

PAPER DETAILS

TITLE: KÜRESELLESME VE İLETİSİMİN MİLLÎ KÜLTÜRLERE ETKİLERİ

AUTHORS: Haluk ÖLÇEKÇİ

PAGES: 79-97

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2190902>

KÜRESELLEŞME VE İLETİŞİMİN MİLLÎ KÜLTÜRLERE ETKİLERİ

Effects of Globalization and Communication on National Cultures

Haluk ÖLÇEKÇİ*

Gazi Türkiyat, Bahar 2020/26: 79-97, DOI: 10.34189/gtd.26.005

Öz: Bilgi teknolojileri ve iletişim araçlarındaki hızlı değişim, toplumların hayatları üzerindeki etkisini dünya çapında artırmaktadır. İnternet ve sosyal medya uygulamaları sayesinde farklı kültürel formlar tarihte hiç olmadığı ölçüde, hızda ve serbestlikte dünyayı dolaşmaktadır. Genellikle ekonomik bir olgu olarak kabul edilen küreselleşmenin insanlar için gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçasına dönüşmesi bu sayede gerçekleşmektedir.

Küreselleşme olgusunun önemli etki alanlarının başında gelen sosyal ve kültürel hayat, iletişim teknolojilerini ve bilgiyi tekelleştiren uluslararası ekonomi çevrelerinin kontrolü altındadır. Küreselleşme ulus devletlerin tarih, kültür ve ülkü birliğine dayalı millî kimlikleri yerine; sınırları olmayan bir dünya, tek tip bir kültür ve tüketim topluluğu yaratmayı amaçlamaktadır.

İletişim çağının kaçınılmaz bir süreci olan kültürel etkileşim olumlu ya da olumsuz etkileriyle daima gündemde olacaktır. Bu etkileşimi toplumsal bir dönüşüm fırsatına çevirmek ya da kültürel manada tüketim toplumu olarak bir başka kültürün parçası hâline gelmek seçenekler arasındadır. Kültürel etkileşim doğru yönlendirildiğinde toplumları zenginleştirirken, bilinçsiz kullanımda yok edici bir güç olarak işlev görmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültürlerarası Etkileşim, Popüler Kültür, Küresel Kültür, Kültürel Emperyalizm, Modernleşme, İletişim Teknolojileri.

Abstract: The rapid change in information technologies and communication tools increases the impact on society's lives worldwide. Through the Internet and social media applications, different cultural forms are able to travel the world at higher speed, freedom, and scale than ever before. In this way, globalization, which is generally considered an economic phenomenon, becomes an indispensable part of daily life for people. Social and cultural life, which is one of the most critical areas of influence of globalization, is under the control of international economic circles which monopolize communication technologies and information. Globalization aims to create a world without borders, a uniform culture, and consumption society instead of national identities of nation-states based on the unity of history, culture, and idealism. Cultural interaction, which is an inevitable process of the communication age, will always be on the agenda with its positive or negative effects. It is an option to turn this interaction into a social transformation opportunity or to become part of another culture as a consumer society in the cultural sense. While cultural interaction enriches societies when directed correctly, it functions as a destructive force in unconscious use.

Keywords: Intercultural Interaction, Popular Culture, Global Culture, Cultural Imperialism, Modernization, Communication Technologies.

* Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara/TÜRKİYE, haluk.olcekci@hbu.edu.tr, 
<https://orcid.org/0000-0001-5571-907X>, Gönderim tarihi: 30.01.2020/ Kabul tarihi: 01.05.2020.

GİRİŞ

İletişim ve bilgi teknolojilerindeki olağanüstü değişim ve gelişimin sonucu olan küreselleşme ve beraberinde getirdiği değerler silsilesinin birbirlerinden farklı kültürlere sahip ülkelerin toplumsal yapılarını etkilediği ve tek tipleştirdiği iddialarının yükseldiği bir çağa şahitlik ediyoruz. 20. yüzyılın ortalarından itibaren ekonomik ve sosyal gelişmelerin yanı sıra bilhassa teknolojik gelişmelerin toplumların yaşam tarzları ve kültürel kimlikleri üzerinde belirgin etkileri dikkat çekmektedir. Kültürlerarası etkileşim olarak niteleyebileceğimiz ve modernleşme süreciyle işlemeye başlayan bu değişim ve dönüşüm bilhassa teknolojik gelişmelerin etkisiyle sistemli bir şekilde kültürel dayatma içermeye başlamıştır. Daha çok küreselleşmenin kültür üzerindeki etkisine bağlanan bu değişimde genel anlamda Batının ama özellikle Amerika'nın kültürel alışkanlıklarının yerleşiyor olması (Hall 1998: 39-45), dünya kültür zenginliği açısından önemli tehditler barındırmaktadır.

Yüklenildiği anlam itibarıyla küreselleşme karşıtı bir kavram olan kültür, kapsam olarak topluluğun bütün sosyal davranışları ve teknik kuruluşlarını kapsayacak genişliktedir. Kültürü farklı yaşam biçimlerini anlatabilmek için kullanan Alman dil felsefecisi Herder'in tekil bir anlama ve tek bir çizgiye sahip uygarlıkla kültürü ayırdığını görüyoruz (Williams 1993: 8-9). Kültür karakter bakımından daha özel iken, uygarlığın karşılık geldiği yer milletlerarası ortak değerler seviyesine yükselen genel bir anlayış, davranış ve yaşama vasıtalarının bütünüdür (Kafesoğlu 1983: 16). Kültür kavramına ilk defa Türkçe bir karşılık olarak 'hars' kavramını kullanan Gökalp de uygarlığı uluslararası, kültürü ulusal bir kategoriye yerleştirdiği tasnifinde, uygarlığın aşırı yükselmesini toplum için olumlu değerlendirmemektedir (Gökalp 1968: 38). Uygarlığın kaynağını hars da bulan Gökalp, kendi kültürünü yükselten bir milletin uygarlığa katkıda bulunacağına işaret etmektedir. Ona göre uygarlık insanlara araçları, kültür ise amaçları verir. Milletleri yükselten ise kültürle uygarlığın uyumlu kaynaşmasına bağlıdır. Uygarlık millî kültürle aşılana uyumlu hâle getirilmelidir (Gökalp 1976: 29-42). Aksi durumda her türlü yabancı zevklerin temel zevk hâline dönüştürülmesi yabancı hayranlığına (exotisme) götürecektir ve bu durum da toplumsal açıdan patolojik olacaktır.

