

## Şeytan'ın Akordeonu ve Sazı: Medyada Bolluklar ve Boşluklar

Nurçay Türkoğlu

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

### Özet

Küresel medya endüstrisindeki kültürel dolaşım, farklı kültürlerle ilgili Batılı profesyonel yapımcılar tarafından gerçekleştirilen ürünlerin dolaşımıdır. Özellikle televizyon belgeselleri, uzağı yakın-yakını uzak hale getirirken, medya izleyicileri için turistik ilgilenmenin ötesine geçebilmek (en azından şimdilik) pek olası görünmüyor. Medyada karşılaşılan ürünlerin, gösterdiği kültürel zeminler hakkında, izleyicisini ne ölçüde bilgi sahibi yaptığına dair bir sorgulama, medya okuryazarlığı kavramından yararlanılarak yapılabilir mi? Küresel medya, dünya halklarının birbirlerinden haberdar olmasını sağlayabilir mi? Bu yazıda, Latin Amerika ve Türkiye'den halk müziği örneklerinin medyada aldığı yere bakılarak yukarıdaki sorular tartışılacaktır.

**Anahtar kelimeler:** küreselleşme, kültür endüstrisi, medya kültürü, medya okuryazarlığı, belgesel, halk müziği, dünya müziği.

### Giriş

Söylentiye göre, 19. yüzyıl ortalarında Arjantin'e gitmekte olan akordeon yüklü bir Alman gemisi, Kolombiya'nın Karayip kıyılarında battığı zaman, Kolombiyalılar da ilk akordeonla karşılaşmışlar. Gabriel Garcia Marquez, **Yüzyıllık Yalnızlık** romanındaki "büyülü gerçekçi" öykülerinden birinde, antika Alman akordeonu ile eşeğinin sırtında köyleri dolaşan gezici ozandan; "*kentlerde kasabalarda olup bitenleri inceden inceye anlattığı için, kimin yollayacak bir havadisi varsa eline iki çeyrek tutuşturduğu, şeytan çatlattan Francisco*"dan söz eder (Marquez, 1981, s. 58–59). İşte o öyküde şeytanla girdiği akordeon yarışından galip çıkan Cesur Francisco "Pacho" Rada, televizyonda izlediğim Eurimages destekli İsviçre yapımı belgeselde 93 yaşında. Yaşamöyküsünü yazan kızıyla konuşuyor. Pacho Rada, bazen radyoda tanımadığı, kendisini de tanımayan gençlerin çalıp söylediği eski şarkılarını duyuyormuş: "*Bir profesör anlattıklarım hakkında bir kitap bile yazdı, ben okumadım, okuyamıyorum, hem neden okuyacakmışım ki? Zaten orada yazılanları yaşadım ben*" diyor. Ülke müziğine katkılarından dolayı doğduğu köye heykelini dikmek istemişler, olumsuz yanıt vermiş: "*heykeller ölümler içindir, yaşayan birine taş, kötü şans getirir*"

diye. Nihayet belediye başkanının yazılı resmi davet mektubunu alınca, canlı bir konser vermek üzere köyüne gitmeye kara verir. Belgesel de bu serüveninde ona eşlik eder.<sup>1</sup>

