



ISSN: 2146-1961

Nar, M. Ş. (2021). Kültürel Küreselleşme ile İnternet ve Cep Telefonu Kullanım Oranları Arasındaki İlişki: OECD Ülkeleri Örneği, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 12(45), 752-765.

DOI: : <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.2987>

Makale Türü (Article Type): Araştırma Makalesi

KÜLTÜREL KÜRESELLEŞME İLE İNTERNET VE CEP TELEFONU KULLANIM ORANLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: OECD ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Mehmet Şükrü NAR

Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin, Türkiye, mehmett.sukru@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4726-3126

Gönderim tarihi: 18.03.2021

Kabul tarihi: 15.08.2021

Yayın tarihi: 07.09.2021

Öz

Kültürel küreselleşmeyi etkin kılan en önemli dijital araçlar internet ve mobil telefon ağıdır. Özellikle internet ağı ile bilgiye erişimin kolaylaşması ve yayılması, tüm bilgi ve görsellerin sınır ötesine hızlı bir şekilde aktarılmasını sağlamıştır. Benzer durum mobil telefon ağı içinde geçerlidir. Gelişen teknoloji ile birlikte boyutu küçülen ve kolay taşınabilen mobil telefon ya da akıllı telefon teknolojisi ile dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşayan, binlerce uzaklıktaki kişilerle iletişim kurmak mümkündür. Bu çalışmada, OECD ülkelerine ait internet ve mobil telefon kullanım oranları ile kültürel küreselleşme değerleri arasındaki ilişki analiz edilmektedir. İlişkiyi ortaya koymak için, 27 OECD ülkesinin 1990-2018 dönemine ait yıllık verileri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler KOF İsviçre Ekonomik Enstitüsü ve Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Veriler arasında ilişkinin olup olmadığını belirlemek için eşbütünleşme ve nedensellik testi yapılmıştır. Çalışmada, öncelikle serilerin durağanlığı LLC ve Im, Pasaran ve Shin testleriyle belirlenmiştir. Ardından eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Pedroni ve Kao panel eşbütünleşme testleriyle, değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin yönü ve katsayının tespiti FMOLS yöntemiyle ve son olarak değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Dimitrescu–Hurlin panel nedensellik testi aracılığı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, kültürel küreselleşme ile internet kullanan nüfus oranı ve mobil telefon kullanan abone sayısı arasında eşbütünleşme ve çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. İnternet kullanan nüfusta yaşanan %1'lik artış kültürel küreselleşmeyi %8,2, her 100 kişide mobil telefon abone sayısında yaşanan %1'lik artış kültürel küreselleşmeyi %3,96 oranında artırdığı görülmüştür. Bu anlamda, internet ve mobil telefon kullanan birey sayısının artması kültürel küreselleşmeyi olumlu yönde etkilemektedir. Benzer şekilde, kültürel küreselleşme değerlerindeki artış da internet ve mobil telefon kullanım oranını artırmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kültürel küreselleşme, internet kullanım oranı, cep telefonu kullanım oranı, OECD ülkeleri

THE CORRELATION BETWEEN CULTURAL GLOBALIZATION AND INTERNET AND CELL PHONE USE RATES: THE CASE OF OECD COUNTRIES

ABSTRACT

The most important digital tools that make cultural globalization effective are the internet and mobile phone network. Especially with the internet network, the facilitation and dissemination of information enables all information and visuals to be transferred quickly across borders. The same is true for the mobile phone network. With the developing technology, it is possible to communicate with people living in any part of the world, thousands of miles away, with mobile phone or smart phone technology. The present study aimed to analyze the correlation between the internet and cellular phone use rates and cultural globalization values in OECD member countries. The analysis was conducted with annual 1990-2018 data for 27 OECD countries. The data used in the study were obtained from the KOF Swiss Economic Institute and the World Bank database. Panel data analysis method was used in the study. Cointegration and causality tests were conducted to determine the correlation between the variables. Initially, the stationarity of the series was determined with the LLC and Im, Pasaran, and Shin tests in the study. Then the cointegration was analyzed with Pedroni and Kao panel cointegration tests, and the direction of cointegration between the variables and the cointegration coefficient was calculated with the FMOLS method, and finally, the causality between the variables was analyzed with the Dimitrescu – Hurlin panel test. The analysis revealed cointegration and bidirectional causality between cultural globalization, internet use, and the number of mobile network subscribers. A 1% increase in Internet users led to an 8.2% increase in cultural globalization and a 1% increase in mobile network subscribers increased cultural globalization by 3.96%. In this sense, the increase in the number of individuals using the internet and mobile phones positively affect cultural globalization. Similarly, the increase in cultural globalization values also increases the rate of internet and mobile phone usage.

Keywords: Cultural globalization, internet use rate, cell phone use rate, OECD countries

GİRİŞ

Özellikle 90'lı yıllardan itibaren kitle iletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim ve gelişmeler, insanlar arasındaki karşılıklı etkileşimi ve bağımlılığı önemli ölçüde artırmıştır. Bilginin ve iletişimin, küresel kamu malı olarak dünya genelinde yaygın ve etkin kullanımı; sermayenin, emeğin, mal ve hizmetlerin, kimliklerin küresel hareketliliğine neden olmuştur. Küreselleşme olgusu olarak da açıklanan bu değişim ve etkileşim süreci, bilgiye erişimi insanlar arasında daha da kolaylaştırmıştır. Günümüzde bir haber ya da bilgi, kitle iletişim araçlarıyla- başta internet teknolojisi olmak üzere- basit ve hızlı bir şekilde, dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşayan pek çok insana eşzamanlı olarak aktarılabilir. Keza birçok insan, yanında taşıdığı mobil telefonlar aracılığıyla da ulusal ve uluslararası düzeyde birbirleriyle iletişime geçerek bilgi paylaşımında bulunabilmektedir.