Uygarlığın aşırı gelişmesinin kültürü bozacağı tezi ve kültür-uygarlık zıtlığı, terminolojideki değişikliklerle birlikte günümüz enformasyon çağında kitle iletişim araçları ve sosyal medyanın dayattığı kültürel hegemonyayla karşımıza çıkmaktadır. 19. yüzyılın sonlarından itibaren hegemonik bir görünüm kazanan uygarlık, 21. yüzyılda yeni görünüm, metotlar ve etkileriyle dünyadaki kültürel zenginliği tek tipleştirmenin bir aracı olarak işlevselliğini sürdürmektedir. Küreselleşmeyi eleştirel bir gözle değerlendiren ve onu emperyalizmin yeni yüzü olarak tanımlayan çalışmalarda, küreselleşmenin son evresinde devreye giren iletişim araçlarının kültürel boyuttaki yerinin altı çizilmektedir (Robertson 1999: 99). Medyanın

küreselleşme sürecinde etkin bir rol aldığını ileri süren bu bakış, yabancı bir kültürün değer ve alışkanlıklarını yaymak ve yüceltmek amacıyla medyanın kullanılmasını ve medya ürünleri bombardımanı ile ulusal-yerel kültürlerin yok edilmesini kültürel emperyalizm olarak tanımlamaktadır (Tomlinson 1997: 134). Medyayı 'Batılı', 'Hristiyan', 'emperyalist', 'yoz' değerlerin taşıyıcısı olarak değerlendiren çevreler olduğu gibi, kimileri içinse medya kendi dışına açılmanın faydalı bir failidir (Ahuska 1995: 6-8).

MEDYATİK BİR KURGU: KÜRESEL KÖY

Bir kavram olarak küreselleşmeyi ilk kez Marshall McLuhan (1962) Gutenberg Galaxy kitabında kullanmıştır. Baskı makinesinden başlayarak gazeteler, radyo ve bilhassa televizyon gibi iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini inceleyen McLuhan, bu araçların dünya genelinde kültürü yaygınlaştırdığı tespitini yapmaktadır. Teknolojik bir determinizmle "Araç mesajdır" tezini ileri süren McLuhan, verilmek istenen mesajın araçla şekillendiğini, aracın niteliğinin mesajın niteliğini belirleyeceğini değerlendirmektedir. İletişim araçlarının kullanımının artacağı öngörüsünde bulunan McLuhan'a göre, böylelikle dünya giderek ulaşılması kolay bir alan hâline gelmekte ve daha da küçülmektedir. Medyanın küreselleşme sürecindeki rolünü içerikten daha çok aracın etkisiyle ilişkilendiren McLuhan'ın, dünyayı yoğun ilişkiler ağına sahip "küresel köy" (global village) olarak tasviri dikkat çekicidir. Dünyanın farklı yerlerinde yaşanacak olaylardan bambaşka bölgelerdeki insanların eşzamanlı bir şekilde haberlerinin olması mümkün olduğunda, olayın etki alanı genişleyerek küresel boyuta varacaktır. Zaman ve mekân kavramının eski dar kalıplarından uzaklaşarak aynı anda yapılan iş ve ulaşılan mesafelerdeki devrimsel artışa yol açması, insanları küresel ölçekte pek çok düzlemde bir araya getirmiştir. Her türlü ideolojiyi ve olayı aşan bir güce dönüşen küreselleşmenin modernleşiren yüzü askeri, ekonomik, siyasi, coğrafi ve kültürel bütün alanları kapsayan olağanüstü bir organizasyonun kendisi hâline gelmiştir. Böylelikle küreselleşme teknoloji aracılığıyla insanların birbirlerine ekonomik ve sosyo-kültürel bağımlılığını kaçınılmaz hâle getirmiştir.

McLuhan dünyanın tek bir köye dönüşümünden söz ederken, farklı gelişme düzeyindeki toplumların ve değişik toplumsal sınıfların aralarındaki ilişkilerden hiç söz etmemesi eleştiri konusu olmuştur (Oskay 2000: 218). Teknolojinin toplumsal değişimi etkileyeceği ve bu etkinin ne gibi sonuçlar doğuracağı göz ardı edilmiştir. Teknolojik modernleşmeyi önemli bir mesele olarak ele alan Güngör de (1986: 18), bu değişimin doğuracağı sosyal sonuçları planlamanın veya istenilen yola sokmanın daha karmaşık bir mesele olduğunu düşünmektedir. Modern medeniyet Batı ülkelerinde geliştiğinden, bu medeniyete sonradan katılmak isteyen ülkeler için örnek oluşturmakta ve bu nedenle kalkınma, modernleşme, Batılılaşma gibi kavramlar sıklıkla benzer anlamda kullanılmaktadır. Oysa 'Batı' ile 'Medeniyet' aynı değildir

(Güngör 1987: 118). Dolayısıyla Batı'da olan her şeyin Batılılaşma veya modernleşme adına aynen alınması bir gereklilik olmamalıdır. Değişimde pasif alıcı değil, aldığına biçim veren ve ihtiyacı olanı alan aktif alıcılık uygulanmalıdır (Turhan 1987: 24). Kültürün tek bir modeli örnek alması tek tipleşmeye fırsat vermekte, milli kültürleri zayıflatmaya ve düşünce biçimlerini bir örnek hâline getirmeye yol açmaktadır. Toplumların birbirlerini anlamalarının ve uyum sağlamalarının yolu olarak bir merkezden pompalanan tek tipleştirme amaçlı önerilere itaat pompalanmaktadır. Oysa bu öneriye itaatin doğal sonucu olarak, kültürel bağımlılık kaçınılmaz olmaktadır.