Küçükken şarkılarını öğrettiği köylü çocuklarının, kentlerdeki stüdyolarda yaptıkları kayıtlar, dünya müzik marketlerinin raflarında, etnik-dünya müziği kategorilerinde bulunabiliyor. Pacho Rada'ya göre onun şarkılarının biricikliği, kadınların ve erkeklerin **gerçek** isimlerini kullanarak, **gerçek** öyküler anlatmasıdır. Bu öykülerin kişilerini tanımayan dünya festivalleri ve televizyonlarının izleyicileri için, 2003 Temmuz'unda ölen akordeon ustasının müziğini ulaşılabilir yapan unsurlar bugün, kültür endüstrisinin büyülmeyen küresel gerçeklerinde yatıyor. Adorno'nun öngördüğü gibi kültür endüstrisi, binlerce yıldır ayrı duran yüksek ve alçak sanat alanlarını birbirine yaklaştırır ama bunu yaparken her ikisinin de çekirdeğinde bulunan ve kendi üyelerince yürekte (bilişsel de denebilir) anlaşılabilir, hissedilen vurguları kendi denetimlerinden uzaklaştırır (Adorno, 1991, s. 85–92). Günümüz popüler kültür endüstrisi ürün şarkılarda, dinleyenlerin tanıdığı gerçek isimlerin bulunmasını zaten beklemeyiz. Halk ozanlarının yaşadıkları güne bıraktıkları izlerin popüler kültürde bulunmamasının, kültür endüstrisinin hızlı akış içerisinde, bu izlere gerek duymamasından kaynaklandığını düşünüyorum.

### **Küreselleşme ve İletişim**

El Dificil köyünde doğan Pacho Rada, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 2003–2012 dönemini “Birleşmiş Milletler Okuryazarlık Dönemi” olarak ilan etme kararının gerekçesinde yer alan rapordaki, dünya üzerindeki *illiterate*, yani okuryazar olmayan-cahil 860 milyon kişiden biriydi. İstatistiklerdeki bölgesel yeri de; Karayipler'deki okuryazar olmayan yüzde 11'lik yetişkin grubuydu. BM raporunda, okuryazarlığın yalnızca okuma ve yazmayı bilmekten ibaret olmadığı, dünya ile özgürce iletişim kurabilmenin geçerli ve anlamlı yollarını öğrenmek ve kullanmak olduğu vurgulanıyor (UNLD, 2005). Acaba, insanlığın kendi kaderini yaratmaya yaklaştığı vaadiyle içinde hızla ilerlediğimiz modern yaşam olanakları, modern teknoloji ve profesyonelleşme, halk ozanlarını bir tür tarihsel kahraman olmaktan öte, kendini gerçekleştirilmenin yollarını arayan bireyler olarak görmemizi engelliyor olabilir mi?

Özgür iletişim dolaşımının az gelişmiş ülkeler yararına işlemesini hedefleyen adil bir dünya iletişim sistemi arayışı, 1970'lerde UNESCO'nun Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni (New World Information and Communication Order, kısaca NWICO) başlıklı uluslararası toplantılarının konusu olmaya başlamıştı (Topuz, 1984, s. 27–58). Bu dönemde ortaya atılan ve sistem eleştirisinden güç alan “Enformasyon Boşluğu” kavramının yerini çok geçmeden, 1980'lerin sonlarında küreselleşmeyi ve özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri kutsayan “Enformasyon Çağı,” “Enformasyon Devrimi” gibi olumlu kavramlar alacaktı. Eleştirel teori oysa Küresel Köy'ün Küresel Yağmalama'ya dönüştüğü uyarısı yapmaktan vazgeçmeyecekti (Golding, 2003, s. 85–105; McChesney, Wood ve Foster, 2003; Brecher ve Costello, 1994).

Küreselleşmenin dünya uluslarını ve kültürlerini birbirine bağımlı hale getirdiğine inanan görüşler; ulusötesi bir düzende ekonomi, iletişim, kültür ve politikanın kaynaştığı bir “dünya sistemi” içinde, yeni bir dünya kültürünün oluştuğunu ileri sürer (Lewis, 2002, s. 335). Ancak bu dünya kültürü, Batılı medyanın sağladığı kaynakların, dünyanın diğer ülkeleri tarafından kopyalanarak kullanılmasıyla oluşmaktadır. Hall (1989), küreselleşmenin bir yandan ulus devlet ve ulusal kültür kimliği arasındaki ilişkinin çözülmesine yol açarken, bir yandan da yerel kimliklerin kendilerini ifade etme olanağı bulduğundan söz eder.

