenlenen Altın Portakal Film Festivalidir. Ayrıca dışarıya baktığımızda, Cannes ve Berlin Film Festivallerinde de bir çok Türk filmi birçok ödül kazanmıştır. Bu haliyle maliyeti ne olursa olsun, bir çok başarıya imza atmışlardır. Ayrıca son dönemlerde Sultanahmet gibi bazı tarihi yerlerde James Bond ve bazı Amerikan oyuncuların filmler dünya gösterimlerinde çok fazla ilgi toplamaktadır. Son dönemlerde bu dizi ve filmlerin artması, Türkiye'nin tanıtımına son derece katkıda bulunmasının yanı sıra, küreselleşmenin yoğunluğuna da dikkat çekmektedir. Türk sanatçıların küreselleşme sayesinde, Hollywood gibi yapımlarda yer alması da diğer dikkat çekici konulardan birisidir.

Türk Sineması, özellikle hükümetin el değiştirdiği 2003 yılından itibaren çok ciddi bir alt yapı ile tanıştı. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, Şile'de kurulacak film stüdyoları küreselleşmede Türkiye'nin çok geniş hamleler yaptığını ve sinema sektörüne de el attığını göstermektedir. Küreselleşmenin çıkış dönemi olan 90'ların film pazarı hakimiyeti Amerika ve Avrupa iken günümüzde Türkiye'de ciddi bir Pazar olmaya aday olmuştur. Günümüz özel ve Devlet kanallarına baktığımızda, hemen hemen tüm kanallarda Türk filmleri, dizileri, belgeselleri çok büyük bir izleyici kitlesi bulmaktadır. Özellikle çalışan geniş bir nüfusa sahip İstanbul, Ankara ve İzmir gibi illerin izleyici kitlesi televizyon kanallarını tercih etmektedir. Ayrıca, üniversitelerin, sinema ve televizyonculuk, gazetecilik, muhabirlik ve bu programlarla ilişkili diğer bölümlerinin faaliyetleri giderek artmaktadır.

Günümüzde Türk Sineması, Amerikan Sinema Endüstrisi'nden edindiği ekonomik yapıyı hiçbir süreçte uygulayamamaktadır. Amerikan sinema endüstri yapısı ile Türk ekonomisi çok farklı işleyişe sahiptir. Bu bakımdan sinemada merkezîyetçi yaklaşım şimdilik sinemanın denetlenmesi, dağıtılması açısından, devlet tekeline ya da şirket tekeline girmesi demektir. Bu durum pazarlama ve rekabet ortamını sınırlı tutacaktır. Önlem olarak, devletin daha geniş yaklaşımli ve her şirketi içine alabilecek bir havuz yapması olası bir çözüm olarak düşünülebilir.

İleriki dönemlere şimdiki teknolojik gelişmeler ışığında bakıldığında Türk Sineması'nın dağıtım aşamaları gerek kendine has yapısı gerekse takip ettiği Amerikan yapısına göre şekillenecektir. Böylece, sinemanın sanayileşmesi dağıtım sürecine de yansiyacaktır. Bu durum sinemanın özel donanımlı salonlarda gösterilmesi, ya da internet ortamında şifreli olarak günümüzde Digitürk tarzı uygulamalar ile gösterilmesi ya da kişilerin abone olarak aylık ödemeler ile evlerinde özel şirketler sayesinde gösterilebilir olması olası tahminlerdir.

Türk Sineması'nın en büyük eksikliği ya da geliştirilmesi gereken en önemli konu pazarlama aşamasıdır. Sektör çok büyük olduğu için dağıtımın tekelleşmesi ya da devlet tarafından sürdürülmesi yerine hukuki açıdan bir çerçeve oluşturulması gerekmektedir. Sinemaların kapsadığı bütçe ve reklam konuları izleyiciyi çekme kapasitesi farklılık arz etmektedir. Ancak bu tamamen tahmin edilemez bir süreçtir. Bu durum, film yapımcılarını, şirketlerini, dağıtımçıları çok büyük bir risk almaya zorlamaktadır. Bu risk bazen bir firmanın katlanamayacağı bir durum olabilmekte ve kaliteli yapımların oluşmasına engel olmaktadır. Bunun dışında, pazarlama, dağıtım ve izleyici arasında ki ilişkiler firmalar tarafından iyi bir organizeye sahip olmalıdır.

KAYNAKÇA

Aktan, C. Can, Şen, Hüseyin (1999), Globalleşme, Ekonomik Kriz ve Türkiye, Ankara, Tosyöv Yayınları, ss.10-35.