İletişim ve bilgi teknolojilerinin sağladığı tüm bu imkânlar, politika, kültür, ekonomi vb. alanlarda farklı kültürlerden insanların, ortak inanış ve ortak değerler etrafında bir araya gelerek yakınlaşmasını ve hatta birbirlerine bağımlı olmasını sağlar. Yaşanan bu yeni süreçte, zaman ve mekânın öngörülemez bir şekilde değişmesi veya zamanın mekândan bağımsız olarak algılanması sonucunda sosyal yaşam yeniden üretilir (Nar, 2019). Başta internet ağı olmak üzere gelişen ve değişen kitle iletişim araçlarının etkisi ile kültüre ve insana özgü ne varsa tüketim, beğeniler, düşünceler, simgeler anlık olarak küresel ölçekte paylaşılır. İnternet ve mobil telefon kullanım oranı hızla artar. Bilgi neredeyse her alana ve kültüre nüfuz eder. Sınırların geçirgenliği artar, kültür küreselleşir ve homojenleşir. Geleneksel algılar ve ona bağlı ölçütler hızla değişerek zayıflar. Tüketim farklılaşır, beğeniler tek tipleşir. Davranış ve ilişki biçimleri de öyledir. Artık dijital toplum, bilgi toplumu, kültürün dijitalleşmesi, enformasyon çağı, kültürel küreselleşme, iletişimin dijitalleşmesi, tüketim toplumu vb. kavramlar sosyal-kültürel yaşamda daha sık yer alır. Kısacası, yaşamın her alanında dolaylı ve dolaysız bir dönüşüm kaçınılmaz hale gelir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerine, internet ağı ve akıllı mobil telefonlar aracılığı ile kolay erişilebilmesi bu değişim sürecini daha da hızlandırır.

İletişim-Bilgi Teknolojilerindeki Gelişme ve Kültürel Küreselleşme

Bilgi toplumu, 1970'lerin başından itibaren ortaya çıkan ve son 20 yılda popüler hale gelen bir kavramdır. Genel anlamda bilgi toplumu, bilgisayar ve iletişim teknolojilerine dayalı bir toplum yapısıdır. Ayrıca insan yaşamının neredeyse her alanını etkileyen, sanayi sonrası toplumların; sosyal, ekonomik, kültürel ve politik olarak değişimi ve gelişimini açıklayan merkezi bir kavram olarak kullanılır (Duff, 2015). Bu anlayışa göre toplumsal gelişim, geleneksel üretim faktörleri olan; emek, sermaye ve doğal kaynaklardan ziyade, işe yarayan hızlı bilgi ve nitelikli işgücü sayesinde sağlanır (Aktan & Tunç, 1998). Bu süreçte ses, yazı, resim, doküman, görüntü vb. bilgiler internet, televizyon, bilgisayar, mobil telefon gibi elektromanyetik sistemler aracılığı ile hızlı bir şekilde aktarılır (Evans, 2004; Lull, 2000; Mosco, 2009). Küresel manada mesafeler daralır. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde banka ve finans sektörleri önemli ölçüde büyürken maliyetler ise düşer. Dahası, iletişim ve bilgi teknolojilerinin ulaştığı aşama dikkate alındığında, zamanla bu araçlar üzerindeki devlet kontrolleri aşınarak azalır (Mosco, 2009). Bunun sonucunda, mevcut teknolojiler toplumlar arasında hızla yayılarak kullanışlı hale gelir. Örneğin, yüksek hızda veri transferini sağlayan işlemciler (uydu sistemleri), sabit ve mobil telefonlar ve internet gibi

iletişim teknolojileri ile insanlar arasındaki etkileşim artar ve kolaylaşır. Böylece mallar ve mesajlar uzayda taşınırken, kültürel manada bütünleşme de dünya genelinde hızla akışkanlık kazanır. İletişim teknolojilerinde yaşanan tüm bu gelişmeler, kültürel küreselleşme üzerinde belirleyici olur (Fine, 2010; Kalkınma Bakanlığı, 2014; Lull, 2000).

19. yüzyılda uluslararası haber ajanslarının ortaya çıkmasıyla birlikte kültürel küreselleşme süreci de ayrı bir boyuta taşınır. 1835'lerden itibaren haber ajansları kurulur. Dünyanın en eski haber ajansı olan Agence France-Press 1835'te Fransa Paris'te yayın hayatına başlar. 1846'da Amerika Birleşik Devletleri'nde Associated Press, 1849'da Almanya'da Wolff, 1851'de ise İngiliz Reuters Haber Ajansı kurulur. İlerleyen dönemde artan uluslararası yayınlar, televizyon programları, film ve müzik gibi çoklu bilgi ve görüntü akışını sağlayan yeni teknolojiler kültürel küreselleşme kavramında kilit bir rol oynar. Uzay ve evren hakkında daha fazla bilgiye sahip olunmasıyla uydu sistemleri kurulur. Uzay teknolojilerinin günlük hayata yansınmasıyla iletişim süreci gelişir. Dolayısıyla artan iletişim ve teknolojik gelişmeye paralel 80'li yıllarda başlayan evrensel bütünleşmenin sosyal, kültürel ve ekonomik manada sonuçları olur (Castells, 2013; Fenby, 1986; Matos, 2012).

1870'lerin sonlarında gelişmeye başlayan telefon teknolojisi ilerleyen dönemde hakim bir iş kolu, temel istihdam alanı ve küreselleşmenin görünür yüzü haline gelir. Birinci Dünya Savaşında gizli bilgilerin kodlanması ve çözümlenmesi ihtiyacı telgraf, telefon ve radyonun gelişimini ve önemini artırır (Kamienski, 2013). Telekomünikasyon sektörü, 1980'lerden itibaren küresel olarak bilgi işlem teknolojilerini destekleyen bir sanayiye dönüşür. Hatta sanayi devriminin sembolü olan buharlı makinelerin bir benzerini, günümüz modern dünyasında "telekom sektörü" alır. Bu durum üç tür önemli teknolojik gelişme ile bağlantılıdır: (i) Bunlardan ilki silikon çiplerdir. Bu çipler sayesinde kişisel bilgisayarlar, tabletler, müzik çalarlar ve oyun konsolları gibi cihazlar yüksek teknoloji ve düşük maliyetli olarak üretilir (ii) optik fiber ağlar, bilginin iletimi için bir araç haline alır (iii) yazılım kontrollü radyo sistemleri ise son çığır açan teknolojik gelişmedir. Bu yöntem, bilginin elektromanyetik dalgalar yoluyla çok kısa zamanda iletilmesini sağlar. Geçmişte, 1976 yılında 1 milyar bayt kapasiteli bir sabit disk sürücüsünün maliyeti 560,000 \$ iken, bugün aynı iş için gereken maliyetin tutarı sadece 56 sent olup, maliyet bir milyonda bire düşer (Matson, 2009). Günümüzde ürün kullanıcıları, uygun donanım veya yazılım ürünlerini internetten ya da diğer satın alma araçlarından rahatlıkla temin edebilir. Kişisel bilgisayarların ve akıllı telefonların sayısındaki artış ise son derece önemlidir. Ayrıca internet üzerinden iletişim ve telefon görüşmesine imkan tanıyan telekomünikasyon yazılımı SKYPE teknolojisi, bu teknolojik gelişmelerin özeti niteliğindedir. Bu toplumsal anlayış içinde ilişkiler dönüşerek sanal olurken, yüz yüze iletişim yerini sosyal ağlara bırakır. Dahası, dünyayı çevreleyen uzay ve bilgi teknolojileri ile bireylerin sosyal-kültürel davranış biçimleri yeniden inşa olur (Castells, 2013; Lacher, 2006; Van Dijk, 2005).