Bu tartışmalar ışığında, küresel medyadan söz ederken, küresel ve yerel medya tarafından halkların erişimine taşınan, endüstriye bağımlı kültürden söz etmek kaçınılmazdır. Küresel ve yerel kültürlerin karışımıyla ortaya çıkan kültürel melezleşme, toplumsal Darwinizm’in dediği gibi yalnızca en dirençli, en güçlü unsurların hayatta kaldığı bir “güzel-melezlik” hali değil, medyanın hep peşinde koştuğu “skandal” arayışının bir sonucudur. Sürprizler, beklenmedik birleşimler, uygunsuzluklar, medyanın tükenmez oburluğuna geçici bir rahatlama sağlar. Kendine ait bir öyküsü olan insanlar, küresel medyanın duyduğu bu değişiklik gereksinimi için sonsuz bir kaynak gibidir.

Adına “küresel kültür” denilen, zamanla benimsenen ve görüldüğü yerde tanınan ortaklıkların taşıyıcısı olan medya, acaba küreselleşmeyle başa çıkma yollarının da aracısı olabilir mi? W. F. Santiago-Valles’e göre yanıt: “hayır”. Santiago-Valles (2003, s. 265–281), Karayip popüler kültüründeki medya küreselleşmesine bakarken, desteklenen durumun, tüketim kalıplarının serbest dolaşımından ibaret olduğunu; yatırım, üretim ve dağıtım koşulları hakkında tartışmaya yönelik demokratik katılımın engellendiğini belirtir. Küreselleşmenin uluslar arası değiş-tokuşlarda getirdiği farklılığı kabul etmekle birlikte, çevre toplumlara yönelik sömürgeci yapının değişmediğini vurgulayan araştırmacı, küresel dolaşıma çıkan kültürel ürünlerin turistik beklentileri rahatsız etmemek üzere kurgulandığına dikkat çeker:

*“Küresel piyasa, küresel teknoloji, küresel fikirler ve küresel dayanışma, dünyanın her yerindeki insanların yaşamlarını geliştirebilir. Dikkat edilmesi gereken; kazançların eşit dağılımını gözetmek ve bu artan karşılıklı bağımlılık durumunun ticari kâr yararına değil, insanlar yararına çalışmasını güvence altına almaktır.”*

UNDP (Birleşmiş Milletler Gelişim Programı) Milenyum Deklarasyonunda (UNDP, 2000) yer alan bu cümleler, güçlünün vicdanına seslenen bir hümanizma olarak okunabilir.

### **Medya Okuryazarlığı ve Küresel İletişim**

Küreselleşme ve medya ilişkisinin getirdiği; *medya okuryazarlığı, kültür vatandaşlığı, dünya vatandaşlığı, çokkültürlü yurttaşlık, beşinci kuvvet: yurttaş, kültürel miras, küresel etik, alternatif medya* gibi yeni liberal kavramlar radikal okumalara da meydan verebilir.

Bunlardan, medya okuryazarlığı kavramına yakından bakarsak; buradaki “okuryazarlık” vurgusu, medyaya erişimin, değerlendirme ve eleştiri yapabilecek donanıma sahip olmak, iletileri yalnızca alma becerisiyle yetinmeyerek, yeni iletileri oluşturabilmek ve dile getirebilmek gibi etkin katılımı da içermektedir. Medya okuryazarlığı kavramını, eğitimde medyanın kullanılmasıyla ilgili olarak 20. yüzyıl başından bu yana uygulanan, kitlesel iletişim aracılığıyla liberal toplumsallaşma yaklaşımının bir devamı olarak görmek olasıdır. Medya okuryazarlığı programları; medyadaki her şeyin kurmaca olduğu; gerçekliği medyanın oluşturduğu; medyanın ticari, toplumsal ve siyasal bağlantılarının varlığı; medya iletilerinin ideolojik olduğu; medyada biçim ve içeriğin yakından ilişkili olduğu; her aracın kendine has bir estetik formu olduğu yolunda uyarılarda bulunur (Duncan, 1989). Türkiye’de de Milli Eğitim Bakanlığı, RTÜK ve yüksek öğrenim kurumlarında medya okuryazarlığının tanıtılması ve tartışmaya açılmasıyla ilgili çalışmalar yapılmaktadır.<sup>2</sup>

