

# Chapter 1

## GLOBALIZATION AND MEDIA: DISSEMINATION OF CULTURE THROUGH MEDIA

Duygu ÜNALAN<sup>1</sup>  
Şeyhmus DOĞAN<sup>2</sup>

### INTRODUCTION

The globalization process has an important place in our lives with its political, economic and cultural consequences. Especially the effects of the globalization process on the media are felt more closely both individually and socially. For example, global culture is accused of condemning our world to a single culture through mass media. Those who make this accusation; They draw attention to the fact that English is gradually becoming the language of the world's communication network, the mother tongue of 320 million people and the official language of more than 30 states. With the increase in the impact of globalization on media and culture, advertising, consumption patterns, publication contents and information standards are increasingly converging in the world. Cultural globalization is experienced through images and symbols. Developments in technology and economic development accelerate the globalization of culture.

---

<sup>1</sup> Assistant Professor, Niğde Ömer Halisdemir University Faculty of Communication, duyguunalan85@gmail.com

<sup>2</sup> Assistant Professor, Niğde Ömer Halisdemir University Faculty of Communication, seyhmusdogan@hotmail.com

transformation. It is, of course, important not to ignore the possibility of interactive communication provided by new communication technologies by eliminating time and space. However, it is important to note that these technologies also homogenize multiculturalism in the world. In other words, it is necessary to read and evaluate the impact of globalization and mass media in this process.

## References

- Adams, S. (2008). Globalization and income inequality: implications for intellectual property rights. *Journal of Policy Modeling*, 30 (5), 725-735.
- Atabek, Ü. (2006). İnternette etik sorunların ekonomik ve politik bağlamı. *Küresel İletişim Dergisi*, 2, 1-9.
- Atiker, E. (1998). Modernizm ve kitle toplumu. Ankara: Vadi Yayınları
- Barker, C. (1999). Television, globalization and cultural identities. Buckingham and Philedelphia: Open University Press.
- Baudrillard, J. (1996). *Tam ekran*. (Bahadır Gülmez, Trans.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Baudrillard, J. (2012). *Tüketim toplumu*. (Hazal Deliceçayırılı, Ferda Keskin, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bayram, Y. (2013). Küreselleşme sürecinde medya sektörünün değişen doğası ve türk medya sektörüne yansımaları. *HAK-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2(3), 234-261.
- Berzah, M.Ç. (2006). *Medyanın ördüğü Berlin Duvar'ı*. Ankara: Nobel Basımevi
- Çıblak Coşkun, N and Zöhre, H. (2014). Küreselleşme ve tüketim kültürünün yaygınlaşması bağlamında Türkiye'de Cadılar Bayramı. *Turkish Studies International Periodical Fort the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(3), 497-506.
- Demers, D. (1999). Global media menace or mesiah? NJ: Hampton Press Inc.
- Giddens, A. (2000). Elimizden kaçıp giden dünya. İstanbul: Alfa Yayınları
- Golding, P. and Murdock, G. (2002). Kültür, iletişim ve ekonomi politik. (Beybin D. Kejanlıoğlu, Trans.). In Süleyman İrvan (Eds.), *Medya kültür siyaset* (pp. 59-97). Ankara: Ark Yayınevi
- Gökçe, O. (1993). İletişim bilimlerine giriş. Ankara: Turhan Kitabevi
- Güzelcik, E. (1999). Küreselleşme ve işletmelerde değişen kurum imajı. İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Hall, S. (1999). İdeolojinin yeniden keşfi: medya çalışmalarında baskı altında tutulmanın geri dönüşü. In Mehmet Küçük (Eds.), *Medya iktidar ideoloji*, (77-127). Ankara: Ark Yayınevi
- Hall, S. (1998). Eski ve yeni kimlikler, eski ve yeni etniklikler. In Anthony D. King (Eds), *Kültür, küreselleşme ve dünya-sistemi* (pp. 63-96). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, ss. 63-96.

- Held, D. (1995). Ulus devletin çöküşü. (Abdullah Yılmaz Trans.). In S. Hall ve M. Jacques (Eds), *Yeni zamanlar: 1990'larda politikanın değişen çehresi* (pp. 189-222). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Ilgaz Büyükbaykal, C. (2008). Küresel medya yapılarının yoğunlaşması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 39-50.
- Kaban Kadioğlu, Z. (2001). Küresel medya sermayesinin hareketliliği ve türk medyasına etkileri, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilimsel, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul
- Keane J. (1993). *Medya ve demokrasi*. (Haluk Şahin, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Kumar, K. (2004). *Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma*. (Mehmet Küçük, Trans.) Ankara: Dost Kitabevi
- MAcbride, S. (1993). *Birçok ses, tek bir dünya*. UNESCO Uluslararası Komisyon Raporu. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yayını
- Masca, M. (1998). Küreselleşmenin Ekonomik Yönden Analizi. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 4, 347-373.
- McChesney, R. W. (2000). The global media giants. In R. Anderson ve L. Strate (Eds.), *Critical Studies in Media Commercialism* (pp.59-70). New York: Oxford University Press.
- Mcphall, T. L. (1991). "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni", *Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi*. Kayseri: Rey Yayıncılık
- Mcquail, D. (1994). *Kitle iletişim kuramı*. (Ahmet Haluk Yüksel, Trans.). Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi Yayınları
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ankara: Ütopya Yayınları
- Nedjalkova, A. (2003). *Kim korkar küreselleşmeden*. (Ahmet Hüseyin, Trans.). İstanbul: Kendi Yayını
- Önür, N. (2002). *Küreselleşen dünyada iletişim ve toplum*. Ankara: Alp Yayınevi
- Özkalp, E. (2001). *Sosyolojiye giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları
- Özkan, A. (2006). *Küreselleşme sürecinin medya ve kültür üzerine etkileri*. TASAM, Stratejik Rapor No: 15
- Robertson, R. (1998). Toplum kuramı, kültürel görecelik ve küresellik sorunu. In King, Anthony D. (Eds.), *Kültür, küreselleşme ve Dünya-sistemi* (pp. 97-120). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Saran, M. (2015). *Küreselleşme ve Kültür: Sınırların Belirleyicisi Kültür*. In Nezih Orhon ve Ayhan Yılmaz (Eds.), *Küreselleşme ve Kültürlerarası İletişim* (pp. 40-72). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Steger, M. B. (2006). *Küreselleşme*. (Abdullah Ersoy, Trans). Ankara: Dost Kitabevi
- Tabb, K W. (2002). Ahlsız fil: 21. yüzyılda küreselleşme ve sosyal adalet mücadelesi. (Ercüment Özkaya, Trans.). Ankara: Epos Yayınları
- Taylan, H. H and Arklan, Ü. (2008). Medya ve kültür: kültürün medya aracılığıyla küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 85-97.

## Communication Studies

- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel emperyalizm: eleştirel bir giriş*. (Emrehan Zeybekoğlu, Trans.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Tomlinson, J. (2004). *Küreselleşme ve kültür*. (Arzu Eker, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Uluç, G. (2003). *Küreselleşen medya: iktidar ve mücadele alanı, olanaklar-sorunlar-tartışmalar*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi
- Uluç, G. (2002). Medya yapılarının küreselleşmesi. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 18, 205-226.
- Webster, F. (1995). *Theories of information society*. London and New York: Routledge