Altıoklar, Mehmet, (2010), Türk Sineması: sorunlar ve fırsatlar: panel 12.12.2009” İTO yayınları, İstanbul

Atadeniz, Ragıp Yılmaz, (2010), Türk Sineması: sorunlar ve fırsatlar: panel 12.12.2009”, İTO yayınları, İstanbul

Avacı, U. Avacı, M. (2004) Örgütlerde Bilginin Önemi Ve Bilgi Yönetimi Süreci, Mevzuat Dergisi, Yıl: 7 Sayı:74

Avacı, Umut, (2005), İşletmelerde Örgütsel Öğrenme Örgütsel Performans İlişkisi, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE.

Aydın, Cengiz Hakan ve diğerleri, (Ed.) (2005), Temel Bilgi Teknolojileri, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi

Bensghir, Türksel Kaya. (1996), Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara.

Bilginer, Nejat (2005), Lojistik Yönetimi (Ders notları), TC. DEÜ. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

Briefel, A. (2009), What Some Ghosts Don't Know: Spectral Incognizance and the Horror Film, Narrative, Cilt 17, No 1, s 95-108.

Büyük Larousse. (1992), Sanayill C. 19 Milliyet Yayınları, İstanbul

Canbek, Gürol, Sağıroğlu, Şeref, (2006), Casus Yazılımlar ve Korunma Yöntemleri, Ankara, Grafiker

Childe, V. Gordon, (2009), Tarihte Neler Oldu?, Kırmızı Yayınları, 5. Bs. İstanbul

Curi, Geng ve Choudhury, Pravat (1998). (Effective Strategies For Ethnic Segmentation And Marketing), Proceedings of the 1998 Multicultural Marketing Conference, Montreal, Quebec, Canada, September 17-20, (editors: Jean-Charles Chebat and A. Ben Oumlil)

Çetin, Cafer, (2006), Küreselleşme ve Küresel Ekonomi İçerisinde Türkiye'nin Konumu, Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kars

Çetin, Zeynep Erus, (2007), Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü, Selçuk İletişim

Demirbilek, Alev, (1994), Dünya Sinema Tarihi Ders Notları-I, İstanbul, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema-TV Bölümü,

Gomery, Douglas, (1998), Hollywood as Industryll, John Hill ve Pamela Church Gibson (Ed), The Oxford Guide to Film Studies içinde, 1. Basım, New York: Oxford University Press,

Gomez, R. (2009). Terrorism and Social Panic in British Fantastic Cinema, The Many Forms of Fear, Horror & Terror. Ed. Leanne Franklin ve Ravenel Richardson, Oxford: Inter-Disciplinary Press, s. 3-13.

Göksel, Ahmet Bülend, Yurdakul, Nilay Başok, (2007), Temel Halkla İlişkiler Bilgileri, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir

Green, Corliss L. (1999). (Ethnic Evaluations of Advertising: Interaction Effects of Ethnic Identification, Media Placement, and Degree of Racial Composition), Journal of Advertising, Volume XXVIII, Number 1, Spring,

Gupta, J. N.D, Sharma , S. K., Hsu, J., (2007), An Overview of Knowledge Management, Ed: Murray, J. E., Knowledge Management: Concepts, Methodologies, Tools and Applications, Information Science Reference, Hershey, New York

Güleş, Hasan Kürşat. (2000). Rekabet Üstünlüğü Ve Bilişim Teknolojileri, Verimlilik Dergisi. Ankara: MPM Yayını.

Güz, Nurettin, (1996), Türk Basınında Gündem Oluşturma, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, yıl:2, s. 12, Ankara ss. 982-983.

Hayward, Susan, (2010), Cinema Studies The Key Concepts, 3. Basım, Routledge, Londra

Horne, T. (2010). Goliath in the Valley of Elah, War, Literature and The Arts, cilt 22, 2010, 75

Kalkan, V. D. Keskin, H. (2005) “KOBİ’lerde Bilgi Yönetimi Süreci ve Araçları” Bilig, Güz / 2005, sayı 35, 173-204

Kalkan, V. D., (2006) “Örgütsel Öğrenme Ve Bilgi Yönetimi Kesişim Ve Ayrışma Noktaları” Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar-2006 C.5 (22-36)

Kara, Mustafa, (1995), Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Gücü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kaya, Raşit, (1985), Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınevi, Ankara

Kerr, Paul, (1986), The Hollywood Film Industry, New York, Routledge&Kegan Paul Inc.,

Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2001). Principles of Marketing. 9. Edition, Pearson Education Asia Pte. Ltd.: Delhi

Köse, H., Ömer, (2006), Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü, Sayıştay Dergisi, Sayı:49 ss. 3-46