Bugün insanlık tarihi hiç olmadığı kadar teknoloji ve bilgi ile iç içedir. Teknoloji ve ona bağlı ölçütler insan hayatının önemli bir ögesi haline gelmiştir. Teknolojinin konuşulmadığı ve kullanılmadığı bir yaşam alanı ya da bir ev bulmak neredeyse imkânsızdır. Artık insanlar kendilerine ya da başkalarına ait pek çok şeyi teknolojik gelişmelerin temelini oluşturan internet, televizyon, mobil telefon gibi iletişim araçları aracılığı ile öğrenmekte ve paylaşmaktadır. Hatta insanlar, yaşamın her anını iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelere göre

belirlenmektedir. İletişim ve bilgi teknolojisinde meydana gelen bu gelişim ve dönüşüm süreci, küresel iş birliği, küreselleşme olgusu ya da yeni bir dünya düzeni vb. kavramlarla açıklanır. Genel anlamda küreselleşme, ekonomi başta olmak üzere, kültürel, siyasal, sosyal vb. pek çok alanda insanlar arasında geniş ölçekli işbirliğini amaçlayan yaklaşımlardır. Diğer bir deyişle küreselleşme kavramı, insanlara ait değerlerin, ilgilerin ve kanıların ortak paylaşıldığı, küresel manada katılımı amaçlayan, kısa ya da uzun vadeli bir süreçtir (Nar, 2015).

Küreselleşmenin bireyler ve toplumlar üzerinde ekonomik, politik, sosyal ve kültürel olmak üzere birçok etkisi vardır. Küreselleşme süreci, "ekonomik" olarak incelendiğinde mal ve hizmetlerin üretimi, tüketimi, dağıtımı, sermayenin ve emeğin serbest dolanımı, ekonomik bütünleşme, uluslararası örgütler (Uluslararası Para Fonu, Dünya Ticaret Örgütü...), serbest piyasa mekanizması, küresel şirketler vb. konular ile ilişkilidir. Siyasal anlamda küreselleşmenin odak noktası ulus devlet yapısı, uluslararası güvenlik (küresel terör), neoliberal politikalar, gücün kontrolü ve dağılımı, yetki paylaşımı ile ilgili kavramlardır (Habermas, 2002; Steger, 2017; Wise, 2008). Kültürel alanda küreselleşme, küreselleşme tartışmaları içinde en çok tartışılan ve önem verilen konulardan biridir. Başta kitle ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler olmak üzere, göç, ticaret, düşüncelerin yayılımı gibi pek çok neden küreselleşmenin kültürel boyutunu oluşturur. Terminolojik olarak kültürel küreselleşme, farklı kültürel formların karıştırılması, küresel kültür alışverişi, kültürel melezleşme, kültürel geçirgenlik, popüler kültür, tüketim kültürü vb. kavramlar ile açıklanmaya çalışılır. Genel anlamda ise teknolojinin gelişmesine öncülük eden ve teknolojiye sahip olan Batı toplumları ve özellikle de çokkültürlü toplumların (Örneğin: Amerikan değerlerinin), uluslararası alandaki kültürel güç dağılımıdır. Ancak bu tanımlama, Batı'nın ve ABD'nin kültürel özelliklerini öncelikle kültürel emperyalizmi ya da oryantalist bakışı çağrıştırdığı için eleştiri konusu olur. Batı kültürüne çok fazla odaklanmadan, dünya çapında rasyonel değer ve standartları dikkate alan araştırmacılara göre ise evrensel değişkenleri dikkate alarak kültürel küreselleşmeyi açıklamak ve ölçmek daha doğrudur (Bauman, 2016; Islam, 2021; Ritzer, 2019; Robertson, 1999; Steger, 2017; Tomlinson, 2013).

Film, dizi ve müzik gibi sanatsal özellikler, kültürel değerlerin aktarılmasında ve paylaşılmasında oldukça önemlidir (Kluver & Fu, 2004). Hellmanzik ve Schmitz (2015)'e göre web sitesi ziyaretlerine dayalı görsel-ışitsel hizmetler ve bunlar üzerinden gerçekleştirilen ticaret, kültürün küreselleşmesi ile yakından ilişkilidir. Ancak malların ve paranın küreselleşmesini açıklamak için çok sayıda veri olsa da fikirlerin ve eğilimlerin, değerlerin kültürel yayılımını ölçmek için gerekli veriler sınırlıdır (Kluver & Fu, 2004). Bu nedenle, kültürel küreselleşme bağımsız bir alandan ziyade, sosyal küreselleşmenin alt alanı olarak da incelenebilir. Sosyal küreselleşme, yaşam biçimi, din, aile, toplum, toplulukların birbirine bağlılığı, güvenlik, kültür, kimliklerin değişimi, eğitim gibi alanlardaki insan etkileşimleridir (ILO, 2004). Bu anlamda kültürel küreselleşme, kültürel mal ticaretinin (kitap, dergi, CD vb.) milli gelire oranı, uluslararası ticari markaların tercih edilme oranları, McDonald's ve Coca-Cola restoran sayısı, IKEA mağazalarının sayısı gibi küresel şirketlere ait veriler üzerinden değerlendirilebilir. Ayrıca kadın hakları, insan sermayesinin oranı, çevresel algı, turizm, sivil özgürlüklerin alanı, göç hareketleri gibi diğer göstergeler üzerinden de bir ülkedeki kültürel küreselleşme düzeyi ortaya konabilir (Dreher vd, 2010; Kluver & Fu, 2004; Martens, 2015).

