



THE EFFECT OF GLOBALIZATION ON CULTURE¹

Pınar DURSUN YAMAÇ²

Abstract

In the ongoing globalization process, the mass media and technological development in various fields, individuals, and societies are influencing each other more than ever before. Particularly, there are intense debates on the theme whether a global culture will emerge due to globalization. It's believed that global culture is a culture that drives countries to globalization. This study aims to investigate whether global culture causes a homogeneous culture or a heterogeneous culture as an effect of influencing other cultures. In the study, first of all, a discussion about how globalization creates a type of culture is included. Some researchers claim that a homogeneous culture will establish due to globalization. Other researchers argue that the idea of globalization creating homogenization will mean dealing with globalization in one dimension. Researchers claim that globalization will create a cultural diversity that'll emphasized concepts such as glocal, hybridization, clustering or regionalization. The common feature of these researchers has been a dispute that globalization has a complex structure; hence this complexity will result in different types of culture rather than homogenization. In this context, field research was conducted in Izmir in 2020. In the research, cosmopolitanism and ethnic identity scales were used, and questions containing demographic information were also included. Four hundred and six people participated in the research. The result reveals that the participants separated into three different cultural types: glocal, local and transnational. Meaning the effect of globalization causes a structure that includes cultural diversity instead of a homogeneous culture.

Article History:

Date submitted:
21 November 2021

Date accepted:
4 December 2021

Jel Codes:

F60, F69, Z10, Z19.

Keywords:

Globalization,
Homogeneous Culture,
Glocal, Local,
Transnational.

Suggested Citation: Yamaç, P. D. (2022). The Effect of Globalization on Culture. *Cumhuriyet University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 23(1), 403-429.

¹ This study was produced from the author's 2021 doctorate thesis named "The Effect of Globalization on Consumer Behaviors: The Example of Izmir".

² Dr. Res. Asst., Dicle University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, pinar.dursun@dicle.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0199-0398.



KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ¹

Pınar DURSUN YAMAÇ²

Öz

Kitle iletişim araçları ve farklı birçok alanda yaşanan gelişmeler nedeniyle küreselleşen dünyada, insanlar ve toplumlar birbirlerini artık daha fazla etkilemektedir. Özellikle küreselleşme sonucunda küresel bir kültürün oluşacağı savı üzerine yoğun tartışmalar söz konusudur. Küresel kültürün ise küreselleşmenin itici ülkelerinin kültürü olduğu kabul edilmektedir. Bu çalışmada amaçlanan; küresel kültürün, diğer kültürleri etkilemesi sonucunda homojen bir kültür tipine mi yoksa heterojen bir kültür tipine mi neden olduğunun araştırılmasıdır. Çalışmada öncelikle, küreselleşmenin nasıl bir kültür tipini yarattığına dair tartışmalara yer verilmiştir. Bu tartışmalarda araştırmacıların bazıları, küreselleşme sonucu homojen bir kültürün oluşacağını iddia etmektedir. Bazı araştırmacılar ise küreselleşmenin homojenleşme yaratacağı fikrinin küreselleşmeyi tek boyutlu ele almak anlamına geleceğini savunmaktadır. Küreselleşmenin kültürel çeşitlilik yaratacağını savunan araştırmacılar; küyerel, melezleşme, kümelenme ya da bölgeselleşme gibi kavramları ön plana çıkarmışlardır. Bu araştırmacıların ortak özelliği ise küreselleşmenin karmaşık bir yapısı olduğunu ve bu karmaşıklığın homojenleşmeden ziyade farklı kültür tiplerini ortaya çıkaracağını savunmalarıdır. Bu çerçevede 2020 yılında İzmir özelinde saha araştırılması yapılmıştır. Araştırmada kozmopolitlik, etnik kimlik ölçekleri kullanılmış, ayrıca demografik bilgi içeren sorular yer almıştır. Araştırmaya 406 kişi katılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların küyereller, yereller ve uluslar ötesi olmak üzere üç farklı kültür tipine ait kümede yoğunlaştığı görülmüştür. Küreselleşmenin homojen bir kültür yerine, içinde kültürel çeşitliliği barındıran bir yapıya neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Makale Geçmişi:

İletilen Tarih:
21 Kasım 2021
Kabul Tarihi:
4 Aralık 2021

Jel Kodları:

F60, F69, Z10, Z19.

Anahtar Kelimeler:

Küreselleşme,
Homojen Kültür,
Küyerel, Yerel,
Uluslar Ötesi.

Önerilen Alıntı: Yamaç, P. D. (2022). Küreselleşmenin Kültür Üzerine Etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 403-429.

¹ Bu çalışma yazarın “Küreselleşmenin Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi: İzmir Örneği” adlı 2021 yılı doktora tezinden üretilmiştir.

² Arş. Gör. Dr., Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, pinar.dursun@dicle.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0199-0398.

1. GİRİŞ

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde toplumlar ve dolayısıyla insanlar, gittikçe birbirine daha çok yakınlaşmaktadır. Bu durum, insanların birbirlerinin hayatlarına uzaktan şekil vermesine ya da etkilemesine neden olmaktadır. Küreselleşme olarak ifade edilen bu karmaşık ve çoklu bağlantılılık halinin toplumları etkileme biçimi ise çok çeşitli şekillerde olabilmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler, bu etkilemenin hem hızını hem de boyutunu arttırmıştır.

Küreselleşmenin itici ülkeleri bu süreçte daha çok etkileyen, çevre ülkeler olarak adlandırılan ülkeler ise bu ilişkide daha çok etkilenen tarafta yer almaktadır. Küreselleşmenin itici ülkelerinin kültürü olarak ifade edilen küresel kültürün, diğer kültürleri ne yönde etkilediği üzerine tartışmalar ise yoğun bir şekilde sürmektedir.

Bazı araştırmacılar, küresel kültürün diğer kültürleri etkilemesi sonucu, dünyada gittikçe homojenleşen bir kültür yapısına doğru dönüşüm yaşandığını savunmaktadır. Diğer bazı araştırmacılar ise küreselleşmenin homojen bir kültür yaratmak yerine, içinde kültürel çeşitliliği barındıran heterojen bir kültür tipini oluşturacağını iddia etmektedir. Heterojen kültür savunucularının bazıları, küreselleşme sonucu küyerel bir toplumsal yapının var olacağını savunurken; bazıları da melezleşen, marjinalleşen ya da birçok kültür tipini içinde barındıran toplumsal yapıların oluşacağını savunmaktadır.

Bu çalışmada küresel kültürün, homojen bir toplumsal yapıya mı yoksa kültürel çeşitliliğe mi neden olduğu sorusuna cevap aranmaktadır. Bu çerçevede öncelikle homojenleşme ve heterojenleşme tartışmalarına yer verilmektedir. Daha sonra bu tartışmalardan hareketle, İzmir özelinde veri toplanarak analiz yapılmaktadır. Son olarak yapılan analiz ile küreselleşmenin nasıl bir kültür tipine neden olduğu araştırılmaktadır. Bu çerçevede çalışma, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde insanların küreselleşmeye nasıl tepki verdiklerini ve küreselleşme sonucunda gelişmekte olan ülkelerin kültürlerinin nasıl etkilendiğini analiz etmesi açısından önem arz etmektedir.

2. LİTERATÜR

Küreselleşmenin homojen bir kültüre mi yoksa heterojen bir kültüre mi neden olacağı tartışmaları incelendiğinde, akıllara ilk olarak Ritzer'in "Toplumun McDonağlaşması" kavramı gelmektedir (Ritzer, 2011:23). Ritzer bu kavramı aslında günümüz toplumunu tanımlamak için kullanmamaktadır. Daha ziyade günümüz toplumsal yapısı içinde çeşitli derecelerde var olan ve gittikçe daha da yayılan akılcı sistemi tanımlamak için kullanmaktadır. Bu akılcı sistemi ise Weber'in akılcılık kuramından hareketle çeşitli ilkelerle açıklamaya çalışmaktadır (Ritzer, 2011:44-48). Yaptığı analiz sonucunda ise Ritzer; fastfood restoranlarının önce Amerika'da ve sonra tüm dünyada hızla yayılmasının, beraberinde homojenleşmeyi de arttıracığını iddia etmektedir (Ritzer, 2011: 199; Ritzer, 2000: 68).

Featherstone ise küreselleşmenin homojenleşme yaratacağı fikrine karşı çıkmaktadır. Featherstone göre küresel bütünlüşme ya da homojenleşme süreçleri olsa da bu durum tartışmaya açıktır. Ona göre küresel kültür ile diğer kültürlerin çeşitli araçlarla buluşması ya da karşılaşması daha ziyade heterojenleşmeye neden olmaktadır. Bu durumu aynı zamanda daha fazla kültürel hareketliliğin ve karmaşıklığın olması şeklinde ifade etmektedir (Featherstone, 1995:6). Teknolojik gelişmeler sayesinde insanların daha fazla iletişim halinde olması, yeryüzünde daha çok çeşitliliğe

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

neden olmaktadır. Bu çeşitlilik ve farklılık içinde, bir birliktelik söz konusudur. Ayrıca küreselleşme süreci, iktisadi ve kültürel öğeleri dönüştürerek daha farklı kültürleri de ortaya çıkarmaktadır. Buradan hareketle Featherstone, küreselleşme ile birçok çeşitliliğin bir aradalığını savunmaktadır. Ayrıca Featherstone küreselleşmenin bölgeselleşme ve kümelenmeye neden olduğunu da vurgulamaktadır(Featherstone, 1996: 181, 235).

Jameson'a göre ise içinde bulunduğumuz dönemde statü ya da sınıf kavramından farklı olarak "grup" kavramı söz konusudur. Bu dönemin, öncekilerden en önemli farkı ise bireylerin birden fazla grubu temsil edebilmesidir (Jameson, 2011: 438). Ayrıca gruplar arası geçiş de oldukça esneklerdir. Jameson, geç kapitalizm olarak tanımladığı günümüz yapısında bu durumun çok fazla üslup çeşitliliğine neden olduğunu ifade etmektedir. Böyle bir yapıda ise homojenleşmenin değil, heterojenleşmenin söz konusu olduğunu iddia etmektedir (Featherstone, 1996: 103).

Robertson, küreselleşme sonucu homojenleşme ya da heterojenleşme tartışmaları yerine küyerelleşme kavramını öne sürmektedir. Ona göre artık küresel homojenleşmeye ya da heterojenleşmeye ilişkin tartışmalar aşılmalıdır (Robertson, 1995: 27). Bu çerçevede Robertson, analitik ve yorumlayıcı bakış açısından küreselleşme kavramını, küresel ve yerel olarak adlandırılan şeyin eşzamanlılığı ve iç içe geçmesi şeklinde tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle küreselleşmeyi, daha soyut damarda, evrensel ve özel olanları içermesi olarak açıklamaktadır (Robertson, 1995: 30). Bu eş zamanlı eğilimler her ne kadar birbirine zıt gibi görünse de aslında birbirini tamamlamakta ve içselleştirmektedir. Robertson'a göre böyle bir durumda, küyerelleşme kavramının kullanılması daha doğru olacaktır (Robertson, 1995: 40).