Devletler ve toplumlar arasındaki iktisadi, siyasal ve sosyo-kültürel ilişkileri ve karşılıklı bağımlılığı artıran bu süreci küreselleşme olarak tanımlamak mümkündür. Küreselleşmeyle öncelikle teknolojinin yönleşmesi, uluslararasılaşması ve açık bir ticaret sisteminin kast edildiği anlaşılmaktadır. Entegrasyonu sağlayan temel faktörler iletişim ağı ve bilgi teknolojileridir. Ancak bu kavrama sadece teknoloji çerçevesinde yaklaşmak eksik ve hatalı olacaktır. Küreselleşmeyle kültür arasındaki akışkanlığı formüle eden Appadurai (2007: 238-241), ilişkide beş temel boyut olarak "etnik" (ethnoscape), "teknoloji" (technoscape), "medya" (mediascape), "finans" (finanscape) ve "ideolojik" (ideoscape) alanları görmektedir. Bu anlamda küresel kültürel akış karmaşık bir yapıya ve boyuta sahiptir.

Son derece dinamik ve karmaşık süreçleri ve ilişkileri içeren sosyal, kültürel, politik ve ekonomik dönüşümleri kapsayan küreselleşmenin tanımı üzerinde uzlaşmadan söz etmek güç olsa da, bu durum küreselleşmenin sıklıkla telaffuz edilen bir kavrama dönüşmesini, hakkında sorular sorulmasını engellememiştir (Jones 2010: 2). Küreselleşmeye mutlu ve refaha dayalı bir gelecek tasavvuruyla yaklaşan iyimserler olduğu gibi, yerel ve ulusal kimlikleri aşındırıcı, topluluk ruhunu yıkıcı etkileriyle birlikte anan karamsar yaklaşımlar da mevcuttur. Küreselleşmeyi insanlığın ulaştığı en ileri ekonomik ve kültürel aşama olarak değerlendirerek olumlayan bakışa göre, bu süreç modernleşme projesinin bir parçasıdır. Küreselleşmeci ve neoliberal bu yaklaşım; sermaye, iş fırsatı, politik özgürlük gibi fırsatlar yarattığı iddiasıyla küreselleşmeyi olumlu bulmaktadır (Sasaki 2004: 11). Küreselleşmeye Batının ve emperyalizmin kültürel, ekonomik ve siyasi dayatmaları olarak bakan eleştirel yaklaşım ise bütün bu süreci tek tipleştirme çabası olarak görmektedir. Bu anlamda küreselleşmenin siyasal tanımı, sanayileşmiş ülkelerin öteki toplumlarla kurduğu ekonomik, kültürel ve siyasal hegemonik güç ilişkilerini ifade etmektedir.

Akademik literatürde küreselleşmenin farklı boyutlarına dikkat çeken çok sayıda kavram, konunun disiplinlerarası ve girift yapısını anlamaya yardımcı olmaktadır. Küreselleşmeyle eş anlamlı ya da tamamlayıcı olarak kullanılan 'evrenselleşme' (universalization), 'küreselleşmecilik' (globalizm), 'Batılılaşma' (westernization), 'ulus ötesileşme' (transnationalization), 'uluslararasılaşma', 'liberalleşme' (liberalization),

modernite ve post-modernite, 'bölgeselleşme' (regionalization), kozmopolitanizm gibi kavramlar, küreselleşmenin farklı boyutlarını düşündürmektedir.

Kavram olarak yeni olsa da, küreselleşmeye eski bir süreci izah eden yeni bir kavramsallaştırma olarak yaklaşanlar da vardır. Küreselleşmenin ilk belirtilerini insanların ve toplulukların birbirleri ile iletişim ve etkileşimleriyle ilişkilendiren bu bakışa göre; küreselleşme misyonerlerin, tüccarların, asker ve diplomatların sınırlı etkilerine kadar uzanmaktadır. Dönemsel gelişmeler üzerinden yapılan tasnife göre ise Tarım Devrimi küreselleşmenin ilk dalgasıdır. Üretimin vazgeçilmez kaynağı toprağın korunması ve elde edilmesi temelinde yapılan savaşların ideolojik çatısını oluşturan tek tanrılı dinler ve savaşların tesiriyle küreselleşmenin ilk dalgası şekillenmiştir. İkinci küreselleşme dalgası, din-tarım imparatorluklarını yıkarken, milliyetçilik ideolojisi üzerinde örgütlenen ulus devletleri doğurmuştur. Üçüncü dalga ise iletişim ve bilişim devrimiyle ilişkilidir. İnsan haklarına dayalı katılımcı demokrasi anlayışını ideolojik bir şemsiye olarak kullanan iletişim ve bilişim devrimi günümüz dünyasını etkisi altına almaktadır. 1980 sonrasında yaşanan karmaşık ve çok boyutlu iletişim ve bilişim ağırlıklı dönem, küreselleşme tarihi açısından en başat evredir (Toffler 1980: 13-22). Yeni dönemin toplum yapısı üzerinde yol açtığı önemli değişimlerden en başta aile kurumu etkilenecektir. Geniş ailelerin dönemini bitiren ikinci dalgaın ardından, çekirdek aile de üçüncü dalgaın getirdiği yeni ideal topluma hizmet edemeyecektir. Bilgi toplumunda aile bağları elektronik ve sanal dünyada yaşayan ailelerin bağlarını zayıflatacak ve izole toplumlar oluşacaktır (Toffler 1980: 211-212).