Kurtoğlu, Ramazan, (2013), Küresel Para Savaşları ve Davranış Ekonomisi Nörofinans, Orion Kitabevi, İstanbul

Kurtoğlu, Ramazan, (2011), Küresel Ekonomik Kriz ve Yeni Dünya Düzeni, Sinemis Yayınları, İstanbul

Kurtoğlu, Ramazan, (2014), Küresel Hegemonya Savaşları İklim, Su ve Gıda, Karma Yayınları, İstanbul

Kurtoğlu, Ramazan, (2013), Evanjelizm - Hollywood ve Kabala'nın 13.Havarisi Dünya İmparatorluğu ve Türkiye, Orion Kitabevi, İstanbul

Kurulgan, Mesut, (2004), Bilgi Teknolojilerinin Üniversite Kütüphanelerinde Yönetim İşlevleri Üzerine Etkileri ve Türkiye'deki Uygulamaya İlişkin Bir Araştırma.Doktora Tezi, Anadolu Üniv. Sos. Bil. Enst., Eskişehir.

Mercan, Sevgim, (2008), Bilgi Teknolojilerinin Örgütsel Yapılara Etkileri,(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi SBE

Monaco, James, (2001), Bir Film Nasıl Okunur?, Çev.: Ertan Yılmaz, Oğlak Yayıncılık, İstanbul,

Muntean, N. (2009). It was Just Like a Movie: Trauma, Memory, and The Mediation of 9/11. *Journal of Popular Film&Television*, Cilt 37, No:2, Yaz 2009.

Nowell-Smith, Geoffrey, (2003), Dünya Sinema Tarihi, Çev: Ahmet Fethi, Kabalcı Yayınevi, İstanbul,

Oskay, Ünsal, (1971), Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon, Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara

Özgüç Agâh, (2005), Türlerle Türk Sineması, Dünya Kitapları

Özön, Nijat, (1985), Sinema Uygulayımı, Sanatı, Tarihi, Hil Yayınları, İstanbul

Pira G. Aylin, Baytekin E. Pelin, .(2007), Halkla İlişkiler Neyi, Nasıl Yapmalı, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul

Pösteki, Nigar, (2005), 1990 Sonrası Türk Sineması, 2. Basım, Es Yayınları, İstanbul

Rotha, Paul, (2000), Sinemanın Öyküsü, Çev: İbrahim Şener, İzdüşüm Yayınları, İstanbul

Rotha, Paul - Richard Griffith, (2001), Sinema Yazıları, Çev.: Ayzer Ovatman, İzdüşüm Yayınları, İstanbul,

Scognamillo, Giovanni, (1994), Amerikan Sineması, Ağaç Yayıncılık, İstanbul

Scognamillo, Giovanni, (1997), Dünya Sinema Sanayi, Timaş Yayınları, İstanbul

Scognamillo, Giovanni, (2010), Türk Sinema Tarihi, Kabalcı yayınları, İstanbul

Sherman, Eric, (1999), Selling Your Film: A Guide To The Contemporary Marketplace, 2nd Edition, Acrobat Books Press Los Angeles,

Sklar, Robert (2002), Film: An International History of the Medium 2nd Edition, New York: Prentice Hall,

Slater, Phil, (1998), Frankfurt Okulu, çev. Ahmet Özden, Kabalcı Yayınevi, İstanbul

Somel, Cem, (2006), Az Gelişmişlik Perspektifinden Küreselleşme, Doğu Batı, Y:5, Sayı:18, 3. Baskı, Ankara, ss.195-204

Söylemez, A., (2001), Yeni Ekonomi. Boyut Kitapları, İstanbul

Storey, John (2000). Popüler Kültür Çalışmaları Kuramlar ve Metodlar (1. Baskı). Babil Yayınları, İstanbul

Şen, Harika, (2006), Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Emek Arz Ve Talebindeki Değişimin İşgücü Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi, Ankara Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi

Tanrıöver, Uğur, Hülya, (2011), Türkiye de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri, İTO Yayınları, Yayın No: 2010- 116

Taşlıyan, M., (2006), Elektronik Ticaret Kavramlar ve Uygulamalar. Sakarya Kitapevi, Kahramanmaraş.

Tikveş, Özkan, (2003), Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul

Türk Sineması, (2010), Sorunlar ve Fırsatlar, Panel 12.12.2009, İTO yayınları, İstanbul

Uricchio, William, (2008), Birinci Dünya Savaşı ve Avrupa'da Krizll, Geoffrey Nowel- Smith (Ed.), Dünya Sinema Tarihi içinde (85-94), çev. Ahmet Fethi, Kabalcı Yayınevi, İstanbul

Uzun, H. Durna, U. (2008), İşletmelerde Rekabet Unsuru Olarak Bilgi Yönetimi, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, Haziran 2008, Cilt:1, Sayı: 1, 33-40.