Avrupa Kültür Komisyonunun medya okuryazarlığı ile ilgili çalışma raporlarına da internet üzerinde erişilebilir. (Zaten günümüz medya okuryazarlığının dijital okuryazarlıkla olan yakın bağı her fırsatta vurgulanmaktadır). Bu raporlarda medya okuryazarlığı projelerinin, medya endüstrisi ile -izleyicinin aktif bir Avrupalı kimliğine ulaşmak üzere- yurttaşlık eğitimi arasında bir köprü oluşturacağı vurgulanmaktadır. Bu raporlarda medyada kendini ifade etme olanaklarını arttırma süreci, henüz sıradan izleyiciye değil, profesyonellik yolunda olan gençlere destek vermek biçiminde işlediği görülmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği’nin Information Society and Media birimi tarafından düzenlenen MEDIA Plus Programme (2001-2005); profesyonellerin eğitimi, yapım şirketlerinin ve projelerinin geliştirilmesi, sinemasal çalışmaların ve görsel-ışitsel programların dağıtılması ve ilerlemesi, sinema festivallerinin desteklenmesi gibi amaçlar taşımaktadır. MEDIA Plus Programının desteklediği pek çok, mesleki gelişime yönelik ve tecimsel kâr amaçlamayan projelerden biri de, Discovery Campus projesidir. Adından da anlaşılacağı gibi, Discovery Campus, Discovery Channel’in “kâr amacı gütmeyen” bir birimidir. Türkiye’deki genç belgeselcilerin *yahoo* gruplarına da duyuruları düşen bu heyecanlandırıcı oluşum; “kaliteli uluslar arası ortak yapım belgesellerinin geniş izleyici kitlesine ulaşmasını sağlamak” amacındadır. Belgesel film sektöründeki genç yeteneklerin, Avrupa ve uluslar arası pazarda yer almanın yolunu-yordamını öğrenmeleri için çeşitli seminerler düzenleyerek, uluslar arası siyasa belirleyicilerle karşılaşmasını sağlamaktadır.

Bütün bunlar gayet güzel görünüyor; en azından Avrupa Birliği’nin eğitim ve kültür işleyişleri hakkında umut verici gelişmeler olarak bizi heyecanlandırıyor. Ancak yine de eleştirel akıl, bütün bu *non-profit* girişimlerin izleyiciyle buluştuğu yerde kültürel egemenlik ve pazar payının dağılımı konularında kuşku olmamızı gerektiriyor.

## Şeytan Bunun Neresinde?

Yazının başında andığımız Kolombiyalı halk ozanıyla ilgili belgeseli dünya televizyonlarında izleyen “medya okuryazarlarının” örneğin, kendi halk ozanları hakkında bir merak duygusuna kapılmaları beklenebilir. Müzikteki ruhsal yücelmenin ve şeytan ilişkisinin kurulmasının coğrafi değil, tarihsel ve kültürel kökeni olduğunu anımsamak yararlı olabilir. Türk halk müziği tarihi, adeta kültür politikalarının tarihi olarak da okunabilir. Cumhuriyet’in ilk yıllarında, halk türkülerine aydınlar ve halk arasında köprü kurma görevi verildiği (Paçacı, 1999); Aşıkların halk evlerine, köy enstitülerine, Ankara Devlet Konservatuarına, Ankara radyosuna davet edildiği; Anadolu’dan türkü toplama işlerinin Avrupalılara bırakılmaması gerektiği yolundaki tartışmalar (Mahmut Ragıp, 1929/1999) ve benzeri kültürel çatışmalarla ilgili bilgilerin toplumsal belleğimizde ne kadar yer tuttuğundan emin değilim.