Pieterse'ye göre küreselleşmeyi homojenleşme ya da modernleşme gibi kavramlar yaratması şeklinde ele almak, küreselleşmeyi dar bir açıdan incelemek anlamına gelecektir. Pieterse'ye göre küreselleşme, kültürlerin melezeleşmesine neden olmaktadır. Başka bir ifadeyle Pieterse'ye göre küreselleşme süreci, melezeleşme süreci olarak tanımlanmalıdır (Pieterse, 1995: 63). Melezeleşme, formların mevcut uygulamalardan ayrıldığı ve yeni uygulamalarda yeni formlarla birleşmesi olarak tanımlanmaktadır. Pieterse, küreselleşmenin esas olarak evrenselleşmeyi ve çok kültürlülüğü içermediğini; bunun yerine kültürlerarasılığını içerdiğini savunmaktadır. Ayrıca Pieterse küreselleşmenin, modernleşmenin bir koşulu olmadığını; bunun yerine 1960'lı yıllardan itibaren başlayan ve postmodernite ile eş zamanlı oluşan tarihsel bir dönem olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre modernite, ulus devlet hegemonyasının önceki bir dönemi (1840-1960) ile uyumludur. Bu çerçevede hem modernleşme teorisi hem de bağımlılık teorisi, ulus devlet döneminin modernist paradigmaları iken; gerçek küreselleşme teorisi ise melezeleşmenin postmodern analizidir (Featherstone ve Lash, 1995: 5).

Bauman ise küreselleşmenin kutuplaştırıcı bir özelliği olduğunu ileri sürmektedir. İçinde bulunduğumuz küreselleşme dönemini, tüketim toplumu olarak ifade eden Bauman; tüketim toplumu öncesi toplumlarda var olan katmanlı yapının günümüz küreselleşme döneminde de olduğunu belirtmektedir. Bauman'a göre; tüketim toplumunda, bireylerin bulunduğu katmanı belirleyen ise tüketicilerin hareketlilik özgürlüğünün derecesidir. Aynı zamanda, tüketicilerin olmak istedikleri yeri seçebilme özgürlüğüdür. Bu belirleyiciler, tüketicileri aşağı ve yukarı katman olarak ayırmaya yaramaktadır (Bauman, 2012: 88,89).

Tomlinson, küreselleşmeyi karmaşık bağlantılılık olarak ifade etmekte ve homojenleşme yaklaşımına ise pek sıcak bakmamaktadır. Homojenleşme fikrinin kabulünü, küresel bağlantılılık fikrinden uzaklaşma olarak görmektedir. Çünkü homojenleşmeyi daha çok bir örneklik ve yaygınlık olarak ifade etmektedir. Sonuç olarak, homojenleşme fikrindeki bir örneklik,

Tomlinson'ın " karmaşık bağlantılılık"ında yer almamaktadır. Yani bağlantılılık, her şeyi bir örnekletmemektedir (Tomlinson, 2004: 18,19). Ayrıca Tomlinson, küreselleşmenin yersiz-yurtsuzlaşmaya neden olacağını ifade etmektedir. Yersiz-yurtsuzlaşmanın özelliklerinden biri, bireyin içinde bulunduğu siyasi anlamda çizilmiş toprak parçasından koparak günlük yaşamını sürdürmesi ve planlamasıdır. Kuşkusuz bunda, kitle iletişim araçlarının yeri oldukça önemlidir (Tomlinson, 2004: 159). Zira kitle iletişim araçları, bireylere evdeki ile dışardaki arasında seçim hakkı sunmaktadır. Bu araçlar ile diğer yaşamlar hakkında bilgi edinen birey, kültürel olarak ufkunu da genişletebilmektedir (Tomlinson, 2004: 160). Yersiz-yurtsuzlaşmanın birçok özelliği olmasına rağmen en temel özelliği, bireylerin gündelik kültürleri ile üzerinde yaşadıkları kara parçası arasındaki bağın gittikçe azalmasıdır. Ancak bu durum, yerel kültürün yok olduğu anlamına gelmemelidir. Tomlinson bunu daha çok, karmaşık ve tam da net olmayan karışımın oluşması olarak ifade etmektedir (Tomlinson, 2004: 176).

Berry (2008) ise yapmış olduğu çalışmada, küreselleşmenin homojenleşmeye eşit olduğunu iddia etmenin çok doğru olmadığını ifade etmektedir. Ayrıca homojen bir yapıya evrilmenin de kolay olmadığını eklemektedir. Bunun yerine küreselleşme sonucu farklı varyasyonların olabileceğini iddia etmekte, çalışmasında da çeşitli örnekler vererek bunu ortaya koymaya çalışmaktadır.

Berry (2008:331)'e göre, farklı kültürlerin birbiri ile çeşitli yollarla temasıyla oluşan yeni kültürleşme sürecinde, tüm insanlığın karşılaştığı iki durumdan dört kültürleşme stratejisi türetilir. Berry bu dört kültürleşme stratejisini, 1997 yılı "Immigration, Acculturation, and Adaptation" adlı kendi çalışmasına dayandırmaktadır. Bu iki temel durum, kişinin kendi grubuna ve diğer gruplara yönelimleri arasındaki ayrıma dayanmaktadır. Bu ayrım (Berry, 2008: 331): "Kişiye miras kalan kültürü ve kimliği sürdürmesi ya da bunun tersi şekilde hareket etmesi" ve "Diğer gruplarla ilişki içinde olmayı tercih etme ya da tersi hareket olarak bundan kaçınması"dır.

Bu iki durumun çift boyutlu olarak ele alınmasıyla Berry (2008), dört kültürleşme stratejisini ortaya koymaktadır. Bu kültürleşme stratejileri, baskın olan veya olmayan grupta yer almasına göre farklı isimler almaktadır. Baskın olmayan grupta yer alanlar için aşağıdaki kültürleşme stratejileri söz konusu olabilmektedir (Berry, 2008: 331; Berry, 1997: 9-11):

- **Asimilasyon (Assimilation):** Bireyler, kendi kültürel mirasını ve kimliğini sürdürmek istemez ve diğer gruptakilerle etkileşim halinde olmayı tercih ederler.
- **Ayrılık (Seperation):** Bireyler, kendi kültürel miraslarına ve kimliklerine bağlı kalmaya değer verirler. Ayrıca başka gruptakilerle etkileşimden kaçınmayı tercih ederler.
- **Entegrasyon (Integration):** Bireyler, diğer gruplarla günlük etkileşimde bulunurken aynı zamanda kendi kültürleri ve kimliklerini de sürdürmeye ilgilidirler. Bu durumda kişi, içinde bulunduğu baskın olan kültürel grubun bir üyesi olarak geniş bir sosyal ağın parçası olmaya çalışırken, diğer taraftan kendi kültürel bütünlüğünü de korumaya çalışır.
- **Marjinalleşme (Marginalization):** Bireyler, hem kendisine miras kalan kültür ve kimlikten hem de diğer gruplar ile etkileşimden kaçınmaktadır.

Berry (2008: 332); kültürlerin temasının, sadece baskın olmayan grubu etkilemekle kalmadığını, aynı zamanda baskın grubu da etkilediğini ifade etmektedir. Baskın grup tarafından asimilasyon, erime potu (melting pot) olarak; ayrılık, ayrışma (segregation) olarak; entegrasyon, çok kültürlülük (multiculturalism) olarak ve marjinalleşme ise dışlanma (exclusion) olarak adlandırılmaktadır.

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

Berry (2008: 334, 335) ayrıca bu makalesinde, kültürleşme stratejileri üzerine yapılmış çalışmalara yer vermektedir. Kendisinin de dahil olduğu bir çalışmaya (Berry, Phinney, Sam ve Vedder, 2006) bu makalesinde yer vererek, kümeleme analizi ile bu dört kültürleşme stratejinin varlığını analiz etmiştir. Çalışma, 13 farklı topluma göç etmiş gençler ve o toplumların gençleri ile yapılmıştır. Bu göçmenler, 26 farklı kültürden oluşmaktadır. Çalışmaya göçmenlerden sadece birinci kuşak (menşei ülkede doğup 6 yaşından sonra göç edenler) ve ikinci kuşak (ev sahibi ülkede doğanlar veya 7 yaşından önce gelenler) dahil edilmiştir. Çalışmada dört farklı kültürleşme türü için çeşitli tutumlara yönelik sorular yönetilmiştir. Bunlar: “etnik ve ev sahibi ülke kimliği”, “etnik ve ev sahibi ülke dil bilgisi”, “dil kullanımı”, “etnik ve ev sahibi ülke akranlarıyla sosyal temaslar”, “aile ilişkileri değerleri”dir (Berry, 2008: 334).

Yapılan çalışma sonucunda Berry (2008: 334, 335)’nin ortaya koyduğu dört kültürleşme türü de elde edilmiştir. Ancak çalışmaya katılanların büyük bir çoğunluğu **entegrasyon profili** sergilemiştir. Bu kümede yer alanların hem etnik hem de ev sahibi ülke kültürüne katılımları yüksektir. Bu kümede, ev sahibi ülke dil yeterliliği yüksek ve etnik dil yeterliliği ise ortalama çıkmıştır. Kümede yer alanların dil kullanımı, her iki dilin dengeli kullanımı yönünde olmuştur. Hem kendi etnik gruplarında hem de ev sahibi ülke grubunda akranları ile ilişkileri vardır. Aile ilişkileri değerlerinin ise ortalama bir değer olduğu görülmüştür. **Ulusal/asimilasyon profili** kümesindekiler, içinde yaşadıkları yeni topluma güçlü bir yönelim göstermektedir. Bu kümedeki gençler, ev sahibi ülke kimliği edinme konusunda yüksek seviyede; etnik kimlik değeri edinme de ise oldukça düşük seviyededir. Genelde bu kümedekilerin arkadaşları, ev sahibi ülkedendir. Yine bu kümedekiler, ağırlıklı olarak ev sahibi ülke dilini kullanmakta ve ev sahibi ülke dilinde uzmandırlar. Aile ilişkileri değerleri ise düşük düzeydedir. **Etnik/ayrılık profili** kümesindekiler, kendi etnik gruplarına karşı net bir yönelim gösterirler. Bu kümedeki gençler, ayrılık tutumunu onaylamaktadır. Yine bu kümedekiler, ev sahibi ülke kimliği ve ev sahibi ülke insanları ile temastan kaçınırlar. Ayrıca ev sahibi ülke kimliğine ve ev sahibi ülke insanlarına karşı ilgileri de oldukça azdır. Etnik dil yeterliliği ve kullanımı ile etnik akran ilişkileri söz konusudur. **Dağınık/marjinalleşme profili** kümesinde yer alan gençlerin, etnik kimlik kullanım yeterlilikleri ve kullanımları yüksek çıkarken; aynı zamanda düşük etnik kimliğe sahip oldukları da görülmüştür. Ev sahibi ülke dilinde düşük yeterlilikleri söz konusudur. Dolayısıyla ev sahibi ülke kimliği ve akran ilişkileri azdır. Üç çelişkili kültürleşme türü olan asimilasyon, marjinalleşme ve ayrılmayı desteklemişlerdir. Bu tutarsız örüntü, bu gençlerin toplumdaki yerleri konusunda kararsız olduklarını, belki de daha geniş bir toplumun parçası olmak istediklerini, ancak iletişim kurma becerilerinin yetersizliğinden dolayı yapamadıklarını göstermektedir. Bu profil, iki sosyal dünya arasında psikolojik belirsizlik içinde konumlanmış olarak marjinalleşme adıyla literatürde tanımlanan gençlerle benzer özellikler göstermektedir. Bu özelliklere sahip gençler, aynı zamanda kimlik oluşturma literatüründe “dağınık” olarak tanımlanan, yaşamlarında bir yöne veya amaca bağlılık eksikliği ile karakterize edilen ve genellikle sosyal olarak yalıtılmış gençlere de benzemektedir (Berry, 2008: 335).