Kültürün küreselleşmeyi ölçmenin bir diğer yolu da dünya çapında markaların (Samsung, Apple ve Walmart) kültürel küreselleşme sembollerini kullanmaktır. Ya da her ülkede kitap, gazete vb. süreli yayınların ihracat ve ithalat verileri ve bu verilerin ülke nüfusuna oranlanması yoluyla da kültürel küreselleşme ölçülebilir. Keza sinema veya müzik kayıtlarının üretimi, spor etkinliklerinin organizasyonu veya müzelerin işletilmesi gibi kültürel malların ihracat ve ithalat rakamları üzerinden de kültürel küreselleşme hakkında bir sonuca varmak mümkündür. Bir ülkede bu değerler ne kadar yüksekse o ülkedeki bireylerin yabancı kültürel ürünleri benimseme olasılığı da o kadar artar (Dreher vd, 2010; Gygli vd, 2019; Tomlinson, 2013). Bunun yanı sıra kültürel küreselleşmede “yabancı dil” önemli bir ölçüt olarak kabul edilir. Özellikle İngilizcenin uluslararası ilişkilerde daha fazla kullanılması kültürel küreselleşmeyi yönlendirmektedir. Örneğin, Singapur, İsviçre ve Kanada gibi ülkelerde resmi dilin, iki ayrı dil üzerinden konuşuluyor olması bu ülkelerdeki kültürel küreselleşmenin artmasındaki en temel faktördür. Çünkü başta İngilizce olmak üzere belli başlı yabancı dillerden birini okuyup yazıyor olmak diğer ülke ya da ülkelerin uluslararası kültürel ürünlerini özümsemeyi kolaylaştırır. Dünyada küreselleşmeyi ölçen temel endekslerden biri olan KOF küreselleşme endeksine göre Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Kanada, Avustralya, İrlanda, Singapur ve İsrail dünyanın en iyi İngilizce konuşan ülkeleridir. Yabancı dil konusunda en son sıralarda yer alan ülkeler ise Peru, Romanya, Fas, Tayland, Filipinler, Mısır, Endonezya, Çin ve Pakistan’dır. Endeks verilerine göre bu ülkeler düşük oranda kültürel küreselleşme değerlerine sahiptir. Kültürel küreselleşme ile ilişkili diğer bir ölçüt, toplumların ekonomik gelişmişlik düzeyidir. Genellikle küreselleşme düzeyi düşük toplumların kişi başı gayri safi yurtiçi hasıla düzeyi 8.000 doların altındadır. Keza bu ülkelerde okuryazarlık oranı da yüzde 60’ın altındadır. Ayrıca başta Çin ve Kuzey Kore olmak üzere Endonezya gibi bazı ülkelerde yabancı kitap ve dergilerin ülkeye girişini kısıtlayan hükümet politikalarının bulunması, kültürel küreselleşme değerlerini oldukça düşürmektedir (Kluver & Fu, 2004).

Ülkelerin küreselleşme düzeylerini ölçen KOF kültürel küreselleşme endeksinde, kültürel değerleri anlama ve benimseme düzeyini ölçen üç yan faktör de bulunur. Bunlardan birincisi kadının toplumdaki rolüne ilişkin kadın erkek eşitsizliğinden yola çıkan verilerdir. Kadın erkek eşitsizliğinin artması, kültürel küreselleşmeyi olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrı olarak bir ülkedeki eğitimli birey sayısının artması ve sivil özgürlüklerin benimsenmesi, kültürel küreselleşme düzeyini belirleyen diğer faktörlerdir. Yine, ABD düşünce kuruluşu Freedom House tarafından yayınlanan Dünya Özgürlük Raporu’na göre ülkelerdeki ifade ve inanç özgürlüğü, etnik kimlik, örgütlenme hakları, hukukun üstünlüğü ve bireysel haklar gibi medeni hakları kullanma özgürlüğü, kültürel küreselleşmeyi ölçmede kullanılan göstergelerdir (Gygli vd, 2019; Kluver & Fu, 2004; Martens, 2015; Raab vd, 2008).

Kültürel küreselleşmenin arkasında yatan temel güç ise iletişim araçlarının varlığı ve çeşitliliğidir. Bilgi işlem teknolojilerinde öngörülemeyen gelişim süreci kitle iletişim araçlarını da dönüştürmüştür. İnternet, radyo, televizyon, telefon, sinema, film, faks, gazete gibi kitle iletişim araçları bu noktada önemlidir. Özellikle internet üzerinden varsayılan aktivitelerin neredeyse tamamının gerçekleştirilmesi, internetin önemini bir kat daha artırmaktadır. Ayrıca telefon teknolojisi ve iletişimi de en az internet kadar önemlidir. Cep telefonu iletişimi, aile

ve diğer sosyal ilişkilerin daha hızlı gerçekleştirilmesine imkân tanır. Dolayısıyla bu süreçte, telefon şirketlerinin sabit hat ve kablosuz hatlar üzerinden gerçekleştirdikleri iletişim hizmetleri sosyal-kültürel küreselleşmenin en önemli belirleyicisidir. Bu nedenle, sosyal ve kültürel küreselleşmeye etki eden faktörlerin başında internet ve telefon kullanım oranları gelir (Castells, 2013; Gygli vd, 2019; Mowshowitz, 1987; Ramey,2007).

Araştırmanın Önemi ve Amacı

İnternet ve mobil telefon kullanım oranlarının, kültürel küreselleşme üzerindeki etki derecesini doğrudan ölçerek analiz eden araştırmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışma ile birçok ülkeye ait mobil telefon kullanıcı sayısı, internet kullanım oranları ve kültürel küreselleşme verileri işlenerek değişkenler arasındaki ilişki sayısal olarak ölçülebilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, OECD ülkelerine ait internet ve mobil telefon kullanım oranları (cep telefonu kullanıcı sayısı) ile kültürel küreselleşme değerleri arasındaki ilişkiyi incelemektir.