Benim için ilginç olan, halk kültürüne, kültür endüstrisi içinde yer verilirken (bu durum hiç yer verilmemesine tercih edilebilir kuşkusuz...) “şeytanın” saf değiştirmesidir.

18. yüzyıl ozanlarından Aşık Dertli (1772, Bolu–1846, Ankara), dönemin eleştirisini sazıyla yaptığı için başına türlü işler açılmıştı:

*Telli sazdır bunun adı  
Ne ayet dinler ne de kadı  
Bunu çalan anlar kendi  
Şeytan bunun neresinde*

*Venedik’ten gelir teli  
Ardıç ağacından kolu  
Be Allah’ın sersem kulu  
Şeytan bunun neresinde*

.....

2000’li yılların başında, Türk pop müziği ve Türk halk müziği tarihine yönelik nostalji pazarı (1970’li yıllarda ortaya çıkan Anadolu rock akımı, arabesk ve popüler müzik karşısında uzun süre direnememişti), eski 45’likleri CD formatında yeniden ulaşılabilir hale getirdi, Üç Hürel’lerin 1970’lerde gençler için popülerleştirdiği *Şeytan Bunun Neresinde*, Pentagram grubu tarafından (2002) yeniden yorumlandı. Müzik endüstrisi, bilgisayar teknolojisi işbirliği, bireysel kullanımlar için gerçekten de yeni olanaklar sağlamakta. İnternette yararlanarak;<sup>3</sup> Aşık Veysel’in, Üç Hürel’lerin, Pentagram’ın ve başka grup ve şarkıcıların farklı “Şeytan Bunun Neresinde” yorumlarının örneklerini dinleyebilir, MP3 indirebilir, forumlara katılabilir, kaset, CD satın alabiliriz. Gazetelerin internet baskılarında, elektronik forumlarda (dijital okuryazarlığınız ve medya okuryazarlığınız varsa!) ilgilendiğiniz konularda bilgi sahibi olabilirsiniz.<sup>4</sup>

## Sonuç Yerine

Folk kültürü, popüler kültür, yüksek kültür, kitle kültürü ayırımını yapabilmek için, belli bir örneğe bakarken; kim üretiyor, kimin için üretiyor, kim tüketiyor, sorularını sormak gerek. **Halk/folk kültürü**: halk ozanının kendi yaptığı (ya da en azından kimin yaptığını bildiği) saziyla, üç kuşaklık aile hikâyesini bildiği diğer ozanla, karşısında rezil olmaya çekindiği cemaat önünde atışmasıdır; Pacho Rada'nın, Köroğlu'nun, Aşık Dertli'nin, Erzurumlu Emrah'ın, Aşık Veysel'in yaptıkları gibi. **Popüler kültür**: başka cemaatlere üye akıllı ozanların, dinleyen herkese sevimli ve tanıdık gelmesidir; yine yukarıdaki ozanların öykülerinde akordeonun Almanya'dan, sazın telinin Venedik'ten ya da İstanbul'dan geldiğinin vurgulanmasında olduğu gibi. **Yüksek kültür**: incelikli bir iş yapanın kıymetini anlayan zengin, yetenekli çulsuzlara sipariş vermesidir; Avrupa Birliği kültür projelerinin, genç profesyonellere yardımcı olması gibi. **Kitle kültürü** ise, bütün bu farklı ortamlarda işe yarayan çekici unsurları görüp paraya çevirebilen ticaret erbabının uyanıklığıyla (yani şeytanlığıyla) pazarda gözümüze çarpan ürünlerdir. Oysa sanat, içinde saklı farklılıkla, gündelik gerçekliğe hicivle baktığında şeytan, sanatçının yanındadır. Pacho Rada'yı öldüremeyen şeytan, onun akordeonunu kutsamıştır. Vivaldi'nin kemanının Venedik'te üretilen tellerinde saklı şeytan, Dertli'nin oyuncuğu olmuş; Üç Hürel'lerin kentli gitarına uğrayan sevimli şeytan, Pentagram'ın heavy metal'inde satanizm dedikodularına karşı kalkan olmuştur. Günümüz küresel medyasında görünen her şey, bir yığın endüstriyel karar verici tarafından elden geçirilerek kurgulanmıştır. Medya gerçeklikle ilgili duygu, bilgi ve düşüncelerimizi verdiği yorumlarla biçimlendirdiği için, izleyicinin medyadaki anlamları müzakere ettiği konusu abartılıdır. Medyanın tecimsel bağlantıları, içeriğin ideolojisini, yani şeytanın kimin safında bulunacağını belirler.