Berry (1997, 2008)’nin yapmış olduğu bu çalışmaların daha çok göçmenlerle ilgili olduğu görülmektedir. Bu açığı ise yine kümeleme analizi yaparak 2011 yılında Cleveland, Papadopoulos ve Laroche’nin kapattığı görülmektedir.

Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011)’un yapmış oldukları çalışma; farklı kültürel özelliklere, sosyal geçmişe ve ekonomik gelişme düzeyine sahip sekiz ülke üzerinde gerçekleştirilmiştir (Çalışmaya Yunanistan, Macaristan, İsveç, Meksika, Şili, Kanada, Kore ve Hindistan olmak üzere 8 ülke dahil edilmiştir.). Bu sekiz ülkeden toplanan demografik değişken

verilerinin ürün kategorilerinde farklılık gösterdiği gözlenmiştir. Çıkan sonuçlara göre yedi ülkede kadınların erkeklere kıyasla daha fazla lüks ürün tüketim sıklığı söz konusudur. Yine bu yedi ülkede, daha genç ve yaşlı tüketicilerin yüksek teknoloji kullanım sıklığının farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Altı ülkede genç tüketicilerin, küresel giyim ürünlerine ve beş ülkede de yine genç tüketicilerin, elektronik ürünlere sahip olma isteğinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gelirin rolünün, üç ülkede lüks ürünler ve beş ülkede de pahalı olan elektrikli cihazlar için belirgin şekilde etkili olduğu görülmüştür.

Çalışmada ele alınan ülkelerin ve tüketicilerin, yaşanan küreselleşmeye nasıl tepki verdikleri de ölçülmüştür. Çalışmada bunun için kozmopolitlik ve etnik kimlik ölçeği kullanılmıştır. Bu iki ölçek arasındaki negatif bağlantı, tüketicilerin asimilasyona (küresel eğilimler, yerel yönelimlerin yerini alır) ya da ayrılığa (bireyler, küresel kültüre direndikçe yerel kimlik yeniden ortaya çıkar) yöneldiklerini işaret etmektedir. Ancak keskin bir şekilde asimilasyonun ya da ayrılmanın olduğunu söylemek oldukça zordur. Nitekim yapılan bu çalışmada da asimilasyon ya da ayrılmadan daha farklı sonuçların olacağı ortaya konulmuştur. Çalışmada, transnationals/uluslar ötesi, marginals/marjinaller, locals/yereller ve glocals/küyereller olarak 4'lü kümeleme analizi yapılmıştır. Çalışmaya katılanların küçük bir kısmı marjinaller kümesinde yer alırken, büyük bir çoğunluğunun küyereller kümesine dahil oldukları görülmüştür. Yani daha çok tüketici yabancı ya da küresel fikirleri özümsemekte ve bunları yerel gelenekleri ile birleştirmektedir. Ancak bunların yanında Korelilerin, daha yerel tutum ya da fikir sergilemeye devam ettikleri, Kanadalıların ise küyerel olmaktan ziyade daha çok uluslar ötesi bir yapı sergilediği ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada 909 kişi küyereller kümesinde, 659 kişi yereller kümesinde, 151 kişi marjinaller kümesinde ve 296 kişi de uluslar ötesi kümesinde yer almıştır. Çalışmaya Yunanistan, Macaristan, İsveç, Meksika, Şili, Kanada, Kore ve Hindistan olmak üzere 8 ülke dahil edilmiştir. Çalışmanın özet sonucu aşağıdaki Tablo 1'de yer almaktadır (7'li Likert ölçeği kullanılmıştır).

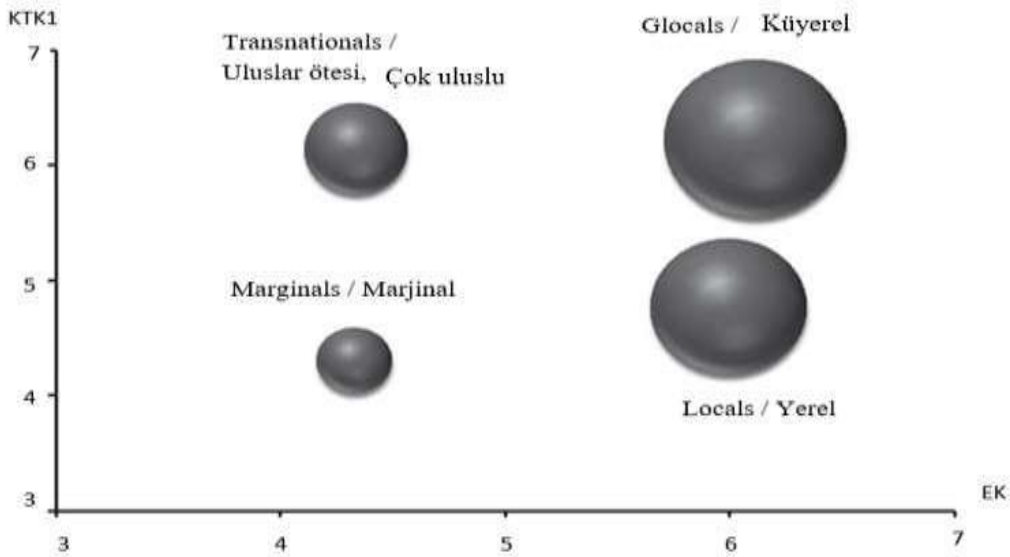
Tablo 1: Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011) Çalışmasının Özet Sonuçları

	Yereller	Küyereller	Marjinaller	Uluslar Ötesi
n (yüzdesi %)	659 (33)	909 (45)	151 (8)	296 (15)
Cinsiyet:n (Cinsiyet içinde %)				
Erkekler	350 (36)	386 (40)	85 (9)	146 (15)
Kadınlar	309 (30)	523 (50)	66 (6)	150 (14)
Yaş:n (Yaş Grupları içinde %)				
0-24	368 (33)	473 (43)	99 (9)	173 (16)
25-39	201 (31)	329 (51)	32 (5)	86 (13)
40+	90 (35)	107 (42)	20 (8)	37 (15)
Ülkeler: n (Ülke içinde %)				
Yunanistan (Selanik)	123 (39)	165 (52)	5 (2)	24 (8)
Macaristan (Budapeşte)	114 (34)	188 (57)	11 (3)	19 (6)
İsveç (Göteborg)	116 (35)	141 (43)	24 (7)	48 (15)

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

Meksika (Puebla)	72 (31)	139 (60)	10 (4)	10 (4)
Şili (Talca)	56 (29)	121 (63)	2 (1)	13 (7)
Kanada (Montreal)	18 (8)	29 (12)	49 (20)	145 (60)
Kore (Seul)	88 (64)	21 (15)	25 (18)	3 (2)
Hindistan (Mumbai)	72 (31)	105 (45)	25 (11)	34 (14)

Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) yapmış oldukları kümeleme analizinde, çalışmaya katılan kişileri dört kümede tanımlamışlardır. Bu tanımlamayı, her bir kümenin sahip olduğu kozmopolitlik (KTK1) ve etnik kimlik (EK) değerine göre yapmışlardır. Şekil 1’de de bu kümeler ve tanımlamaları yer almaktadır.



Şekil 1: Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011)'un Yapmış Oldukları Çalışma Sonucu Elde Ettikleri Dört Kültür Tipi

Kaynak: Cleveland, Papadopoulos ve Laroche, 2011: 254.

Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) yapmış oldukları bu kümelemede, yüksek kozmopolitlik düzeyine ve düşük etnik kimlik düzeyine sahip kişileri transnationals/ uluslar üstü ya da uluslar üstü kişiler olarak tanımlamaktadır. Hem yüksek kozmopolitlik hem de yüksek etnik kimlik düzeyine sahip olan kişilerin bulunduğu küme ise glocals/küyereller kümesi olarak adlandırılmıştır. Yüksek etnik kimlik ve düşük kozmopolitlik düzeyine sahip kişilerin oluşturduğu küme, locals/yereller ya da etnik küme olarak adlandırılmıştır. Son olarak hem kozmopolitlik hem de etnik kimlik düzeyleri düşük olan kişileri ise marginals/marjinaller olarak ele almıştır. Yapılan bu çalışma, küreselleşmenin ülkelerin kültür yapısını nasıl etkilediği açısından oldukça önemlidir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, küreselleşmenin kültür üzerine etkisi yukarıda değinilen Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011)'un yapmış oldukları çalışmadan hareketle İzmir özelinde test edilmiştir. Saha araştırmasının İzmir olarak seçilmesinin nedeni İzmir'in tarihsel olarak kozmopolit bir geçmişe sahip olmasıdır. Ayrıca İzmir, bir dönem Batı Avrupa'nın Anadolu'ya açılan kapısı niteliğinde olmuştur. Bunlara ek olarak Keser (2015)'in yapmış olduğu çalışmada, İzmir en yüksek küresel tüketici kültürü düzeyine sahip il olduğu görülmüştür.

Araştırma verileri 2020 yılı içinde toplanmıştır. Araştırmada kozmopolitlik (KTK1), etnik kimlik (EK) ölçekleri kullanılmıştır. Ayrıca çalışmada demografik bilgi içeren sorular yer almıştır. Araştırmanın örneklemi, gönüllü ve İzmir'de yaşayan 15 yaş üstü kişileri kapsamaktadır. Araştırmanın örneklemi TÜİK'te yer alan İzmir ili nüfus piramidinden hareketle oluşturulmuştur. Her yaş grubunun payı oranında örneklem toplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekleri 406 kişi yanıtlamıştır. Araştırma ile ilgili demografik özellikler Tablo 2'de özetlenmektedir.

Tablo 2: Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde			Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	183	45,1	Medeni Durum	Evli	217	53,4
	Kadın	223	54,9		Bekar	189	46,6
Eğitim Düzeyi	İlk Öğretim	18	4,4	Yaş	15-19	32	7,9
	Orta Öğretim	9	2,2		20-24	35	8,6
	On Lisans	25	6,2		25-29	36	8,9
	Lise	56	13,8		30-34	41	10,1
	Lisans	195	48,0		35-39	42	10,3
	Lisans Üstü	103	25,4		40-44	39	9,6
	Total	406	100,0		45-49	36	8,9
Gelir	2325 TL ve Altı	110	27,1		50-54	32	7,9
	2326-4000	95	23,4		55-59	33	8,1
	4001-6000	84	20,7		60-64	26	6,4
	6001-8000	57	14,0		65-69	20	4,9
	8001-10000	18	4,4		70 Yaş ve Üstü	34	8,4
	10000 TL ve Üstü	42	10,3		Total	406	100,0
	Total	406	100,0		Meslek	Öğretmen	42
	Meslek	Emekli	82	20,2		Esnaf/Tüccar	12
Memur		28	6,9	Akademisyen		36	8,9
İşçi		6	1,5	Özel Sektör Çalışanı		54	13,3
Ev Hanımı		22	5,4	Diğer		30	7,4
Öğrenci		75	18,5	Total		406	100,0
Serbest Meslek		19	4,7				

Veri toplama araçlarının her birinin tüm maddelerinin faktör yapısı, SPSS'de açımlayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Bu analizlerde Temel Bileşenler Analizi ve Varimax döndürme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğu ise Kaise-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett's testi değerleri ile karar verilmiştir.