Ürer, Levent, (2003), Woodrow Wilson'un İdeal' Dünya Tasarımının, Türkiye Cumhuriyetinin Kuruluş Felsefesine Etkileri, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi No. 28 (Mart)

Vasey, Ruth, (2008), Sinemanın Dünya Çapında Yaygınlaşması, Geoffrey Nowel-Smith (Ed.), **Dünya Sinema Tarihi** içinde (75-85), çev. Ahmet Fethi, 2. Basım, Kabalcı Yayınevi, İstanbul

Yentürk, Nurhan, (2003), Finansal Sermaye Girişi Gölgesinde İstikrar Uygulaması: 2000 İstikrar Paketinin İncelenmesi, Körlerin Yürüyüşü, Türkiye Ekonomisi ve 1990 Sonrası Krizler, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1.Baskı, İstanbul, Aralık

İnternet Kaynakları

Gülçubuk, Ali, (2007), Tüketicilere yönelik Satış Geliştirmenin Artan Önemi, Uygulanabilirliği.....<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/16/6/478.pdf>, Er Tar. 30.07.2014

New Bond film'a giant advert'. (2002).
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/2488151.stm> Er. Tar. 31.07.2014

Sönmez, Pelin, (2006), Küreselleşme, Avrupa Birliği ve İstihdam; Çalışma İlişkilerinde Yaşanan Dönüşüm,
<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/16/6/478.pdf>, Er Tar. 30.07.2014

Yahşi, Fatma, (2007), Küreselleşme ve İstihdam,
<http://www.akregroup.com/downloads/KURESELLESME%20VE%20ISTIHDAM%20.pdf>, Er Tar. 30.07.2014

<http://blog.milliyet.com.tr/istanbul-sokaklari/Blog/?BlogNo=17128>, 10.06.2014

<http://www.turkeyforum.com/satforum/archive/index.php/t-216109.html>, 20.06.2014

<http://www.sinema.gov.tr/ana/sayfa.asp?id=117>, 07.04.2014

http://www.ekodialog.com/konular/imf_2.html, 02.08.2014

ÖZET

Günümüzde sinema sanatsal yönünden daha çok ekonomik bakımdan gündemde hayatını sürdürmektedir. Sinemanın bir endüstriye dönüşmesiyle birlikte, sinemanın yapımı dışında en önemli süreç, dağıtım aşamasıdır. Ancak bu dağıtım aşaması, sinema salonu, televizyon, internet gibi çeşitli kanallar yoluyla olabilmektedir.

2000 yılı sonrası sinema gittikçe artan bir ilgi uyandırmaya başlamıştır. Sinema seyircisi artmaya ve reklam gibi pazarlama araçları ile seyirciye daha çok ulaşılmaya çalışılmıştır. İletişim teknolojinin artması ile, sinema kanalları çeşitlenmiş, gelişmiş ve artmıştır. Sinema her geçen Türkiye'de bir pazarlama aracı olarak hemen her kitleye ulaşmaktadır. Günümüzde, dağıtım kanalları şirketler aracılığı ile yapılmaktadır.

Bu çalışmada Türk sinemasında pazarlama açısından dağıtım faaliyetleri ve uygulanan pazarlama faaliyetleri incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucu olarak, son yılların tek dev sektörü sinema olduğu görülmektedir. Bu etkileşimin artması, son yılların fenomeni olan iletişim teknolojileri sayesinde çok geniş kitlelerde etkili olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Türk Sineması, Dağıtım Kanalları, Reklam,

ABSTRACT

Cinema keeps its life in terms of economy rather than its artistic aspect in today. With the transforming an industry of cinema, excluding cinema production, the most important process is its distribution. However, this distribution is through cinema hall, Television and the internet in today.

After 2000, cinema has begun to evoke an increasing concern more and more. While audience of cinema, with the marketing tools like advertising it is tried to reach the audience. With the increasing the communication technologies, cinema channels are varied, developed and have increased. Cinema, each passing day, in Turkey, as a marketing tool, reaches almost all masses. Today, the distribution channels are made through the companies.

In this study, in Turkish cinema in terms of marketing, it is examined the distribution activities and the adopted marketing activities. As a result of this study, the huge sector of the last years is the cinema. The increasing of this interaction is through the communication technologies that are phenomenon of the last years. In this case, cinema reaches the wider masses.

Key Words: Globalization, Turkish Cinema, Distribution Channels