## Dipnotlar

<sup>(1)</sup> NTV'de, 15 Ocak 2006, Pazar, saat 10.00'da izlediğim "El Acordeon Del Diablo-Şeytan'ın Akordeonu" filminin resmi internet sitesi: [http://acordeon.de/english/index\\_english.htm](http://acordeon.de/english/index_english.htm)

<sup>(2)</sup> Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından Mayıs 2005 tarihinde düzenlenen 1. Medya Okuryazarlığı Konferansı, geniş katılımlı bir toplantı örneğidir. Konferansta sunulan bildirilerin özetlerine şu internet adresinden ulaşılabilir. <http://www.milef.com/duyurular/medyaokuryazarbildiriozet.pdf>.

<sup>(3)</sup> Türkülerle ilgili çeşitli notalar, öyküler, yayınlar, ozanlar ve şarkıcılar hakkında oldukça ayrıntılı bilgilere yer veren internet sitelerinden bazıları: <http://www.turkudostlari.net/>; <http://www.turkudostlari.org/>; <http://www.turkuler.com/>; <http://www.turkusokagi.com/>

(4) Örneğin, Pentagram'ın yorumuyla ilgili Deniz Durukan'ın "Şeytan Bunun Neresinde?" yazısı: "İnsanın varoluş meselesini, kutsal kitapları, gelmiş geçmiş peygamberleri ve Tanrı'yı şarkısında konu yapan Pentagram, hayata tasavvufi bir açıdan bakıyor. İçerisinde yaşam, ölüm, insan, var olma, ruh ve gönül temizliği gibi ifadelerin sıklıkla yer aldığı ve dinleyeni bazen hüzünlendiren 'Bir'de Pentagram, bir anlamda insanoğlunun kendi yolculuğunda kendisiyle yüzleşmesini gerçekleştiriyor. Aşık Dertli'nin 'Şeytan Bunun Neresinde' türküsü mükemmel yorumlanmış, gitar soloları ve davulda göz kamaştırıyor. Aşık Veysel'in 'Bu Alemi Gören Sensin' parçası da aynı başarıyla kotarılmış. Pentagram, son üç albümünde izlediği çizgiyle, kendi topraklarımızın zengin kültürüne, müziğine sahip çıkmayı, kendi serüvenimizi, kendi tarihimizi öğrenmenin tadına varmayı amaçlamış. Davulla, zurnayla, ney sesleriyle bize muhteşem bir albüm sunan Pentagram, Ömer Hayyam'ın yıllar önce sorduğu 'Bir, sonsuzluğa açılan kapı değil midir' sorusunu yeniden ve ısrarla soruyor". [http://www.radikal.com.tr/veriler/2002/10/14/haber\\_53165.php](http://www.radikal.com.tr/veriler/2002/10/14/haber_53165.php)

### Kaynakça

Adorno, T.W. (1991). "The Culture Industry," **Culture Industry Reconsidered** içinde. Der. J. M. Bernstein. London: Routledge.