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

3.1. Kozmopolitlik

Kozmopolitlik ölçeği, küresel tüketici kültürü ölçeğinden hareketle elde edilmiştir. Küresel tüketici kültürünü kavramlaştırmada ise Ger ve Belk, birbiri ile ilişkili en az dört farklı tartışma ya da gelişmenin olduğunu ifade etmektedir. Bunlar; tüketim mallarını üreten ve birçok ulusa pazarlayan çok uluslu şirketlerin çoğalması, her bir yerel piyasada farklı şekillerde olmak üzere küresel kapitalizmin bu piyasalar ve dünya genelinde yayılması, küresel tüketicilik ya da küreselleşmiş tüketim etiğinin yaygınlaşması ve son olarak tüketicinin küresel olarak homojenleşmesidir (Ger ve Belk, 1996: 274-276). Bu gelişme ya da tartışmaların her birinin ortak noktası, dünya üzerinde bireylerin ve toplumların çeşitli araçlarla birbiri ile iletişim halinde olduklarının kabulüdür. Bu araçların başında, çok uluslu şirketler gelmektedir. Çok uluslu şirketlerin ürettiği ürünleri, dünya genelinde pazarlayabilmesini kolaylaştıran araç ise kitle iletişim araçlarıdır. Cleveland (2006) yapmış olduğu çalışmada yukarıdaki bilgilerden de hareketle, küresel tüketici kültürü kültürleşmesi kavramını ortaya atmıştır. Ülkelerin küresel tüketici kültürü kültürleşme seviyelerini tespit edebilmek için de ölçek geliştirmiştir. Cleveland göre, küresel tüketici kültürü kültürleşmesi birden çok boyutun toplamından oluşmaktadır (Cleveland, 2006: 58). Bu boyutlar; **kozmpolitlik**, çok uluslu şirketlerin pazarlama faaliyetleri, küresel kitlesel medya, İngilizcenin etkisi, kendini küresel tüketici kültürü ile tanımlama, sosyal etkileşimler-yurtdışı seyahat sıklığı ve tecrübesidir. Cleveland göre, bu altı boyutun toplamının artması küresel tüketici kültürü kültürleşmesinin oluşmasını ifade etmektedir (Cleveland, 2006: 60). Bu çalışmada küresel tüketici kültürü alt boyutlarından olan kozmpolitlik boyutu analize konu edilecektir.

Cleveland (2006)'ın geliştirmiş olduğu küresel tüketici kültürü ölçeği ve bu ölçeğin alt boyutu olan kozmpolitlik ölçeği, daha sonraları çeşitli çalışmalarda kullanılmıştır. Bunlardan bazıları; Sobol (2008), Hallab (2009), Naghavi (2011), Cleveland, Laroche ve Hallab (2013) vb.'dir. Türkiye'de bu ölçeği ise Keser (2015); Hallab'ın (2009) çalışmasını uyarlayarak test etmiştir. Bu çalışmada küresel tüketici kültürü ölçeğinin alt boyutu olan kozmpolitlik değişkeni için Cleveland (2006), Hallab (2009) ve Keser (2015)'den yararlanılmıştır. Cleveland ve Laroche (2007:252) kozmpolitliği, farklı kültürlerle ilişki kurma isteği ve yabancı kültürlerle yönelik yeterli olma gibi belirli nitelikler kümesine atıfta bulunan bir kavram olarak tanımlamaktadır. Hannerz (1990: 239) de kozmpolitlik bakış açısını, ayırt edici özellikleri olan çok sayıda kültürle ilişki içermesi olarak ifade etmektedir.

Kozmpolitlik ölçeği 7 dereceli bir ölçek üzerinden değerlendirilmiştir. Kozmpolitlik ölçeği için yapılan KMO değeri 0,90 ile kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur. Ayrıca Bartlett's test sonucu da anlamlı olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Tablo 3'te verilmektedir. Kozmpolitlik ölçeğinde 8 madde 1 faktör altında toplanmıştır. Bu 1 faktörün toplam kozmpolitlik varyansının %62,479 açıklamakta olduğu görülmüştür. Maddelerin faktör yükleri ise Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 3: Kozmpolitlik KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Testi		0,903
Bartlett's Testi	Approx. Chi-Square	2025,238
	df	28
	Sig.	0,000

Tablo 4: Kozmopolitlik Ölçeği Maddelerinin Faktör Yüğü

	Maddeler/Değişkenler	Faktör yükleri
		1
1	Diğer kültürlerden veya ülkelerden insanlarla fikir alışverişi yapmaktan zevk alırım.	0,861
2	Farklı yaşam tarzları hakkında bilgi sahibi olmayı severim.	0,823
3	Diğer kültürlerdeki insanlardan ne öğrenebileceğimi görmek için onları gözlemlemeyi severim.	0,854
4	Diğer ülkelerden gelen insanların kendilerine özgü görüş ve yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olmak için onlarla beraber vakit geçirmekten zevk duyarım.	0,841
5	Diğer ülkelerde yaşayan insanlarla ilgili daha fazla bilgi sahibi olmaya ilgi duyarım.	0,809
6	Diğer kültürlerden insanlarla iletişim kurmam bana büyük yarar sağlamıştır.	0,801
7	Seyahatte bulunduğum zaman, ziyaret ettiğim ülkenin insanların kültürüne uygun davranmayı	0,735
8	Kendi kültürümden farklı yiyecekler sunan restoranlara gitmeyi severim.	0,551

Kozmopolitlik ölçeğinin Cronbach's Alfa güvenilirlik katsayısı 0,904 olarak hesaplanmıştır. Kozmopolitlik ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5 ile Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 5: Kozmopolitlik Güvenirlik Testi

Cronbach's Alpha	N
0,904	8

Tablo 6: Kozmopolitlik Ölçeğinin Madde Güvenirlik Analizi Sonuçları

	Maddeler	Madde Toplam Korelasyonu	Cronbach's Alpha (Madde Silinirse)
1	Diğer ülkelerde yaşayan insanlarla ilgili daha fazla bilgi sahibi olmaya ilgi duyarım.	0,720	0,889
2	Farklı yaşam tarzları hakkında bilgi sahibi olmayı severim.	0,747	0,888
3	Diğer ülkelerden gelen insanların kendilerine özgü görüş ve yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olmak için onlarla beraber vakit geçirmekten zevk duyarım.	0,771	0,884
4	Kendi kültürümden farklı yiyecekler sunan restoranlara gitmeyi severim.	0,465	0,918
5	Diğer kültürlerden veya ülkelerden insanlarla fikir alışverişi yapmaktan zevk alırım.	0,799	0,882
6	Diğer kültürlerdeki insanlardan ne öğrenebileceğimi görmek için onları gözlemlemeyi severim.	0,788	0,884
7	Seyahatte bulunduğum zaman, ziyaret ettiğim ülkenin insanların kültürüne uygun davranmayı severim.	0,650	0,896
8	Diğer kültürlerden insanlarla iletişim kurmam bana büyük yarar sağlamıştır.	0,729	0,888

Bu analiz ile kozmopolitlik ölçeğinin daha sonraki analizler için güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu görülmüştür.

1.1. Etnik Kimlik (EK)

Etnik kimlik, etnisitenin bireyin benlik kavramına dahil edilmesini ifade etmektedir (Cleveland, Papadopoulos ve Laroche, 2011: 246). Çalışmaya katılan kişilerin etnik kimlik seviyelerinin tespiti için Cleveland (2006), Hallab (2009) ve Keser (2015)'in çalışmalarında kullandıkları ölçek tercih edilmiştir.

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

Tablo 6’de yer alan KMO ve Bartlett’s testi sonuçlarına göre, verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmüştür. Açımlayıcı faktör analizinde ölçek maddelerinin en uygun olarak 4 alt boyutta toplandığı tespit edilmiştir. Bu dört alt boyut ise şöyledir: “Yerel gelenekler, alışkanlıklar, değerler ve yerel kültür ile tanımlanma ve onu sürdürme arzusu”, “Yerel medya etkisi”, “Yerel ülke dilini kullanma”, “Yerel kişiler arası ilişkiler”.

Alt boyut yani faktör sayısı 4 faktöre sabitlenerek yapılan analizde ise “Herhangi başka bir lisanı bilsem dahi Türkçe televizyon izlemeyi tercih ederim” ve “Türkiye’deki yerleşik kültüre ait yemekleri pişirmeyi severim” maddeleri binişik madde olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Bunun ardından elde edilen sonuçlar ise Tablo 7 ve Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 7: Etnik Kimlik KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Testi		0,942
Bartlett's Testi	Approx. Chi-Square	10997,261
	df	465
	Sig.	0,000

Bu 4 faktörün toplam etnik kimlik varyansının %66,875’ini açıklamakta olduğu görülmüştür.

Tablo 8: Etnik Kimlik Ölçeğinin Rotasyon Sonucu Faktörlere Dağılımı ve Faktör Yükleri

Maddeler/Değişkenler		Faktör Yükleri			
		1	2	3	4
1	Türkiye’deki yerleşik kültüre yakın kalmak benim için çok önemlidir.	0,906			
2	Türkiye’deki yerleşik kültür ile özdeşleşmekten çok büyük bir gurur duyuyorum.	0,886			
3	Diğer kültürlere yabancılaşmaktan çekinmememe rağmen, Türkiye’deki yerleşik kültüre bağlı kalmak benim için önemlidir.	0,878			
4	Türkiye’deki yerleşik kültürde kendimi çok rahat hissediyorum.	0,876			
5	Türkiye’deki yerleşik kültür yaşamımda çok olumlu bir etkiye sahiptir.	0,875			
6	Türkiye’deki yerleşik kültürü devam ettirmenin çok önemli olduğu kanaatindeyim.	0,874			
7	Kendimi Türkiye’deki yerleşik kültürün bir parçası olarak hissediyorum.	0,865			
8	Bence Türkiye’deki yerleşik kültür zengin ve değerlidir.	0,829			
9	Kendi ülkem dışında başka bir yerde yaşasaydım bile, Türkiye’deki yerleşik kültüre bağlı kalmayı isterdim.	0,828			
10	Çocukların Türk (yöre) kültürünün değerlerini öğrenmelerinin çok önemli olduğuna inanıyorum	0,805			
11	Türkiye’deki yerleşik kültürün bütün yönlerine çok bağlıyım.	0,798			
12	Türkiye’deki aile yapısı değerlerinin edinilmesi arzu ederim.	0,782			
13	Türkiye’de yerleşik kültürdeki kutlama ve şenliklere katılmak benim için önemlidir.	0,746			0,327
14	Türkiye’deki yerleşik kültürde yer alan geleneksel günleri kutlamayı (anmayı) severim.	0,709			0,49
15	Her zaman Türkiye’deki bayramları kutlarım	0,709			0,44
16	Bir kişinin kendi kültüründen birisiyle evlenmesi çok daha uygundur.	0,599			