YÖNTEM

Çalışmada, değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla panel veri analizi kullanılmıştır. Panel veri analizi, zaman serileri ile yatay kesit verilerini bir araya getiren ve eş zamanlı olarak analiz eden istatistiksel-ekonomik bir yöntemdir (Tatoğlu, 2021). Birçok ülkeye ait verileri bir araya getirmesi ve ölçülebilmesi, panel veri analizinin geniş ölçekte (ekonomik olgular, demografi, suç, işletme, sağlık...) kullanılmasına imkân tanır. Panel veri analizi, kullanım alanı genişleyerek özellikle sosyoloji, antropoloji ve psikoloji gibi disiplinlerde daha derin sosyal ve kültürel sorunları çözmek için önemli bir ölçü aracı olarak tercih edilir (Ashelman, 2016; Gujarati, 2016).

Verilerin Toplanması

Panel veri analizi için kullanılan veri toplama aracı zaman serisi veri setidir. Verilerin periyodik dönemlerle (yıllık, aylık, üçer aylık...) süreli olarak gözlenebildiği durumlar “zaman serisi” olarak adlandırılır. Çalışmada yıllık olarak belirlenen, 1990-2018 yılları arasında kesintisiz ulaşılan, 27 OECD ülkesine¹ ait kültürel küreselleşme endeksi, her 100 kişide mobil telefon abonelerinin sayısı ve nüfusun internet kullanım oranı verileri kullanılmıştır. Kullanılan KOF küreselleşme endeksi², İsviçre Ekonomi Araştırmaları Enstitüsü tarafından geliştirilen, ülkelerin küreselleşme düzeyini ekonomik (ticaret, finans), sosyal (kültür, kişilerarası iletişim, bilgi) ve politik küreselleşme olarak çok boyutlu ölçebilen bir endekstir (Caselli, 2012; Gygli vd, 2019). Araştırma kapsamında yer alan her 100 kişide mobil telefon abonelerinin sayısı³ ve nüfusun internet kullanım oranı verileri⁴ Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir.

¹ ABD, Almanya, Avusturya, Belçika, Birleşik Krallık, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İsrail, İtalya, İzlanda, Japonya, Kolombiya, Kore, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Macaristan, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovakya, Slovenya, Türkiye, Yeni Zelanda, Yunanistan

² KOF Globalisation Index. (2021). <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>

^{3,4} World Bank. (2021). <https://data.worldbank.org/indicator>

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklama
Küreselleşme	Kültürel Küreselleşme Endeksi
Cep.Tel.Abone	Mobil Telefon Abonelerinin Sayısı (100)
İnt.Kul.Nüfus	İnternet Kullanan Nüfusun Yüzdesi

Sınırlılıklar

Analiz, 1990-2018 dönemine ait bazı ülkelerin verilerine ulaşamadığı için 27 OECD ülkesi ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca çalışmada kullanılması planlanan, her 100 kişide sabit telefon abonelerinin sayısı, veri setinde bulunan eksiklikler nedeniyle çalışmaya dahil edilememiştir.

Verilerin Analizi

Analizde doğru bir sonuca ulaşmak için zaman serileri durağan olma şartını sağlamalıdır. Zaman serilerinin, belirlenen zaman aralığı içerisinde artış ya da azalış yönünde bir dalgalanma (trend) yaşamadığı, sabit kaldığı alanlar durağan olarak kabul edilir. Bu amaçla çalışmada, serilerin durağanlığı panel birim kök testlerinden LLC ve Im, Pesaran ve Shin testleri aracılığı ile kontrol edilmiştir. Levin, Lin ve Chu (2002) LLC Birim Kök Testi, yatay kesit birimlerinin otoregresif katsayısının (p) homojen olduğu, özellikle küçük örneklerde istatistiksel olarak daha etkili sonuçlar veren güçlü bir panel birim kök testidir. Aynı zamanda bu test, asimptotik t testi temelli olarak yatay kesit boyutu 10 ile 250 ve zaman boyutu 25 ile 250 birim aralığında yer alan seriler için daha kullanışlı olduğu için tercih edilmiştir. Buna karşılık Im, Pesaran ve Shin (2003) testi ise heterojen katsayıya sahip seriler için uygun bir analizdir. IPS testinde birim kök verisi, her bir zaman serisi için ayrı ayrı hesaplanan birim kök test istatistiklerinin ortalamalarının alınmasıyla elde edilir (Baltagi, 2005; Im, Pesaran, Shin, 2003; Tatoğlu, 2013) ve veri setinin güvenilirliğini artırmak ve sınamak için oldukça etkili bir yöntemdir.

Seriler arasında uzun dönemli ilişkinin varlığını ispatlamak için Pedroni (1999, 2004) ve Kao (1999) panel eşbütünleşme testleri kullanılmıştır. Pedroni testleri, eşbütünleşme panelinde hataların heterojenliğine izin vermesi gibi bir avantaja sahiptir. Bu anlayışa göre seriler arasında yatay kesit bağımlılığı bulunmamaktadır. Pedroni, ilk dört test kesit içi (*within*) ve sonraki üç test kesitler arası (*between*) etkileri belirlemek için yedi farklı eşbütünleşme testi geliştirmiştir (Asteriou ve Hall, 2007). Bu istatistiklerden panel v-istatistiğinin pozitif büyük değer alması ve diğer testlerin negatif büyük değerler alması durumunda, eşbütünleşme ilişkisi yoktur ve seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığından bahsedilmektedir (Koçak ve Uzey, 2018). Ardından eşbütünleşme ilişkisinin varlığını pekiştirmek için değişkenlere Kao eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Kao eşbütünleşme testi, Dickey Fuller DF ve daha kapsamlı olan Dickey Fuller ADF testlerinin panel veri analizi için uyarlandığı bir testtir (Asteriou ve Hall, 2007; Baltagi, 2005).

Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki belirlendikten sonra, eşbütünleşme ilişkisinin katsayısı FMOLS yöntemi ile tahmin edilmiştir. FMOLS, standart sabit etkili tahminçilerdeki sapmaları düzelterek sonuçların güvenilirliğini test etme imkânı sağlar (Kök ve Şimşek, 2006). Son aşamada ise seriler arasındaki nedensellik ilişkisi Dumitrescu–Hurlin panel nedensellik testi aracılığıyla incelenmiştir. Dumitrescu–Hurlin panel nedensellik testi

ile farklı değişkenlere sahip ülkeler için geçerli ve etkili sonuçlar elde etmek mümkündür. Bu bağlamda analiz, dengesiz panellerde ve yatay kesit bağımlılığının olabileceği ülke serilerinde bile geçerli sonuçlar verebilmektedir (Dumitrescu ve Hurlin 2012).