Küreselleşmenin büyümesi ve yaygınlaşmasında etkili olan devrim niteliğindeki gelişmeler ise dördüncü nesil devrim (sanayi/endüstri 4.0) olarak adlandırılmaktadır. Yeni bir konsept olan bu devrim nesnelerin interneti, bilişim, robotlaşma, 3D yazıcılar, mobil internet, bulut bilişim sistemi, üretimle internetin entegrasyonu, nanoteknoloji ve yapay zeka gibi iç içe geçmiş teknolojilerle karakterize edilmektedir (Kagermann vd. 2013: 49-50). Bu dönemde dünya genelinde ekonomik, kültürel ve teknolojik bir değişim dalgasına yol açan ekonomik bir uluslararasılaşma ile bilim ve teknolojiye gelişmelerde patlama yaşanmaktadır. Küreselleşmenin bu evresi yaygın bir şekilde bilgi çağı olarak adlandırılmaktadır. Toplumu da etkisi altına alan enformasyon ve iletişim teknolojilerine dayalı bu dönüşüm "Sanayi Ötesi Toplum", "Dijital Toplum", "Bilgi Toplumu", "Sibernetik Toplum" kavramsallaştırmalarını ortaya çıkarmaktadır.

Başlangıç tarihi eskilere dayandırılrsa da küreselleşme gerçek anlamına kapitalist ekonomik gelişmeler ve Avrupa sömürgeciliğinin ekonomik bütünleşmesinde kavuşmuştur. Küreselleşmenin ivme kazanması ise teknolojik gelişimin yanı sıra sermayenin hızlı büyümesine bağlı olarak ulusal piyasaların dışa açılması, ulusötesi şirketlerin politik ve ekonomik güçlerinin artması ve kapitalist ekonomik sistemin büyümesiyle tamamlanmıştır (Ellwood 2002: 13). Bu yönüyle küreselleşme, ulus devlet sınırlarının kapitalist sisteme dar gelmeye başlamasıyla icat edilen ve daima

daha çok ticaret ve kâr mantığıyla çalışan modern sömürü düzenini anlatan sistem olarak görülmüştür.

ELEKTRONİK SÖMÜRGEÇİLİK VE KÜLTÜR YAYIMI

Küreselleşme ve iletişim arasındaki ilişki, elektronik iletişim çağının başlangıcı olan telgrafın kullanımından itibaren yeni keşiflerle birlikte yaratılan iletişim düzeniyle yakından ilgilidir. Gerçek anlamda iletişimin küreselleşmesi elektro manyetik sistemler ve okyanusların altından geçerek dünyayı saran kablolarla başlamıştır. Hızlı bilgi paylaşımı ihtiyacı basılı iletişimden elektronik iletişime geçişi yaratmıştır. Küreselleşmeye teknolojinin katkısı kadar anlam taşıyan bir konu da, bu teknolojiyle insanlara ulaşan kitle iletişim araçlarının içeriğinin belirlenmesidir. Merkezdeki ülkelere ait küresel şirketler uluslararası iletişim kanallarının yanı sıra bütün ticaret yollarını, üretim ve dağıtım zincirlerini kontrol etmektedir. Zaten küreselleşme de merkezden çevreye doğru yayılan bir düzendir. İletişim teknolojilerini bir araç olarak kullanan uluslararası ekonomi çevreleri, bilgiyi tekelleştirmekte ve diğer ülke kültürlerini sömürgeleşmeye mahkûm etmektedir (Lull 2001: 166).

Küresel boyutta ekonomileri birbirlerine bağımlı duruma getirerek kapitalizmin yeniden yapılanmasına ise internetin oluşturduğu ağ toplumu alt yapısı zemin hazırlamıştır. Hayatın içine girmediği herhangi bir alan bırakmayan internet, iletişimin küreselleşmesinde olağanüstü bir katkı sağlamıştır. Bu sayede küresel ölçekteki genişlemeye en hızlı ayak uyduranlar büyük medya holdingleri olmuştur. Birleşmeler, satın almalar ve ortaklıklarla küresel düzlemde faaliyet gösteren çok uluslu devasa şirketlere dönüşen medya holdinglerinin ürünlerinin coğrafi sınırlara takılmadan dolaşımı da bir o kadar kolay olmuştur. Sanayi çağında ekonomik gücü tekellerinde tutanlar, enformasyon çağında da bilgiyi kontrollerinde tutmaya devam etmektedir. Bu bağlamda küresel iletişimin kontrolü AOL Time Warner, Walt Disney, News Corporation, Bertelsmann, Viacom ve Vivendi Universal gibi şirketlerin tekelindedir. Aynı şekilde ideolojiyi ve kültürel kodları yaymanın en güçlü araçlarından sinema sektörünün güçlü aktörü Hollywood, küresel ölçekte kültürel etkilerde başrol oynamaktadır.

Küresel iletişime katkıda haber ajanslarının payı da büyüktür. Dünyanın her yerinde çok sayıda gazete ve yayın kuruluşu İkinci Dünya Savaşından itibaren haber ve bilgilerin toplanması ve dağıtımında belirleyici olan AP, AFP, Reuters, BBC ve UPI haber ajanslarına bağımlı durumdadır (Thompson 2008: 299). Günümüzde internet teknolojisinin devasa bilişim şirketleri Microsoft, Google ve Yahoo da küresel iletişim ve etkileşimde haber ajanslarından çok daha etkili pozisyonundadır. Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerinin donanım ve içerik olarak sınırlı sayıdaki şirketlerin tekelinde ve denetiminde olması küresel iletişimin belirleyici faktörlerindendir. İletişim araçları sahip oldukları teknolojinin yanı sıra sosyal, kültürel ve ideolojik özellikleriyle küreselleşmenin alt yapısını oluşturmaktadır. Modern teknolojinin yarattığı kitle

iletişim araçlarını ellerinde tutanlar ve içeriğini belirleyenler; eğlence biçiminden zamanına, eğitim yöntemlerinden ortak duyguların geliştirilmesine kadar bütün toplumsal hayatı şekillendirme imkânına da sahiptir (Baldini 2000: 87).