17	Türkiye'deki yerleşik kültüre ait müzikleri dinlemeyi severim.	0,546			
18	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) TV programları izlerim.		0,809		
19	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) dergiler/kitaplar okurum.		0,781		
20	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) filmler izlerim.		0,763		
21	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) gazeteler okurum.		0,754		
22	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) radyo programları dinlerim.		0,722		
23	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) internet sitelerinde gezinirim.		0,703		
24	İzlediğim favori TV programlarının birçoğu Türkçe olarak yayınlanmaktadır.	0,338	0,585		-0,313
25	Okuduğum kitap ve makalelerin birçoğu Türkçe'dir.		0,578		
26	Günlük konuşmalarımı genellikle Türkçe olarak yaparım.			0,796	
27	Ailem ve arkadaşarımla her zaman Türkçe konuşurum.			0,749	
28	Türkçe konuşurken kendimi çok rahat ve hoş hissederim.			0,712	
29	Düzenli olarak Türkçe konuşurum.			0,687	
30	Çok yakın olduğum arkadaşarımla birçoğu Türk'tür (yöre insanıdır).			0,375	0,622
31	Türk arkadaşarımla ile eğlenebileceğim ve huzur bulacağım yerlere gitmeyi severim.			0,355	0,61

Tablo 8'da 1 numaralı sütunda yer alan faktör yükleri “yerel gelenekler, alışkanlıklar, değerler ve yerel kültür ile tanımlanma ve onu sürdürme arzusu”, 2 numaralı sütunda yer alan faktör yükleri “yerel medya etkisi”, 3 numaralı sütunda yer alan faktör yükleri “yerel ülke dilini kullanma” ve 4 numaralı sütunda yer alan faktör yükleri “yerel kişiler arası ilişkiler” değişkenlerine aittir.

Etnik kimlik ölçeğinin Cronbach's Alfa güvenilirlik katsayısı 0,95 olarak hesaplanmıştır. Etnik kimlik ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 9 ile Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 9: Etnik Kimlik Güvenirlik Testi

Cronbach's Alpha	N
0,954	31

Tablo 10: Etnik Kimlik Ölçeğinin Madde Güvenirlik Analizi Sonuçları

	Maddeler	Madde Toplam Korelasyonu	Cronbach's Alpha (Madde Silinirse)
1	Düzenli olarak Türkçe konuşurum.	0,209	0,955
2	İzlediğim favori TV programlarının birçoğu Türkçe olarak yayınlanmaktadır.	0,508	0,953
3	Türkçe konuşurken kendimi çok rahat ve hoş hissederim.	0,424	0,954
4	Günlük konuşmalarımı genellikle Türkçe olarak yaparım.	0,270	0,954
5	Ailem ve arkadaşarımla her zaman Türkçe konuşurum.	0,366	0,954
6	Okuduğum kitap ve makalelerin birçoğu Türkçe'dir.	0,376	0,954
7	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) filmler izlerim.	0,523	0,953
8	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) gazeteler okurum.	0,482	0,954

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

9	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) TV programları izlerim.	0,592	0,953
10	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) dergiler/kitaplar okurum.	0,430	0,954
11	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) radyo programları dinlerim.	0,520	0,953
12	Her zaman Türkçe (veya diğer yerel dillerde) internet sitelerinde gezinirim.	0,377	0,954
13	Çok yakın olduğum arkadaşlarımın birçoğu Türk'tür (yöre insanıdır).	0,403	0,954
14	Türk arkadaşlarım ile eğlenebileceğim ve huzur bulacağım yerlere gitmeyi severim.	0,438	0,954
15	Türkiye'deki yerleşik kültürün bütün yönlerine çok bağlıyım.	0,771	0,951
16	Türkiye'deki yerleşik kültür ile özdeşleşmekten çok büyük bir gurur duyuyorum.	0,828	0,951
17	Türkiye'deki yerleşik kültür yaşamımda çok olumlu bir etkiye sahiptir.	0,818	0,951
18	Türkiye'deki yerleşik kültürde kendimi çok rahat hissediyorum.	0,826	0,951
19	Bence Türkiye'deki yerleşik kültür zengin ve değerlidir.	0,759	0,951
20	Kendimi Türkiye'deki yerleşik kültürün bir parçası olarak hissediyorum.	0,814	0,951
21	Türkiye'deki yerleşik kültürü devam ettirmenin çok önemli olduğu kanaatindeyim.	0,830	0,951
22	Çocukların Türk (yöre) kültürünün değerlerini öğrenmelerinin çok önemli olduğuna inanıyorum	0,785	0,951
23	Türkiye'deki yerleşik kültüre yakın kalmak benim için çok önemlidir.	0,851	0,950
24	Diğer kültürlere yabancılaşmaktan çekmeyeceğime inanmama rağmen, Türkiye'deki yerleşik kültüre bağlı kalmak benim için önemlidir.	0,837	0,950
25	Kendi ülkem dışında başka bir yerde yaşasaydım bile, Türkiye'deki yerleşik kültüre bağlı kalmayı isterdim.	0,781	0,951
26	Her zaman Türkiye'deki bayramları kutlarım	0,669	0,952
27	Türkiye'deki yerleşik kültürde yer alan geleneksel günleri kutlamayı (anmayı)	0,662	0,952
28	Türkiye'deki yerleşik kültüre ait müzikleri dinlemeyi severim.	0,601	0,953
29	Türkiye'de yerleşik kültürdeki kutlama ve şenliklere katılmak benim için	0,694	0,952
30	Türkiye'deki aile yapısı değerlerinin edinilmesi arzu ederim.	0,731	0,951
31	Bir kişinin kendi kültüründen birisiyle evlenmesi çok daha uygundur.	0,609	0,953

Bu analiz sonuçları çerçevesinde daha sonraki analizlerde kullanılacak etnik kimlik ölçeğinin güvenilir ve geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

4. KOZMOPOLİTLİK VE ETNİK KİMLİK KÜMELEME ANALİZİ 4 'LÜ KÜME ANALİZİ

Bu çalışmada, küresel tüketici kültürü alt boyutu olan KTK1: kozmopolitlik ile EK: etnik kimlik ölçeğine göre sınıflandırma yapmak için Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analizlerinden, K-Ortalama Kümeleme Analizi yapılmıştır. Bu analiz tekniğinin seçilmesinin nedeni gözlem sayısının 200'den fazla olmasıdır. Sınıflandırmada ise daha önce Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan sınıflandırma temel alınmış ve dört kümeleme yapılmıştır. Değişkenler de aynı çalışmadan hareketle seçilmiştir.

Bu analizde araştırmaya katılan 406 kişinin hangi kümede yer alacakları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle kullanılan değişkenlerin kümeleme analizi için anlamlı ayırıcı olup olmadıkları test edilmiş ve her bir değişkenin anlamlı ayırıcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0.05$).

Kümeleme analizinde 1. kümede 28 kişi, 2. kümede 146, üçüncü kümede ise 157 ve dördüncü kümede 75 kişi yer almaktadır.

Tablo 11’de yer alan değerlere göre, birinci kümede yer alan kişiler, diğer kümede yer alan kişilere göre en yüksek kozmopolitlik değerine sahiptir. Bu kümenin etnik kimlik değeri ise üçüncü ve dördüncü kümeye göre düşüktür.

Tablo 11: Kümelerin Ayırt Edici Özellikleri

	Kümeler			
	1	2	3	4
Zscore(KTK1)	0,56066	0,30777	0,40118	-1,64824
Zscore(EK)	-2,26129	-0,66478	0,70366	0,66533

İkinci kümede yer kişiler ise düşük etnik kimlik oranına sahipken, kozmopolitlik oranı birinci ve üçüncü kümede yer alan kişilere göre düşük ancak dördüncü kümede yer alan kişilere göre daha yüksek bir orana sahiptir. Üçüncü kümede yer alan kişiler ise en yüksek etnik kimlik oranına sahiptir. Bu kümedeki kişilerin kozmopolitlik oranı ikinci ve dördüncü kümede yer alan kişilere göre yüksek olup birinci kümede yer alan kişilere göre düşüktür. Dördüncü kümede yer alan kişiler ise en düşük kozmopolitlik oranına sahipken etnik kimlik oranı üçüncü kümede yer alan kişilerden düşük ancak birinci ve ikinci kümede yer alan kişilerden yüksektir.

Tablo 12’de ise her bir kümenin değişkenlerinin ortalama, ortanca değerleri yer almaktadır.

Tablo 12: Kümelerin Kozmopolitlik ve Etnik Kimlik Ortanca ve Ortalama Değerleri

Kümeler		KTK1	EK
1. Küme	<i>Ortalama</i>	6,2768	3,8762
	<i>Ortanca</i>	6,5625	3,9881
	<i>N</i>	28	28
2. Küme	<i>Ortalama</i>	5,9692	5,2571
	<i>Ortanca</i>	6,0000	5,2050
	<i>N</i>	146	146
3. Küme	<i>Ortalama</i>	6,0828	6,4407
	<i>Ortanca</i>	6,1250	6,4522
	<i>N</i>	157	157
4. Küme	<i>Ortalama</i>	3,5900	6,4075
	<i>Ortanca</i>	3,8750	6,5570
	<i>N</i>	75	75
TOTAL	<i>Ortalama</i>	5,5948	5,8321
	<i>Ortanca</i>	5,8750	5,9301
	<i>N</i>	406	406

Bu dört kümede yer alan kişilerin demografik özellikleri ise Tablo 12’de almaktadır. Ayrıca Tablo 13’te demografik değişkenler açısından kümeler arası farklılıkları test etmek için ki-kare testleri ve etki gücünü gösteren Cramer’s V testi sonuçları da yer almaktadır. Tablo 13’de görüldüğü üzere cinsiyet değişkeni ile kümeler arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür.

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

Yani kümeleri ayırt etmede cinsiyet değişkeninin anlamlı bir etkisi yoktur. Dolayısıyla değişkenlerin etki gücünü gösteren Cramer's V testi sonucu da oldukça düşük ve anlamsız çıkmıştır.

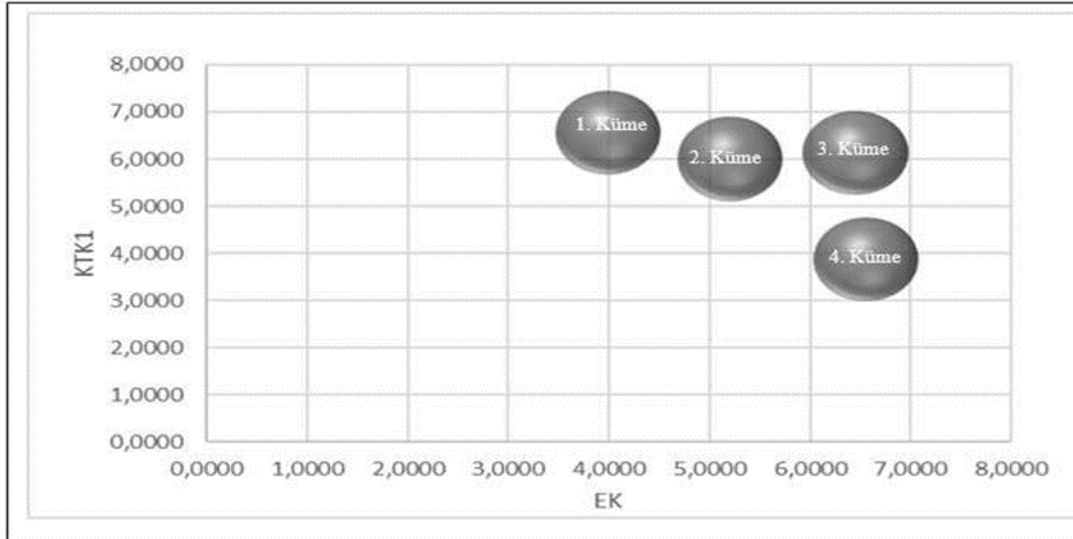
Diğer demografik özellikleri ifade eden değişkenler ile kümeler arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yapılan ki-kare ilişki sonuçlarında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifade ile diğer demografik değişkenler kümeleri ayırt etmede anlamlı bir ilişkiye ya da etkiye sahiptir. Kümeler ile demografik değişkenler arasındaki ilişki gücünü gösteren Cramer's V testine göre kümeleri ayırt etmede en yüksek ilişki gücü meslek değişkenine ait olarak, en düşük ilişki gücü ise medeni durum değişkenine ait olarak bulunmuştur.