BULGULAR

Araştırmanın amacına yönelik öncelikle 27 ülkeye ait 1990-2018 yıllarını kapsayan veri setinin durağanlığı panel birim kök testleri ile değişkenler arasındaki uzun dönem ilişki panel eşbütünleşme testleri ile incelenmiştir. Ardından ilişkinin yönü ve derecesi FMOLS yöntemi ile tahmin edilmiştir. Son olarak değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Dumitrescu- Hurlin panel nedensellik testi ile belirlenmiştir.

Tablo 1. Panel Birim Kök Testleri

Değişkenler	Levin, Lin & Chu t	Im, Pesaran & Shin W
Kültürel Küreselleşme	I(0) -3,26186* I(1) -13,4980*	0,80646 -14,4896*
Cep.Tel.Abone	I(0) -4,25176* I(1) -4,59466*	1,26979 -5,09754*
İnt.Kul.Nüfus	I(0) -0,32973 I(1) -2,75436*	5,87514 -4,35043*

*p<0,05

Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin birim kök testlerine yönelik bulgular Tablo 2' de yer almaktadır. Buna göre küreselleşme endeksi ve her 100 kişide mobil abonelerin sayısı serilerinin LLC testine göre düzeyde ve durağan olduğu, internet kullanan nüfusun yüzdesi serisinin ise birinci farkı alındığında durağanlığı sağladığı görülmektedir. IPS birim kök testleri sonucuna göre düzeyde I(0) değil, serilerin birinci farkları alındığında I(1) durağan oldukları saptanmıştır.

Tablo 2. Panel Eşbütünleşme Testleri

Pedroni	Sabitli & Trendsiz		Ağırlıklı	
	t	p	t	p
Panel v-Statistic	0,919	0,179	-0,748	0.7727
Panel rho-Statistic	-0,813	0,208	-0,936	0.1746
Panel PP-Statistic	-3,524	0,000	-3,056	0.0011
Panel ADF-Statistic	-4,123	0,000	-5,139	0.0000
Group rho-Statistic	0,805	0,790	Kao (ADF)	
Group PP-Statistic	-2,769	0,003	t	p
Group ADF-Statistic	-4,919	0,000	-4,119	0,000

p<0,05

Durağanlık sağlandıktan sonra, uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinin varlığının incelenmesi için Pedroni panel eşbütünleşme testi ile Kao panel eşbütünleşme testi gerçekleştirilmiştir. Pedroni ve Kao eşbütünleşme testlerinin bulguları Tablo 3'te görülmektedir. Pedroni eşbütünleşme testine göre panelde yer alan yedi istatistikten dört tanesi istatistiksel olarak anlamlı olduğundan seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır. Alternatif olarak gerçekleştirilen Kao eşbütünleşme testi sonucunun istatistik değeri de anlamlıdır. Bu sonuçlara göre değişkenler arasında uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu belirlenmiştir (p<0,05).

Tablo 3. FMOLS Tahmini

Değişkenler	Katsayı	t	P
İnt.Kul.Nüfus	0,0827	3,2598	0,0012
Cep.Tel.Abone	0,0396	2,3756	0,0178

p<0,05

Değişkenler arasındaki uzun dönemli eşbütünlüşme ilişkisinin tespit edilmesinin ardından, uzun dönemli ilişkinin yönü ve derecesini belirlemek üzere FMOLS (düzenlenmiş en küçük kareler) yöntemi ile tahmine geçilmiştir. FMOLS tahminine ilişkin bulgular Tablo 4'te verilmektedir. Tablo 4'e göre internet kullanan nüfus oranı ve her 100 kişide mobil telefon abonelerinin sayısına ait katsayılar istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05). Bu bağlamda internet kullanan nüfusta yaşanan %1'lik artışın kültürel küreselleşmeyi %8,2, her 100 kişide mobil telefon abonelerinin sayısında yaşanan %1'lik artışın kültürel küreselleşmeyi %3,96 artırdığı görülmektedir.

Tablo 4. Dimitrescu- Hurlin Panel Nedensellik Testi

Değişkenler	W	Zbar	P
İnt.Kul.Nüfus → Küreselleşme	6,6567	9,5214	0,0000
Küreselleşme → İnt.Kul.Nüfus	5,0613	6,1130	0,0000
Cep.Tel.Abone → Küreselleşme	7,2028	10,6879	0,0000
Küreselleşme → Cep.Tel.Abone	3,1531	2,0363	0,0417
Cep.Tel.Abone → İnt.Kul.Nüfus	12,4000	21,7915	0,0000
İnt.Kul.Nüfus → Cep.Tel.Abone	5,2057	6,4215	0,0000

p<0,05

Değişkenler arasındaki panel eşbütünlüşmenin varlığı incelendikten sonra, nedensellik ilişkisi Dimitrescu-Hurlin panel nedensellik testi ile incelenmiştir (Tablo 5). Analiz sonucuna göre değişkenler arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (p<0,05).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Kültürel küreselleşmeyi etkin kılan en önemli dijital araçlar internet ve mobil telefon ağıdır. Özellikle internet ağı ile bilgiye erişimin kolaylaşması ve yayılması, tüm bilgi ve görsellerin sınır ötesine hızlı bir şekilde aktarılmasını sağlamaktadır. Benzer durum mobil telefon ağı içinde geçerlidir. Gelişen teknoloji ile birlikte boyutu küçülen ve kolay taşınabilen mobil telefon ya da akıllı cep telefonlarıyla dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşayan, binlerce kilometre uzaklıktaki kişilerle iletişim kurmak mümkündür. Hatta çoğu kez kullanılan internet ağı da mobil telefonlar aracılığı ile yapılır. Çok sayıda insan haber takibi, eğlence ya da iş bulmak gibi farklı olanaklar için internet ve cep telefonu kullanır. Bilgi ve iletişim sürecinde yaşanan tüm bu gelişmeler küreselleşme sürecini etkilerken, kültürel küreselleşme süreci de iletişim araçlarının etkinliğini artırır. Diğer bir deyişle, kültürel küreselleşme ve teknolojik gelişim süreçlerinin iç içe geçtiğini, birbirlerini etkileyerek beraber değiştiğini söylemek mümkündür. Bu durum toplumsal gelişim adına son derece önemlidir. Zira bir ülkedeki beşeri sermayeye yapılan yatırımın artması, kadına toplum içinde verilen değer artışı, kişisel hak ve özgürlüklerin gelişimi, eğitimde kalite artışı, tüketim tercihlerinin artması, örgütlenme haklarının gelişimi,

entelektüel bilgi artışı, kolay ve hızlı iletişim gibi bireyin yaşam kalitesini artırmaya yönelik tüm çabalar, kültürel küreselleşmeyi de olumlu yönde etkilemektedir.