Enformasyon devrimi, internet ve sosyal medyanın iletişimi getirdiği son noktada, medya hiç olmadığı kadar insanların ve toplumların hayatları üzerinde etkili konuma gelmiştir. İletişimin küreselleşmesinde yüksek hızda veri akışını sağlayacak yeni nesil kablosuz telefon teknolojisi 5G aşamasına ulaşmış GSM teknolojisi ve telefon kameraları izleyicilere canlı yayınlarla her an görüntülü ulaşma ve veri aktarımı imkânlarını sağlamaktadır. Küresel kitle kültürünün etkili araçlarından televizyon tahtını internete kaptırmış gözükmeştir. Milyonlarca mesaj her türlü sınırı aşarak ulaştırılabilmekte ve etkide bulunabilmektedir. İnternetin içeriklerin izinsiz yayınlanmasına fırsat vererek bilgiyi ucuzlatması, dağıtımını, kopyalanmasını ve yeniden şekillendirilmesini kolaylaştırması olumlu gelişmeler arasında sayılmakla birlikte, bütün bunların uluslararası iletişim üzerindeki küresel tekelin etkisini kırmakta yeterli olmadığı görülmektedir. Küresel medya şirketleri, sosyal medya ağları ve büyük yayınevleri gibi küresel aktörler, ancak bedelini ödeyenlere ait olabilecek bilgiyi bir emtiyaya dönüştürerek kendi denetimlerinde tutmaya devam etmektedirler. Dünya iletişim düzenini teknolojideki hızlı gelişmelerle şekillendiren bu yeni yapı ve anlayış ‘yeni iletişim düzeni’ olarak adlandırılmaktadır (Timisi 2003: 115). Kültür ve enformasyonun iç içe geçtiği bu yapı, her türlü bilgi ve haberi kültürel bir ürün olarak değerlendirmekte ve kitle iletişim teknolojilerini üretme kabiliyetine sahip ülkelerin kültürünü yaymaya hizmet etmektedir. Duygu, düşünce ve mesaj aktarımını hızlandıran internet küresel kitle kültürünü, yaşam tarzlarını ve değerleri yayarak kültürel etkileşimi de şekillendirmektedir. İnternetin kültürel etkileşime katkısı, bütün iletişim araçlarının niteliklerini bir arada kullanabilme özelliğine sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

Medyanın insanları etkilemede çok etkili bir sosyalizasyon ajanı olduğu yapılan saha araştırmalarıyla sabittir (Barrett & Braham 1995: 96-97). Kitle iletişim araçları küresel ölçekte yaygınlaşan kültürel üretim sisteminin çok önemli parçaları olmakla kalmazlar, bu kültür ürünlerini kitlelere ulaştırmak, öğretmek ve öğrenilenlerin içselleştirilmesini kapsayan kültürleme (inkültürasyon) sürecinde işlevsel bir görev üstlenirler (Scannell 1992: 13). Küresel anlayışın en büyük silahı olan iletişim araçları, farklı kültürel ve dini yapılara sahip topluluklara “misyoner” mesajı taşımakla inkültürasyon işlevi görmektedir. Bunu yaparken hedefteki toplumların alışageldikleri dinsel ve kültürel yapıyı rahatsız etmeyecek tarzda mesajın biçimlenmesi ve yorumlanması sağlanmaktadır (Aleaz 2011: 229-231). İki yönlü bir sürece sahip olan inkültürasyon da evvela, götürülen mesaj toplumların kültürüne uygun tarzda sokulmaktadır ki burada mesajın asimilasyonu söz konusudur. İkinci yöntem ise diğer kültürlerin ve dinlerin doktrin ve pratiklerinin mesaj kaynağının dini ve kültürel değerlerine uydurulması sürecidir.

Sistematiik ve periyodik olarak yinelenen görüntü ve imgeler öncelikle çocukların ve gençlerin olmak üzere bütün toplum kesimlerinin eğilim, tutum, davranış ve değerleri üzerinde yoğun bir şekillendirici ve belirleyici etkiye sahiptirler. Medyanın kültürü geliştirmek ve yaşatmak, bireylerin kişilik gelişimine katkıda bulunmak gibi olumlu etkilerinin yanı sıra; bunların tam tersi bir şekilde ulusal kültürleri zayıflatıcı, fertlerin kişilik ve ruh sağlıklarını bozucu etkileri de söz konusudur. Toplumların mevcut değer ve normlarından bir sapma olarak değerlendirilebilecek bu etkiler toplumsal değerleri, normları ve davranış kalıplarını tahrip ederek kültürü ve hatta toplumu tehdit edebilmektedir.

Toplumu izledikleri, okudukları ve oynadıkları kültürel mecralar aracılığıyla istenen kalıba sokabilmek ve bunu bir propaganda olarak sürekli yapabilmek küresel kültür olgusu ile mümkün olabilmektedir. Küresel kültür kavramının yaratıcısı Giddens, küreselleşmeyi sadece teknolojiye bağlamamakta, bununla birlikte kültürel, ideolojik, ekonomik ve siyasal bir süreç olarak tanımlamaktadır (Giddens 2006: 50). Bu bağlamda küreselleşmeyle birlikte medyanın geleneksel işlevleri arasında yer alan kültür yayımı önem kazanmaktadır. Küreselleşen dünya ve küreselleşen iletişim, kültür propagandasının bütün toplumlara yapılmasına fırsat vermektedir. Otoritenin uygun gördüğü kahramanlar, düşmanlar, yeme-içme alışkanlıkları, davranış biçimleri ve her konuda rol modeller bir merkezden aralıksız propaganda edilebilmektedir.