Tablo 13: Dört Farklı Kümenin Demografik Özellikleri

		Kümeler				Toplam	Chi-Square (p)	Cramer's V (p)
		1	2	3	4			
Cinsiyet	ERKEK	15	77	60	31	183	7,688	0,138
	KADIN	13	69	97	44	223	(0,053)	(0,053)
	Toplam	28	146	157	75	406		
Medeni Durum	EVLİ	8	71	90	48	217	12,631	0,176
	BEKAR	20	75	67	27	189	(0,006)	(0,006)
	Toplam	28	146	157	75	406		
Eğitim Düzeyi	İLK ÖĞRETİM	0	2	3	13	18	70,130	0,240
	ORTA ÖĞRETİM	1	2	2	4	9	(0,000)	(0,000)
	ÖN LİSANS	3	3	12	7	25		
	LİSE	2	17	24	13	56		
	LİSANS	11	68	86	30	195		
	LİSANS ÜSTÜ	11	54	30	8	103		
Toplam	28	146	157	75	406			
Yaş	15-19	2	21	8	1	32	82,291	0,260
	20-24	1	14	11	9	35	(0,000)	(0,000)
	25-29	4	16	13	3	36		
	30-34	4	15	17	5	41		
	35-39	4	16	19	3	42		
	40-44	1	20	15	3	39		
	45-49	3	14	15	4	36		
	50-54	5	5	16	6	32		
	55-59	2	8	13	10	33		
	60-64	1	10	10	5	26		
	65-69	1	2	6	11	20		
70 VE ÜSTÜ	0	5	14	15	34			
Toplam	28	146	157	75	406			

	2325 TL VE ALTI	8	45	31	26	110	57,557	0,217
	2326-4000	6	18	44	27	95	(0,000)	(0,000)
Gelir Durumu	4001-6000	2	24	47	11	84		
	6001-8000	9	26	19	3	57		
	8001-10000	1	7	7	3	18		
	10000 TL VE ÜSTÜ	2	26	9	5	42		
	Toplam	28	146	157	75	406		
	EMEKLİ	6	14	33	29	82	142,577	0,342
	MEMUR	0	12	14	2	28	(0,000)	(0,000)
	İŞÇİ	1	1	0	4	6		
	EV HANIMI	0	4	9	9	22		
	ÖĞRENCİ	5	44	18	8	75		
Meslek	SERBEST MESLEK	2	11	1	5	19		
	ÖĞRETMEN	2	9	24	7	42		
	ESNAF/TÜCCAR	4	4	4	0	12		
	AKADEMİSYEN	4	25	5	2	36		
	ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI	2	11	39	2	54		
	DİĞER	2	11	10	7	30		
	Toplam	28	146	157	75	406		

Şekil 2’te dört ayrı kümenin kozmopolitlik ve etnik kimlik ortanca değerlerinin nerede kümелendiği gösterilmektedir.



Şekil 2: Dört Kümenin Kozmopolitlik ve Etnik Kimlik Ortanca Değerleri

Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) yapmış oldukları analiz çerçevesinde bu çalışmada marjinaler olarak adlandırılan kişiler kümesinin yer almadığı görülmektedir.

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

Dolayısıyla analize üç küme ile devam edilmesi uygun bulunmuştur. Bu çerçevede analiz, üç küme ile tekrar test edilecektir.

5. KOZMOPOLİTLİK VE ETNİK KİMLİK KÜMELEME ANALİZİ 3 ‘LÜ KÜME ANALİZİ

Bu analizde de bir önceki analizde olduğu gibi, küresel tüketici kültürü alt boyutu olan KTK1: kozmopolitlik ile EK: etnik kimlik ölçeğine göre sınıflandırma yapmak için Hiyerarşik Olmayan Kümeleme Analizlerinden, K-Ortalama Kümeleme Analizi yapılmıştır. Bu analiz tekniğinin seçilmesinin nedeni yukarıda da değinildiği üzere gözlem sayısının 200’den fazla olmasıdır. Sınıflandırmada ise yine Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan sınıflandırma temel alınmıştır. Ancak dörtlü küme ile yapılan analiz sonucuna göre dörtlü küme yapmanın mevcut veriler için uygun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çerçevede bu uygulamada üçlü küme yapılmasına karar verilmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin öncelikle kümeleme analizi için anlamlı ayırıcı olup olmadıkları test edilmiş ve her bir değişkenin anlamlı ayırıcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0.05$).

Kümeleme analizinde 1. kümede 184, 2. kümede 83, üçüncü kümede ise 139 kişi yer almaktadır.

Tablo 14: Kümelerin Ayırt Edici Özellikleri

	Kümeler			1	2	3
	1	2	3			
Zscore(KTK1)	0,36383	-1,56623	0,45362	ORTA	DÜŞÜK	YÜKSEK
Zscore(EK)	0,55558	0,61219	-1,10100	ORTA	YÜKSEK	DÜŞÜK

Tablo 14’e göre birinci kümede yer alan kişiler diğer iki kümenin ortasında kozmopolitlik ve etnik kimlik değerine sahiptir. İkinci kümede yer alan kişiler ise diğer kümede yer alan kişilere göre daha düşük kozmopolitlik düzeyine sahipken aynı zamanda daha yüksek etnik kimlik düzeyine sahip oldukları da görülmüştür. Üçüncü küme ise en yüksek kozmopolitlik düzeyine sahipken en düşük etnik kimlik düzeyine sahiptir.

Aşağıdaki Tablo 15’te ise her bir küme değişkenlerinin ortalama, ortanca değerleri yer almaktadır.

Tablo 15: Kümelerin Kozmopolitlik ve Etnik Kimlik Ortanca ve Ortalama Değerleri

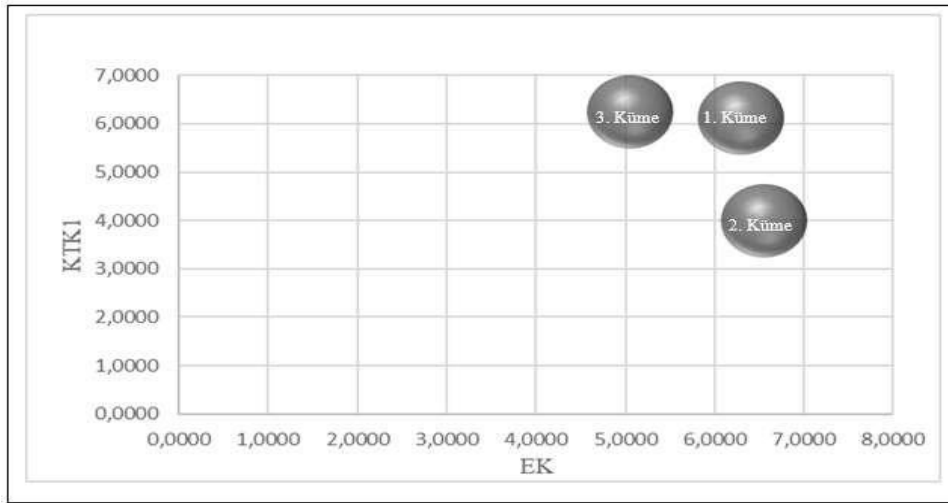
Kümeler		KTK1	EK
1. Küme	<i>Ortalama</i>	6,0374	6,3126
	<i>Ortanca</i>	6,1250	6,3015
	<i>N</i>	184	184
2. Küme	<i>Ortalama</i>	3,6898	6,3616
	<i>Ortanca</i>	4,0000	6,5570
	<i>N</i>	83	83

3. Küme	Ortalama	6,1466	4,8798
	Ortanca	6,2500	5,0551
	N	139	139
To ta l	Ortalama	5,5948	5,8321
	Ortanca	5,8750	5,9301
	N	406	406

Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) yapmış oldukları analiz çerçevesinde bu çalışmada ikinci kümede yer alan kişiler locals/yereller ya da etnik tutum sergileyen kişiler kümesini ifade etmektedir.

Birinci kümede yer alan kişiler ise Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011: 254) çalışmalarına göre glocals/küyereller kümesinde yer alan kişilerdir.

Üçüncü kümede yer alan kişiler ise transnationals/ uluslar üstü ya da uluslar ötesi kümesinde yer alan kişilerdir. Bu üç kümede yer alan kişilerin demografik özellikleri ise Tablo 16'de verilmiştir.



Şekil 3: Her Üç Kümenin Kozmopolitlik ve Etnik Kimlik Ortanca Değerleri

Tablo 16: Üç Farklı Kümenin Demografik Özellikleri

Kümelere					Cramer's V (p)
1 (Küyereller)	2 (Yereller)	3 (Uluslar Ötesi)	Toplam	Chi- Square (p)	

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

Cinsiyet	ERKEK	77	34	72	183	3,879	0,98
	KADIN	107	49	67	223	(0,144)	(0,144)
Toplam		184	83	139	406		
Medeni Durum	EVLİ	105	54	58	217	13,141	0,180
	BEKAR	79	29	81	189	(0,001)	(0,001)
Toplam		184	83	139	406		
Eğitim Düzeyi	İLK ÖĞRETİM	4	13	1	18	56,362	0,263
	ORTA ÖĞRETİM	2	4	3	9	(0,000)	(0,000)
	ÖN LİSANS	13	8	4	25		
	LİSE	25	16	15	56		
	LİSANS	95	34	66	195		
	LİSANS ÜSTÜ	45	8	50	103		
Toplam		184	83	139	406		
Yaş	15-19	10	3	19	32	72,794	0,299
	20-24	13	9	13	35	(0,000)	(0,000)
	25-29	13	4	19	36		
	30-34	21	5	15	41		
	35-39	19	4	19	42		
	40-44	18	4	17	39		
	45-49	19	5	12	36		
	50-54	19	6	7	32		
	55-59	17	11	5	33		
	60-64	11	5	10	26		
	65-69	7	11	2	20		
	70 VE ÜSTÜ	17	16	1	34		
Toplam		184	83	139	406		
Gelir Durumu	2325 TL VE ALTI	36	29	45	110	41,601	0,226
	2326-4000	45	29	21	95	(0,000)	(0,000)
	4001-6000	51	12	21	84		
	6001-8000	29	4	24	57		
	8001-10000	10	4	4	18		
	10000 TL VE ÜSTÜ	13	5	24	42		
Toplam		184	83	139	406		
Meslek	EMEKLİ	38	30	14	82	100,470	0,352
	MEMUR	18	2	8	28	(0,000)	(0,000)
	İŞÇİ	0	4	2	6		
	EV HANIMI	9	10	3	22		
	ÖĞRENCİ	23	10	42	75		
	SERBEST MESLEK	3	6	10	19		
	ÖĞRETMEN	24	8	10	42		

ESNAF/TÜCCAR	5	0	7	12
AKADEMİSYEN	13	2	21	36
ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANI	40	4	10	54
DİĞER	11	7	12	30
Toplam	184	83	139	406

Tablo 16’de demografik değişkenler açısından kümeler arası farklılıkların test etmek için ki-kare testleri ve etki gücünü gösteren Cramer’s V testi sonuçları yer almaktadır. Tablo 16’da görüldüğü üzere cinsiyet değişkeni ile kümeler arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Yani kümeleri ayırt etmede cinsiyet değişkeninin anlamlı bir etkisi yoktur. Dolayısıyla değişkenlerin etki gücünü gösteren Cramer’s V testi sonucunun da anlamsız olduğu görülmüştür.