Analiz sonucunda kültürel küreselleşme ile bahse konu değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre (i) kültürel küreselleşme ile değişkenler arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (ii) kültürel küreselleşme ile internet kullanan nüfus oranı ve her 100 kişide mobil telefon abonelerinin sayısı arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmuştur (iii) internet kullanan nüfusta yaşanan %1'lik artışın kültürel küreselleşmeyi %8,2, her 100 kişide mobil telefon abonelerinin sayısında yaşanan %1'lik artışın kültürel küreselleşmeyi %3,96 oranında artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, internet ve mobil telefon kullanan birey sayısının artması kültürel küreselleşmeyi olumlu yönde etkilemektedir. Benzer şekilde, kültürel küreselleşme değerlerindeki artış da internet ve mobil telefon kullanım oranını artırmaktadır. Bu anlamda, değişkenler arasında karşılıklı bir etkileşimden bahsetmek mümkündür.

Araştırma bulguları benzer çalışmalar ile örtüşmektedir. Diker (2017) çalışmasında, internet kullanım oranı ve cep telefonu kullanıcı sayısındaki artışın kültürel küreselleşmeyi, özelde tüketim kültürünü artırdığını bildirir. Sağır ve Eraslan (2019), genç bireyler üzerine yaptıkları araştırmada, küreselleşme ile birlikte artan cep telefonu kullanımının yaşamı kolaylaştırıcı ve küreselleşmeyi hızlandırıcı etkisinin olduğunu söyler. Green ve Singleton (2009) İngiltere'de genç bireyler üzerine yaptıkları araştırmada, cep telefonu kullanımının uzak mesafedeki insanlarla iletişimi kolaylaştırdığını ve bu durumun, küreselleşme sürecini olumlu yönde etkilediğini ortaya koyar. Berlin (2011)'in 2008-2009 dönemine ait, Dünya Bankası ve Pew Research Center verilerine dayanarak yaptığı araştırmada, ticari küreselleşme ile internet kullanım oranları arasında anlamlı ilişki bulmuştur. Buna göre GSYİH'nın yüzdesi olarak mal ve hizmet ihracatı 1995'te yüzde 21'den (internetin popülerlik kazanmaya başladığı zaman) 2008'de yüzde 29,3'e çıkarken, aynı dönemde nüfusun yüzdesi olarak internet kullanım oranı 1995'te yüzde 0,8'den 2009'da yüzde 27,1'e yükselmiştir. Dolayısıyla, birçok ülkede akıllı telefonlara sahip olma düzeyi ve internet kullanım oranlarındaki artış, insanların bankacılık, ticaret ve kültür alış veriş yapma olanaklarını artırmıştır. Özellikle akıllı telefonlar üzerinden internet teknolojisinin kullanılması insanlar arasında kültürel ve finansal aktiviteleri hızlandırmıştır (Ciochetto, 2013).

ÖNERİLER

Kültürel küreselleşme ile internet kullanım oranı ve cep telefonu abone sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin insanlar ve kültürler üzerinde olumlu etkileri yanında, olumsuz sonuçlarının da olabileceği düşünülmelidir. Teknolojik gelişmelerin insan yaşamını kolaylaştırdığı ve insanın yaşam kalitesini artırdığı açıktır. Ancak teknolojinin getirdiği bağımlılık sosyal ilişkileri ve geleneksel ölçütleri hızla zayıflatmıştır. Sanal gerçeklik sosyal-kültürel yaşamın olağan bir anlayışı olmuştur. Örneğin, her şeyin tüketim üzerine kurulu olduğu bir toplum algısı insanlar arasında git gide artmaktadır. Hatta bireysel ve kültürel kimlikler bile tüketim ile anılmaktadır. Bu konuda insanların bilinç düzeyi artırılmalıdır. En temel haliyle, eğitimdeki kalite düşüklüğünün giderilmesi ve beşeri sermaye yatırımlarının teşvik edilmesi ile süreç içinde bir farkındalık sağlanabilir.

Kültürel küreselleşme sürecini etkileyen çok sayıda faktör vardır. Eğitim, tüketim tercihleri, sivil katılım, bilgiye erişim, adalet bunlardan birkaçıdır. İleride yapılacak çalışmalarda, ihmal edilen bu ve benzeri değişkenlerin de araştırma sürecine dahil edilmesiyle, ülkelerin kültürel küreselleşmeye olan etkileri daha kapsamlı bir şekilde ölçülebilir. Ya da bu değerler üzerinden ülke karşılaştırmaları yapılabilir. Ayrıca bu çalışmada, OECD üyesi olmayan, farklı zenginliklere ve kültürel özelliklere sahip Çin, Kuzey Kore, İran, Sudi Arabistan, Rusya gibi geleneksel ve otokratik toplumların da analiz sürecine ilave edilmesiyle birlikte, literatürün gelişimine önemli katkılar sağlanabilir.

Etik Metni

“Bu makalede dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazara aittir.”