Brecher, Jeremy ve Tim Costello (1994). **Global Village or Global Pillage: Economic Reconstruction from the Bottom Up**. South End Press. (Kitaptan alıntılarını içeren resmi site için bk. <http://www.thirdworldtraveler.com/Brecher/GlobalVillagePillage.html>)

Duncan, Barry, vd. (1989). **Media Literacy Resource Guide**. Toronto, ON: Ontario Ministry of Education.

Golding, Peter (2003). "Küresel Köy mü, Kültürel Yağma mı?" **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Ekonomi Politikası** içinde. Der. Robert McChesney, Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster. Çev. Nil Senem Çingra, Erhan Baltacı, Özge Yalçın. Ankara: Epos Yay., s. 85–100.

Hall, Stuart (1998). "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik," **Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi** içinde. Der. Anthony King. Çev. Gülcan Seçkin, Ümit Hüsrev Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat Yay.

Lewis, Jeff (2002). **Cultural Studies**. London: Sage.

Marquez, Gabriel Garcia (1981). **Yüzyıllık Yalnızlık**. Çev. Seçkin Cılızoğlu Sander. 2. baskı. İstanbul.

McChesney, Robert, Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster (2003). **Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Ekonomi Politikası**. Çev. Nil Senem Çingra, Erhan Baltacı, Özge Yalçın. Ankara: Epos Yay.

Paçacı, Gönül (1999). "Cumhuriyet Döneminde Halk Müziği," **Cumhuriyet'in Sesleri** içinde. İstanbul: Tarih Vakfı, s. 122–127.

Ragıp, Mahmut (1929). "Bizde Musiki Folkloru," **Cumhuriyet'in Sesleri** içinde. İstanbul: Tarih Vakfı, 1999, s. 128–130.

Santiago-Valles, W. F. (2003). "Media Globalization in Caribbean Popular Cultures," **The Globalization of Corporate Media Hegemony** içinde. Der. Lee Arts, Yahya R. Kamalipour. New York: SUNY. s.265–281.

Topuz, Hıfzı (1984). **Uluslararası İletişim**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yay.

UNDP, (2000) [http://www.undp.org/mdg/99-millennium\\_Declaration\\_and\\_Follow\\_up\\_Resolution.pdf](http://www.undp.org/mdg/99-millennium_Declaration_and_Follow_up_Resolution.pdf)

UNLD, (2005), United Nations Literacy Decade: <http://portal.unesco.org/education/en/ev.php>  
MEDIA Plus Programme (2001–2005) [http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/media/index\\_en.html](http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/media/index_en.html)  
Discovery Campus, <http://www.discovery-campus.de/>

### Yazar hakkında

Prof.Dr. Nurçay Türkoğlu, lisans öğrenimini Ankara Üniversitesi SBF Basın Yayın Yüksek Okulu'nda, yüksek lisansını ve doktorasını İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde tamamlamıştır. Türkoğlu 1994 yılında doçent, 2000 yılında da profesör ünvanlarını almıştır. Prof. Türkoğlu'nun **Görü-Yorum: Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü** (2000), **Kitle İletişimi ve Kültür** (2003), **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalar: Toplumsal İletişim** (2004), **Kentte Sinema, Sinemada Kent** (Mehmet Öztürk ve Göksel Aymaz ile birlikte, 2004), **Kültürel Üretim Alanları: Renkli Atlas** (2004), **Cooking the Turkish Way** (Kari Cornell ile birlikte, 2004) isimli özgün ve derleme kitapları; **Sinemanın Evrimi** (1986), **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar** (1998), **İmaj** (1999), **Genç Toplum Bilimciler 37 Ahlaki Buyruk** (2004) başlıklı çeviri kitapları bulunmaktadır. Prof.Dr. Nuçay Türkoğlu hakkında daha fazla bilgi edinebilmek için <http://www.nurcayturkoglu.com> adresine bakılabilir.