Diğer demografik özellikleri ifade eden değişkenler ile kümeler arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan ki-kare ilişki sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani diğer demografik değişkenler, kümeleri ayırt etmede anlamlı bir ilişkiye ya da etkiye sahiptir. Kümeler ile demografik değişkenler arasındaki ilişki gücünü gösteren Cramer’s V testine göre kümeleri ayırt etmede en yüksek ilişki gücü meslek değişkenine ait olduğu görülmüştür. Bunu ise yaş değişkeni takip etmiştir. En düşük etki gücüne sahip değişken ise medeni durumdur.

Küyerel özellik sergileyen birinci kümede, 77’si erkek ve 107’si kadın olmak üzere 184 kişi vardır. Bu 184 kişinin 105’i evli olup 79’u bekdir. En çok evli kişilerin bulunduğu küme bu küme olup bekar sayısı diğer iki kümeye göre ortada yer almaktadır. Bu kümede yer alan kişilerin eğitim düzeyi incelendiğinde, kümede en çok lisans düzeyinde eğitime sahip olan kişilerin yer aldığı görülmektedir. Ayrıca diğer iki küme ile kıyaslandığında, bu kümede yer alan lisans eğitim düzeyine sahip kişi oranı daha fazladır. Yani lisans eğitim düzeyine sahip kişiler daha çok birinci kümede yoğunlaşmıştır. Birinci kümede lisans eğitim düzeyini, lisans üstü eğitim düzeyine sahip kişiler takip etmektedir. Lisans üstü eğitim düzeyine sahip kişilerin sayısının diğer kümeler ile kıyaslandığında, üçüncü kümeden az ancak ikinci kümeden de oldukça fazla olduğu görülmektedir. Lisans üstü eğitim düzeyine sahip kişilerin daha çok birinci ve üçüncü kümede yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak ikinci kümede oldukça az lisans üstü kişiler söz konusudur.

Küyereller kümesi olan birinci kümede yaş aralıkları incelendiğinde en çok 30-34 yaş grubunda olan kişiler olduğu görülmektedir. Bu yaş grubunu ise 35-39, 45-49 ve 50-54 yaş grubu takip etmektedir. Bu kümenin diğer bir özelliği ise 70 yaş ve üstü yaş grubunda olanların en çok yer aldığı küme olmasıdır. Ancak ikinci küme ile arasında sadece 1 kişi olduğunu da göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu grup için orta yaş grubunda yer alan kişilerin olduğunu söylenebilir.

Bu grupta yer alan kişiler, genellikle orta gelir grubunda yer alan kişilerdir. 2326-4000 TL, 4001-6000 TL, 6001-8000 TL ve son olarak 8001-10000 TL gelir grubunda yer alan kişilerin diğer kümelere göre daha çok olduğu görülmektedir. Özellikle 2326-4000 TL, 4001- 6000 TL gelir grubunda yer alan kişilerin bu kümede yoğunlaştığı söylenebilir.

Küyereller kümesinde yer alan meslek gruplarına bakıldığında en çok özel sektör çalışanı kişilerin olması dikkati çekmektedir. Diğer kümelerle kıyaslandığında özel sektör çalışanları bu kümede yoğunlaşmaktadır. Aynı şekilde öğretmen, memur ve emekli olan kişilerin diğer kümeler ile kıyaslandığında, bu kümede yoğunlaştığı söylenebilir.

İkinci küme ise locals/yereller kümesi ya da etnik tutum sergileyen kişilerin olduğu kümedir. Bu kümede yer alan kişilerin etnik kimlik değeri yüksek, kozmopolitlik değeri ise

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

düşüktür. Bu kümede 34'ü erkek ve 49'u kadın olmak üzere 83 kişi vardır. Bu 83 kişinin 54'ü evli ve 29'u ise bekaardır. Medeni durum değişkeninin küme oluşturmada anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Buradan hareketle bekar kişilerin daha az etnik kimliğe ait tutum ya da davranış sergilediği sonucuna ulaşılabilir. Zira araştırmaya katılan 189 bekar kişinin sadece 29'u bu kümede yer almıştır. Bekar kişilerin daha çok birinci ve üçüncü kümede yoğunlaştığı görülmektedir. Bu iki kümenin kozmopolitlik değeri daha yüksek olup etnik kimlik düzeyi ise daha düşüktür.

İkinci kümenin eğitim düzeyi değişkeni incelendiğinde, ilk öğretim düzeyinde eğitime sahip kişilerin, daha çok bu kümede yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Aynı şekilde orta öğretim düzeyinde eğitime sahip olan kişilerin de ikinci kümede, diğer kümelere göre fazla olduğu görülmektedir. Lisans ve özellikle lisans üstü eğitime sahip kişilerin diğer kümeler ile kıyaslandığında, bu kümede daha az yer aldığı dikkati çekmektedir.

İkinci kümede yer alan kişilerin yaş grupları incelendiğinde en çok 70 yaş ve üstü kişilerin bu kümede yer aldığı tespit edilmiştir. Bu kümede en az kişiye sahip yaş grubu ise 15-19 yaş grubudur. Birkaç istisna dışında bu kümede yaş arttıkça kişi sayısının da arttığı söylenebilir.

İkinci kümede yer alan kişiler daha çok alt gelir gruplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Gelir seviyesi arttıkça bu kümeye ait kişi sayısı azalmaktadır. Bu grupta yer alan kişilerin büyük bir oranı emeklidir. Toplam 82 emekli kişinin katıldığı bu çalışmada, bu kişilerin daha çok birinci ve ikinci kümede yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde ev hanımlarının da bu kümede yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Toplam 22 ev hanımının katıldığı çalışmada, 10 ev hanımı ikinci kümede yer almaktadır. İşçi olan kişilerin de bu kümede fazla olduğu görülmektedir.

Üçüncü küme ise transnationals/uluslar ötesi ya da birçok ulusun kültürünü benimseyen kişilerin olduğu kümedir. Bu kümede yer alan kişilerin kozmopolitlik değeri yüksek olup etnik kimlik değeri düşüktür. Bu kümede, 72'si erkek ve 67'si kadın olmak üzere 139 kişi yer almaktadır. Bu 139 kişinin 58'si evli, 81'si de bekaardır. Diğer kümeler ile kıyaslandığında bekar olan kişiler sayıca bu kümede daha fazladır. Araştırmaya katılan 189 bekar kişi, kozmopolitlik değeri nispeten daha yüksek olan birinci ve ikinci kümede yoğunlaşmaktadır. Bu kümede eğitim düzeyi arttıkça kişi sayısında da genel bir artış eğilimi olduğu söylenebilir. Lisans üstü eğitim düzeyine sahip kişilerin diğer iki küme ile kıyaslandığında bu küme de sayıca fazla oldukları görülmektedir.

Üçüncü kümede bulunan kişilerin yaş grupları incelendiğinde daha çok genç yaş grubunda yer alan kişilerden oluştuğu söylenebilir. 15-19 yaş grubunda yer alan kişiler daha çok bu kümede yoğunlaşmaktadır. 65 yaş ve üstü yaş grubunun kişi sayısı ise diğer kümelere göre oldukça azdır. Bu yaş grubunun sayısı kendi kümesi içinde de oldukça azdır.

Bu kümede yer alan kişilerin gelir durumu ele alındığında, kümede en çok 2325 TL ve altı gelir elde edenler vardır. Diğer gelir gruplarında ise hemen hemen benzer kişi sayısı (8001-10000 TL gelir grubu hariç) söz konusudur. 2325 TL ve altı gelir grubunda yer alan kişilerin bu kümede yüksek olmasının nedeni aynı zamanda bu kümede öğrenci olan kişilerin yoğun olmasıdır. Akademisyenlerin büyük bir çoğunluğu da bu kümededir. Emekli olan kişilerin sayısı diğer iki kümeye göre en az bu kümede yer almaktadır. Ev hanımlarının sayısı da diğer iki kümeye göre bu kümede daha azdır.

6. SONUÇ

Küreselleşme ile birlikte dünya çapında artan iletişim hâli, farklı kültürlerle sahip toplumları birçok açıdan etkilemiştir. Bazı araştırmacılar, bu etkilenme sonucunda dünyanın gittikçe homojenleşen bir kültürel yapıya evrildiğini savunmuştur. Bazı araştırmacılar ise küreselleşmenin homojenleşme yaratacağı fikrini, küreselleşmeye tek boyutlu bakmak olarak belirtmiştir. Aynı zamanda bu araştırmacılar küreselleşmenin, karmaşık yapısı nedeniyle, homojenleşme yerine içinde kültürel çeşitliliği barındıran toplumsal bir yapı oluşturacağını savunmuşlardır.

Bu çalışmada; küreselleşmenin nasıl bir kültür tipi yaratacağı sorusuna cevap aramak için, İzmir özelinde saha araştırması yapılmıştır. Araştırmanın analizi sonucunda, homojen bir toplumsal yapıdan ziyade heterojen bir toplumsal yapının söz konusu olduğu görülmüştür.

Analizde, araştırmaya katılan kişilerin üç farklı kültür tipini temsil eden kümede yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kümeler; küyereller, yereller ve uluslar ötesi kümeleridir. Araştırmaya katılanların daha çok küyereller kümesinde yer aldığı tespit edilmiştir.

Uluslar ötesi kümede yer alanlar kozmopolitlik değeri yüksek, buna karşılık etnik kimlik değeri ise daha düşük olan kişilerdir. Bu kümede yer alan kişilerin daha çok bekar ve eğitim düzeyi yüksek olan kişiler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca daha genç yaş grubunda yer alan kişilerin de bu kümede yoğunlaştığı anlaşılmıştır. Bu kümede yer alan kişilerin yaşlarının genç olması ve aynı zamanda büyük bir kısmının öğrenci olması; 2325 TL ve altı gelir elde edenlerin bu kümede yoğunlaşmasına neden olmuştur. Ayrıca eğitim düzeyi olarak yüksek grupta yer alan akademisyenler de bu grupta yoğunlaşmıştır.