Kültür kavramı, İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Frankfurt Okulu'nun endüstri tartışmaları başta olmak üzere günümüz iletişim araştırmalarında anlamlı bir yere sahip olmakla birlikte, literatürde kültür propagandası ya da emperyalizminin tarihini çok eskiye götürmek güçtür. İnsanların düşünme, davranma ve harekete geçme kalıplarını değiştirme çabası olarak tanımlayabileceğimiz kültür propagandası, çok kapsamlı bir faaliyetler bütünü olmakla birlikte, etkinliğini daha çok medyayı da içine alan kitle iletişim yöntemleriyle ortaya koymaktadır. Her şeyi alınıp satılan metaya dönüştüren kapitalist sistem, kültürü de bireyin gündelik yaşam gerçeklerinden kaçış, eğlence ve daha fazla tüketim ekonomisinin içine çekme propagandasının aracına dönüştürerek insanoğlunu edilgin bir varlık konumuna indirgemıştır. Endüstriyel tekniklerle üretilmeye ve dağıtılmaya başlanan kültürü ifade eden bir kavram olan 'kültür endüstrisi' ya da bir başka ifadeyle 'kitle kültürü' aşağıdan ve kitlelerden yükselmekte, yukarıdan yönetilen ve öğretilen bir tasarıma dönüşmektedir. Kültürü üretilen ve pazarlanan bir metaya dönüştüren bu endüstri (Hollywood, müzik endüstrisi, medya), medyatik ürünlerle birlikte kültürü de ihraç etmektedir (Marris and Thornham 1997: 7). Bütün toplumsal çevreyi etkileyen kültür endüstrisi ürünlerinin kullandığı imgeleri, sembolleri ve kültür ürünlerini yorumlamak zorunda kalan insanlar ise birer bağımlıya dönüşmektedir. Böylelikle kültür endüstrisi kendi oluşturduğu ihtiyaçlarla tüketicileri güdüp yönetmektedir (Golding ve Murdock 2002: 94).

Eğlendirici, bilgilendirici veya ikna edici özelliklere sahip medya ürünü, potansiyel müşterilerinin taleplerini karşılamak ve memnun etmek üzerine kurgulanmaktadır. Kültür endüstrisi tarafından birer istatistik ögesine dönüştürülen tüketicilerin gelir gruplarına göre neyi izleyeceği veya dinleyeceği önceden bilindiğinden, kitleler tüketimi buna göre yapmaktadır. Kültür endüstrisi uzmanları hazırladıkları bu ürünlerle, kitleleri bilişsel ve duyuşsal bir öğrenmeye sokmaktadır. Örneğin kitleleri mutlu etmek için bir filmin nasıl biteceğine ve kimin cezalandırılacağına yönelik tahminlere göre hareket edilmekte ve beklentilerin doğru çıkarılmasıyla amaca ulaşılmaktadır. Böylelikle kültür endüstrisi süzgecinden geçirilen bir toplumsal yaşam kitlelere sunulmaktadır (Adorno 2005: 245). Medya sadece anlattığı içerikle değil, bununla birlikte aktarılan metnin, görselin, sesin derinliğinde yer alan bütün unsurlarla etkileşim sürecini yürütmektedir. Arka plandaki ayrıntılar, filmlerdeki veya medya ürünlerindeki kahramanların sergiledikleri davranışlar, alışkanlıkları, giydikleri, yedikleri içtikleri ve kullandıkları nesneler üzerinden etkinin yaratılması kaçınılmazlaşmaktadır. İdeolojik ve ekonomik niteliklerinden dolayı ön plana çıkan TV gösterileri, sinema filmleri, müzik cd'leri, video oyunları, kitaplar, gazete haberleri ve dergiler kültür endüstrisinin kutsanan ürünleridir. Duyguları ve arzuları üzerinden belirlenen sisteme göre toplumların kontrol altına alınması ve yönlendirilmesine dayalı bir toplumsallaştırma günümüz modernizminin kaçınılmaz gerekliliği olarak sunulmaktadır (Özdemir 1998: 98).

Kültür endüstrisi kiteselleştirici ve atomize edici yönüyle hayatın tümünü rasyonelleştirmeye ve planlamaya odaklanmaktadır. Toplumu genel olarak hedefine koymaktan daha öte tek tek bütün fertlerin hayatını rasyonelleştirmeye ve planlamaya dâhil etmektedir. Var olabilmenin zorunlu yolu olarak, yeni medya düzeninin kurguladığı küresel köydeki sisteme uyum göstermekten başka yol bırakılmamaktadır. Medyaya hâkim olan bilinçli bir azınlığın planlayarak ürettiği kültür endüstrisi ürünleriyle şekillenen toplum karşısında fertler çaresizleşmekte ve hâkim kitle kültürüne teslimiyetin yolu hazırlanmaktadır (Adorno 2007: 101). Kültür endüstrisini yönetenlerin düşünsel gücüyle yaratılan metalarla insan toplulukları kitlesele eğlencelere odaklanan ve zaman geçiren, fazla düşünmeyen toplumsal yapılara dönüştürülmektedir.

Genel olarak Batılı ama büyük oranda Amerikan yaşam tarzı ve değerleri, millî kültürlerle sızabilmek için kitle iletişim araçlarıyla beraber bütün evlere soktuğu tüketim kültürünü ve reklamları kullanmaktadır. Tüketim taleplerinin oluşturulması ve davranışların biçimlendirilmesi gibi önemli toplumsal ve ekonomik işlevleri bulunan iki kültür endüstrisi kolu moda ve reklamcılık, tüketim toplumunun üretilmesine ve bireylerin katılımına aracılık etmektedir (Kellner 1991: 77). Uluslararası sermayenin körüklediği marka cazibesine kapılan tüketim toplumları, kültürel değişimi hızlandırarak millî kültür yerine aynı kalıptan çıkma ortak bir kültürel kimliğe doğru kaymaktadır. Günümüzde toplumsal kimliklerin

belirlenmesinde tüketilen ürünlerin belirleyiciliği dikkat çekici oranda yükselmektedir.