Yazar(lar)ın Katkı Oranı Beyanı: Araştırmacının bu yazıya katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. C., & Tunç, M. (1998). Bilgi toplumu ve Türkiye. *Yeni Türkiye Dergisi*, Ocak-Şubat, 118–134.
- Ashelman, D. (2016). Econometrics as an exploratory tool for sociology: An intersection of economics and sociology. *The conference for the institute of political economy*. February 26, Ottawa.
- Asteriou, D., & Hall, S.G. (2007). *Applied econometrics: A modern approach using eviews and microfit*. Palgrave Macmillan.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometrics analysis of panel data*. John Wiley & Sons Ltd.
- Bauman, Z. (2016). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları* (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Berlin, L. (2011). The internet and globalization: Ten tips to building an effective digital strategy for global success. *Graziadio Business Review*, 14(4). <https://gbr.pepperdine.edu/2011/12/the-internet-and-globalization-ten-tips-to-building-an-effective-digital-strategy-for-global-success/>
- Ciochetto, L. (2013). Globalization, culture, class and mobile phone usage, *The Journal of Pervasive Media*, 2(1), 45–62.
- Diker, C. (2017). İnternet hızı, tüketim kültürü ve ihtiyaçlar: Türkiye’de 4.5g altyapısına geçişin tüketime olan etkileri. *1. Uluslararası iletişimde yeni yönelimler konferansı*. 4-5 Mayıs, İstanbul.
- Dreher, A., Gaston, N., Martens, P., & Van Boxem, L. (2010). Measuring globalisation—opening the black box. A critical analysis of globalisation indices. *Journal of Globalization Studies*, 1(1), 166–185.
- Duff, A.S. (2015). Information society. In J. Wright (ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp.83–89). Elsevier.
- Dumitrescu, E. I., & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450–1460.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun yükselişi/enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (E. Kılıç, Çev.). Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Evans, K. F.(2004). *Maintaining community in the information age: The importance of trust, place and situated*

- knowledge. Palgrave Macmillan.
- Fenby, J. (1986). *The international news services*. Schocken Books.
- Fine, B. (2010). *Theories of social capital: Researchers behaving badly*. Pluto Press.
- Green E., & Singleton C. (2009). Mobile connections: An exploration of the place of mobile phones in friendship relations, *The Sociological Review*, 57, 1, 125–144.
- Gujarati, D. (2016). *Örneklerle ekonometri* (N. Bolatoğlu, Çev.). BB101 Yayınları.
- Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., & Sturm, J. (2019). The KOF Globalisation Index. *The Review of International Organizations*, 14(1), 543–574.
- Habermas, J. (2002). *Küreselleşme ve milli devletlerin akıbeti* (M. Beyaztaş, Çev.). Bakış Yayınları.
- Hellmanzik, C., & Schmitz, M. (2015). Virtual proximity and audiovisual services trade. *European Economic Review*, 77, 82–101. 10.1016/j.euroecorev.2015.03.014
- ILO. (2004). *World commission on the social dimension of globalization*. International Labour Organization.
- Islam, S.M. (2021). Impact of cultural globalization on soldiering. *Military Review*, January-February, 76–88.
- Kalkınma Bakanlığı. (2014). *2014-2018 Bilgi toplumu stratejisi ve eylem planı*. www.bilgitoplumu.gov.tr
- Kamienski, L. (2013). Communication. In G.K. Piehler, *Encyclopedia of military science* (pp.375–381). Sage.
- Kluver, R., & Fu, W. (2004). *The cultural globalization index*. <https://foreignpolicy.com/2004/02/10/the-cultural-globalization-index/>
- Koçak, E., & Uzay, N. (2018). Demokrasi, ekonomik özgürlükler ve ekonomik büyüme: Kurumların rolü üzerine bir araştırma. *Sosyoekonomi*, 26(36), 81–102.
- Kök, R., & Şimşek, N. (2006). Endüstri-içi dış ticaret, patentler ve uluslararası teknolojik yayılma. *Türkiye Ekonomi Kurumu Uluslararası Ekonomi Konferansı*. 11-13 Eylül 2006, Ankara.
- Lacher, H. (2006). *Beyond globalization: Capitalism, territoriality and the international relations of modernity*. Routledge.
- Levin, A., Lin, C.F., & Chu, C.S.J. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite-sample properties. *Journal of Econometrics*, 108, 1–24. 10.1016/S0304-4076(01)00098-7
- Lull, J. (2000). *Media, communication, culture: A global approach*. Polity Press.
- Martens, P., Caselli, M., Lombaerde, P., Figge, L., & Scholte, J.A. (2015). New directions in globalization indices. *Globalizations*, 12(2), 217–228. 10.1080/14747731.2014.944336
- Matos, C. (2012). Globalization and the mass media. In G. Ritzer (ed.), *Encyclopedia of globalization*. Wiley-Blackwell.
- Matson, M. (2009). Disruptive technologies in communications: Observations from an entrepreneur. In R.W. Künneke, J. Groenewegen & J. F. Auger (eds.), *The governance of network industries* (pp.193–206). MPG Books Group.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. SAGE Publications.
- Mowshowitz, A. (1987). On the growth of consumer markets for teleservices. In J.M. Noothoven & G. Lefcoe (eds), *Teleports in the information age* (pp.87–93).North-Holland.
- Nar, M.Ş. (2015). Küreselleşmenin tüketim kültürü üzerindeki etkisi: Teknoloji tüketimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 941–954. 10.17719/jisr.20153710659

- Nar, M.Ş. (2019). Kültürel kimlik sorunsalı: Görecelik mi, evrenselcilik mi? Yoksa uzlaşa mı? *Antropoloji*, 37, 72–80. 10.33613/antropolojidergisi.529387
- Raab, M., Ruland, M., Schönberger, B., Blossfeld, H.F., Hofäcker, D., & Buchholz, S. (2008). GlobalIndex: A sociological approach to globalization measurement. *International Sociology*, 23(1), 596–631.
- Ritzer, G. (2019). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek* (F. Payzın, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Robertson, R. (1999). *Küreselleşme toplum kuramı ve küresel kültür* (Ü. H. Yolsal, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ramey, C. R. (2007). *Mass media unleashed: How Washington policymakers shortchanged the American public*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Sağır, A., & Eraslan, H. (2019). Akıllı telefonların gençlerin gündelik hayatlarına etkisi: Türkiye’de üniversite gençliği örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 48–78.
- Steger, B.M. (2017). *Globalization: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Tomlinson, J. (2013). *Küreselleşme ve kültür* (A. Eker, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Van Dijk, J. (2005). *The network society: Social aspects of new media*. SAGE Publications.
- Wise, J. M. (2008). *Cultural globalization: A user's guide*. Blackwell Publishing.
- Tatoğlu, F.Y. (2013). *Panel veri ekonometrisi: Stata uygulamalı*. Beta Yayınları
- Tatoğlu, F. Y. (2021). *Panel veri analizi ders notları*. İstanbul Üniversitesi AUE Fakültesi Yayınları.