Yereller kümesi incelendiğinde, uluslar ötesi küme ile zıt bir görüntü oluşturduğu anlaşılmıştır. Bu kümede yer alan kişiler uluslar ötesi kümenin aksine, düşük eğitim düzeyine sahiptir. Yaş olarak ise bu kümede ileri yaş gruplarında olan kişilerin sayıca fazla olduğu görülmüştür. Yine bu küme uluslar ötesi kümenin aksine, evli kişilerin yoğunlaştığı küme olmuştur. Gelir düzeyi olarak ise kümede daha çok alt gelir düzeyinde olanların yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun Cleveland, Papadopoulos ve Laroche (2011)'un çalışmalarında olduğu gibi küyereller kümesinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bu kümede yer alanların ise genellikle orta yaş ve orta gelir grubunda oldukları anlaşılmıştır. Çalışmaya katılan bekarların yüzde 42'si ve evlilerin yine yüzde 48'si bu kümede yoğunlaşmıştır. Ayrıca kümenin yaklaşık yüzde 76'sı lisans ve lisans üstü eğitime sahiptir.

Küreselleşme sonucu, küresel kültürün diğer kültürleri etkilemesi nedeniyle homojenleşen bir kültür yapısından bahsetmek, içinde bulunduğumuz dönem açısından mümkün görünmemektedir. Bu çalışmada yapılan analiz de bunu destekler niteliktedir. Ancak bu sonuç, küresel kültürün diğer kültürleri hiç etkilemediği anlamına gelmemelidir. İçinde bulunduğumuz dönem açısından küreselleşme sonucu daha ziyade farklı kültür tipleri ortaya çıkmıştır. Belki de bu durum, homojenleşmiş kültür tipinin ön aşamasıdır. Yani içinde bulunduğumuz çeşitlilik ya da karmaşıklık hali, düzen için gerekli olan bir ön durumdur. Sonuç olarak içinde bulunduğumuz dönem açısından bir düzenin -homojen bir yapının- olduğundan bahsetmek hatalı olacaktır. Yaşadığımız şehirlerde bile kümelenmelerin olduğu günümüz yapısının kültürel çeşitlilik sergilemesi beklenen bir sonuçtur.

KÜRESELLEŞMENİN KÜLTÜR ÜZERİNE ETKİSİ

KAYNAKÇA

- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*, A. Yılmaz (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, Acculturation and Adaption. *Applied Psychology: An International Review*, 46, 5-68.
- Berry, J. W., Phinney, J. S., Sam, D. L., & Vedder, P. (2006). Immigrant Youth: Acculturation, Identity, and Adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 55(3), 303- 332.
- Berry, J. W. (2008). Globalisation and Acculturation. *International Journal of Intercultural Relations*, 32, 328-336.
- Cleveland, M. (2006). *The Local, the Global, and the Creole: Ethnic Identification, Acculturation to Global Consumer Culture, and Consumptionscapes* [Unpublished Doctoral Dissertation]. Concordia University The John Molson School of Business.
- Cleveland, M., & Laroche, M. (2007). Acculturaton to the Global Consumer Culture: Scale Development and Rearch Paradigm. *Journal of Business Research*, 60, 249-259.
- Cleveland, M., Papadopoulos, N., & Laroche, M. (2011). Identity, Demographics, and Consumer Behaviours: International Market Segmentation Across Product Categories. *International Marketing Review*, 28(3), 244-266.
- Cleveland, M., Laroche, M., & Hallab, R. (2013). Globalization, Culture, Religion, and Values: Comparing Consumption Patterns of Lebanese Muslims and Christians. *Journal of Business Research*, 66, 958-967.
- Dursun, P. (2021). *Küreselleşmenin Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi: İzmir Örneği*, [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Featherstone, M. (1995). *Introducing: Globalizing Cultural Complexity*, M. Featherston (Ed.). Undoing Culture Globalization, Postmodernism and Identity. Sage Publications.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, M. Küçük (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M., & Lash, S. (1995). *Globalization, Modernity and the Spatialization of Social Theory: An Introduction*, M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (Eds.). Global Modernities. Sage Publications.
- Ger, G., & Belk, R. W. (1996). Cross-Cultural Differences in Materialism. *Journal Of Economic Psychology*, 17, 55-77.
- Hallab, R. (2009). *Acculturation to the Global Consumer Culture and Ethnic Identity: An Emprical Study in Lebanon*, [Unpublished Master's Thesis]. Concordia University.
- Hannerz, U. (1990). Cosmopolitans and Locals in World Culture. *Theory, Culture and Society*, 7, 237-251.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*, N. Plümer, & A. Gölcü (Çev.). Nirengi Kitap.
- Keser, E. (2015). *Küresel Tüketici Kültürü ve Etnik Kimliğin Ürün Gruplarına Göre Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi: Türkiye Uygulaması*, [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Naghavi, P. (2011). *Acculturation to the Global Consumer Culture and Ethnic Identity: An Empirical Study in Iran*, [Unpublished Master's Thesis]. Concordia University.
- Pieterse, J. N. (1995). *Globalization as Hybridization-Global Modernities*. M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson. Sage Publications.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Ş. S. Kaya (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Ritzer, G. (2011). *Toplumun McDonalddlaştırılması*, Ş. S. Kaya (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Robertson, R. (1995). *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity-Global Modernities*, M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.). Sage Publications.
- Sobol, K. (2008). *The 'Global Consumer Culture': An Empirical Study in the Netherlands*, [Unpublished Master's Thesis]. Concordia University.
- Tomlinson, J. (2004). *Küreselleşme ve Kültür*, A. Eker (Çev.). Ayrıntı Yayınları.

EXTENDED ABSTRACT

People living in different parts of the world have started to communicate more than ever with each other with help of the advancement of technological field. The information exchanges between peoples and societies have increased through the developments in the mass media. Some refer to this increasingly complex state of impact or interconnectedness as globalization. Although there is no consensus on the definition of globalization. It can be that globalization in general causes people living in different places can affect each other. There is also no consensus on how this mutual impact resulting from globalization affects the cultures of societies. Some researchers argue that a global culture will emerge as a result of globalization. According to these researchers, this newly-emerging global culture can bring homogenization. It's believed that the global culture here is the culture that leads countries to globalization. According to this view, it's claiming that a homogeneous cultural structure will be established across the world as a result, the fact that global cultural influences and transforms the cultures of other countries. Other researchers argue that a heterogeneous cultural structure has been emerging as a result of globalization. These researchers state that mentioning a cultural system homogenized as a result. The confrontation of global culture with other cultures would mean dealing with the culture incompletely and simply. Culture is a complex phenomenon consisting of many different dynamics. Thus according to these researchers, it would be more accurate to accept that instead of a single type of culture, various cultures emerge due to globalization. In this context, some researchers who stand for cultural diversity put forward that cultures will turn into a hybrid structure over time. Others speak of a more global culture type, claiming that more than one cultural diversity is more likely to occur during the same period. It has been inspected that globalization caused additional cultural diversity. The analyzes were put together within the framework of these discussions in the literature.

The study aims to test the effects of globalization on culture within the framework of the discussions and analyses in the literature mentioned earlier. The data has collected by conducting field research in Izmir in 2020. In the study, the cosmopolitanism and the ethnic identity scales are included based on the analyzes carried out in the literature. In addition, questions regarding the demographic information take place in the study. The sample of this study consists of the volunteers and people over the age of 15 living in İzmir. The sample size is formed based on the population pyramid of Izmir province in TUIK (Turkish Statistical Institute). Meaning the sample is collected in proportion to the share of each age group. The number of people who answer the questions about the scales used in the research is 406.

The factor structure of all items of each of the data collection tool was analyzed by exploratory factor analysis in SPSS. In these analyses, Principal Component Analysis and Varimax rotation technique are used. The suitability of the data obtained in the study for factor analysis is defined by the Kaise-Meyer-Olkin (KMO) coefficient and Bartlett's test values.

The cosmopolitanism and the ethnic identity scales are on a 7-point scale. The KMO value for both scales was acceptable, the Bartlett's test result was also significant. In conclusion, the cosmopolitan scale was under one factor, and the ethnic identity scale was under four. As a result of the Cronbach's Alpha test, both scales were reliable and suitable for the subsequent analysis. And then clustering analysis is carried out to determine the effects of globalization on culture.

To categorize according to cosmopolitanism and ethnic identity scale, K-Mean Cluster Analysis, one of the Non-Hierarchical Cluster Analyzes, is carried out. The reason for choosing this analysis technique is that the number of observations is more than 200. First, It was important

to test whether the variables used are significant discriminators for cluster analysis. It was concluded that each variable was a significant discriminant ($p < 0.05$).

As a result of the cluster analysis, the participants were gathered in three different clusters in İzmir specifically. These clusters represent (1) the locals with a high level of ethnic identity but a low level of cosmopolitanism. (2) The transnationals have a low level of ethnic identity and high status of cosmopolitanism. (3) The globals with high levels of ethnic identity and cosmopolitanism. Within the framework of this analysis, there was no cluster of marginals with low levels of both ethnic identity and cosmopolitanism. It was underlined that the participants primarily concentrated on glocal cluster among these three clusters.

By examining the glocals, it was discovered that mainly married people (51% of the individuals) were in this group. After the academic status of participants was analyzed, approximately 52% (184 people) in this cluster of glocals were at the undergraduate level. As for the age group, it was striking to see a concentration in the middle age group within this cluster. A similar situation is valid for the income level as well. The private sector employees made up the majority, while the workers made up the minority of this cluster.

When the cluster of locals was considered, only 15 percent of the single people participating in the study were in this cluster. When the education level was examined, approximately 72 percent of the people receiving education on primary level were concentrated in this cluster. About 44 percent of those who had secondary education were in this cluster. On the other hand, about 8 percent of people with a postgraduate education level and about 17 percent of people with a bachelor's degree were in this cluster. From this point of view, the people participating in the study are less concentrated in this cluster as the education level increases. Another notable point was that approximately 33 percent of the people in the cluster were 65 years and older. People between the ages of 15 and 19 made up about 4 percent of this cluster. People aged 29 and under represented only 19 percent of this cluster. By examining the income level for this study, there were people from lower-income groups mostly in this cluster. About 46 percent of housewives, 67 percent of workers and about 37 percent of retirees became a part of this cluster. On the other hand, only about 6 percent of academics, 7 percent of officers and private sector employees, and 13 percent of students were in this cluster.

In the last cluster, namely the transnational cluster, approximately 43 percent of singles were found to be concentrated in this cluster. It is noteworthy that as education increases in this cluster, the number of people also increases. About 84 percent of the people had undergraduate or higher education. Another characteristic of this cluster is that people aged 29 and under were more concentrated compared to the other clusters. In particular, approximately 59 of those aged between 15 and 19 were in this cluster. The individuals in this age group were primarily students; it was an expected outcome these individuals earned 2325 TL or less concentrated in this cluster. About 56 percent of the students were in this cluster. In addition, roughly 58 percent of the academics were in this cluster. Surprisingly, housewives and retirees were more undersized in this cluster compared to the others.

According to the results of the study, it is seen that the globalization gives rise to a heterogeneous culture type that consists of different cultures instead of a homogeneous culture. However, this result does not mean that global culture does not have an impact upon other cultures with the effect of the globalization. Rather, it means that as a result of this impact, a homogeneous culture has not been formed concerning the period we live in.