Medya kartelleri, uluslararası haber ajanslarının tekeli ve günümüzün popüler sosyal medya platformlarının kontrolündeki tekeli yapılar haberin ve bilginin akışını kontrol etmekle kalmamakta, aynı zamanda kültürel yaşamı da kontrol ederek istenen tek tipleştirilmiş insan modellemesine katkıda bulunmaktadır. Temelde otoriter sistemlere özgü bir amaç gibi görünse de (Ölçekçi 2007), günümüzün küresel iletişim dünyasında yaşam alanlarının her birinde tek tipleştirmek bir yöntem hâline gelmiştir. Kültürün otoriterleştiği ve tek tipleştiği bu yeni iletişim düzeninin sunduğu yeni yaşayış şeklinde hayatın tüm renklerine hâkim olmak ve onları tek tipleştirmek hedefi uygulanmaktadır. Otoriter yapılardan tek fark, toplumların ve fertlerin üzerinde baskı yerine kitle iletişimi sayesinde yapılan yoğun propaganda ve yönlendirmelerle sonuç elde edilebilmesidir. Kitle iletişim araçlarıyla ulaştırılan iletiler, arka planlarında taşıdıkları hâkim kültüre ait örülmüş yapıyı kitlelere zorla değil rızaya dayalı olarak sunmaktadır. Hâkim kültüre ait yaşam biçimlerinin, örf ve adetlerin, ahlaki ve kültürel değerlerin ayrıntılarıyla örülmüş içeriğe sahip medya ürünleri kültürel değişimde önemli rol oynamaktadır. Buradaki tahakküm artık herhangi bir zora dayanmamakta, hedef topluma etki kültürel önderlikle sağlanmaktadır (Hall 1994: 115-124).

Son yıllarda dünyanın her yerinde alışıldık görüntülere dönüşen Amerikan hegemonyasının kendi toplumları üzerindeki etkisine yönelik protesto gösterilerinin muhtevası, kültürel küreselleşmenin ulaştığı boyutları göstermesi açısından önemlidir. Bu tür protestolar genellikle askeri ve siyasi uygulamalara karşı bir duruş sergilerken, gündelik hayatın bir parçası olan kültür, sanat, spor gibi konularda ve çokuluslu yapılarıyla her yere girmiş şirketlerin ürünlerinde benzer tutumların takınılamadığı görülmektedir. NATO'nun 1999'da Belgrad'daki Çin Büyükelçiliği'ni bombalaması üzerine Çin Merkezi Televizyon Kanalı'nın protesto amacıyla NBA maçlarını programdan çıkarmasına çok sayıda izleyicinin şikâyetinde bulunması çarpıcı bir örnektir (Yan 2003: 28). Şikâyetçilerin spor karşılaşmalarının siyasetle hiçbir ilgisi olmadığı gerekçesini ileri sürmeleri, protesto edilen bir ülkenin ekonomik ve kültürel ürünlerini kullanıyor olmanın (cola içmek, filmlerini izlemek vb.) ne anlama geldiğini sorgulatmaktadır. Yaşanan etkileşim sürecinde daha çok siyasal ve ekonomik boyuta ve kapitalist yapılanmaya dikkat çekilirken, genellikle milli kültürler üzerindeki etkiler göz ardı edilmektedir. Aslında ortada askeri veya siyasi baskı olmaksızın, başka toplumlar üzerinde küresel boyutta ekonomik ve kültürel hegemonyanın kurulduğu bir süreç yaşanmaktadır. Küreselleşme adıyla yürüyen süreçte ülkelerin sınırları belirsizleşirken, gümrük ve tarifelerin kalkmasına, açık pazarların oluşmasına paralel bir şekilde kitle iletişim araçları üzerinden kültürel üretim uluslararası niteliğe bürünmektedir. Çokuluslu görünümüne rağmen aslında ağırlıklı olarak Amerikan mülkiyetindeki kitle iletişim teknolojileri aracılığıyla üretilen kitle kültürünün Amerikan merkezli olması gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Batılı değerlerin, yaşam tarzlarının ve tüketim kültürünün yaygınlaşması ve diğer kültürler üzerindeki tahakkümü kültür emperyalizmi olgusunu gündeme getirmektedir. Küresel ölçekte finans sistemini elinde tutan, dünyanın doğal kaynaklarını sömüren, tekellerinde tuttıkları teknolojiyle ve kitle iletişim araçlarıyla Batı kültürünün küresel düzeyde yaygınlaşmasını doğrudan sağlayan küresel güç, medyadaki metinler ve pratikler üzerinden bu hegemonik ilişkiyi sürekli beslemektedir (Tomlinson 1999: 45). Küreselleşme sınırların ortadan kalktığı özgür bir dünya olarak sunulmakla birlikte, bu durum gelişmiş toplumlar için geçerliliğini korumaktadır. Gelişmiş toplumların aksine azgelişmişlerde ise küreselleşmiş tepe kültürünün melez çocukları olarak yeni kabileci ve köktenci eğilimler ortaya çıkmaktadır. Küreselleşmenin ikinci yüzü olan yerelleşme, küreselleşen dünyada görev dağılımının yapıldığını ve anlamların sabitlendiğini açıkça göstermektedir (Bauman 2010). Kültürel hegemonyanın hâkim olduğu küresel sistemde yereller yerel kalmaya, gelişmemişler gelişmemeye mahkûm edilmektedir.

Küreselleşmenin birbirine alternatif gibi görünen ancak aslında birbirlerini besleyen farklı düzeydeki etkilerinden hiçbir toplumun uzak kalması mümkün olmamaktadır. Küreselleşme ve kültürel etkilerine karşı yerel kültürlerin verdikleri tepkiler ‘homojenleşme’, ‘polarizasyon’ (kutuplaşma) ve ‘melezleşme’ başlıkları altında toplanmaktadır. Kültürel küreselleşmenin en güçlü hâli olan homojenleşme, kültürel benzeşmeyi tanımlamaktadır. Bu süreçte güçlü bir küresel etkiyle, ekonominin yanı sıra siyasal, teknolojik ve kültürel bağımlılığın da üst düzeye ulaştığı ilişki söz konusudur (Kalb vd. 2000: 273). Polarizasyon ise homojenleşmenin tam aksine kültürler arasındaki kutuplaşmayı öne çıkarmaktadır. Kültür eksenli karşıtlıklar ve çatışmaların küreselleşmenin doğal sonucu olarak görüldüğü bu yaklaşım, Huntington’ın “Medeniyetler Çatışması” tezinde ifadesini bulmuştur (Huntington 2011). Kültürel küreselleşmenin etkilerinin görüldüğü üçüncü durum olan ‘Melezleşme’ ise kültürel çoğulculuğa işaret etmektedir. Küreselleşmenin baskın bir kültür yaratamayacağı ancak farklı kültürlerin bir arada yaşamasına imkân sağlayarak çok kültürlülüğü destekleyeceği savunulmaktadır (Zachary 2000). İki zıt kutup olması gereken küresellik ve yerelliği aynı anda harekete geçiren küreselleşme, her ikisini de kendi amacına hizmet ettirmektedir. Yerel ve alt kimlikler teşvik edilerek küresel kitle kültürüne karşı direnç gösteren millî kimlikler parçalanmakta, bu sayede geleneksel değerlerinden koparılmış kitlelere küresel kültür ürünleri daha kolay pazarlanmaktadır.

KÜLTÜREL KÜRESELLEŞME VE MİLLÎ KÜLTÜRLER

Küreselleşmenin aşılması gereken engeller olarak algıladığı ulusal sınırlar ve kimlikler bugün hâlâ dünyadaki en önemli politik, kültürel ve ekonomik birliklerdir. Ulus devletlerde tarih, kültür ve ülkü birliği gibi toplumun geneli tarafından kabul gören hâkim unsurlar tarafından millî kimlik oluşturulmaktadır. Ulus devlet

kendisinin çizdiği ekonomik, siyasi ve kültürel sınırlarıyla, dünyanın öteki bölümlerinden özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Küresel anlayışın hedefi ise, milli kimliklerin kolektif anlayışını ve tarihi-kültürel aidiyet bilincini yıkarak kendisine sınırları olmayan bir dünya, tek tip bir kültür ve tüketim topluluğu yaratmaktır.

Milli kültürler, küreselci anlayışın ilk hedefleri arasındadır. Küresel bir hâkimiyet için iletişim, bilişim ve ulaştırma teknolojilerinin sağladığı kolaylıklar yardımıyla kitleler milli kültürden uzaklaştırılarak kitle kültürüne sevk edilmektedir. Görselliğin ön plana çıktığı kılık kıyafetlerde, sahne sanatlarında, mimaride, sokaklardaki tabelalarda bu tesir açık olarak görülmektedir. Bununla birlikte şeklen Batıya benzemeye başlayan yaş günleri, yılbaşı kutlamaları, davetler, törenler, düğün ve nişan merasimleri gibi kutlamalar küreselleşme modasının ürünleridir. Medya ve propaganda yardımıyla kültür endüstrisinin dayattığı tek tipleşmeye en belirgin örnekler arasında, yemek kültüründe yaşananlar gösterilebilir. Hızlı tüketilen yemek kültürünün toplumların yemek kültürüne Amerikanlaşma etkileri doğurduğu sıklıkla dile getirilmektedir (Kellner 2010: 79-82). “Toplumların McDonaldslaştırılması” (Ritzer 1993: 1) olarak tanımlanabilecek bu eğilim, yemeğe ayrılan süreyi hızlandırmanın ve tüketimin artırılmasına yol açmanın yanı sıra standartlaşmayı ve tekleştirmeyi de beraberinde getirmektedir. Hazır yiyecek işletmeleri sadece fiziksel bir tüketimin değil, Coca cola, Hollywood, Marlboro, Susam Sokağı ve Rock müziği ile birlikte Amerikan yaşam biçiminin ikonlarıdır (Featherstone 1995: 9). Özgün ve güçlü bir yemek kültürüne sahip Türkiye’nin yemek kültürünün de, küreselleşen dönemde dünyanın hemen her yerinde yaşananlara benzer şekilde tek tipleşme eğilimlerinin baskısı altına girdiği görülmektedir. Ancak küresel yeme içme alışkanlıklarına karşı Türk mutfak kültürünün, geleneksel “fast food”ları olan “pide, dürüm, ekmek arası köfte ve döner” gibi ürünlerle karşı koyabilecek güçte olduğu gözlenmektedir.

ABD’de 1920’lerde ortaya çıkan sanayi alanlarındaki üretimin standartlaşması, kitlesel üretimin yapılması ve ülke sınırlarının dışına taşınmasını içeren Fordizm anlayışı, günümüzde tüketimin olduğu her alana ve doğal olarak kültüre de yansımaktadır. Dünya gittikçe yemek ihtiyacını “fast food”larda karşılayan, aynı marka ve model elbise ve ayakkabı giyen, aynı şekilde kutlama yapan ve eğlenen bir kültüre doğru gitmektedir. Küreselleşme toplumların sadece tüketim kültürlerini etkilemekle kalmamakta, insanların davranış kalıpları, toplumsal değerleri ve zihniyet kalıpları da bu etkileşimden nasibini almaktadır. Geleneksel toplumlardaki dayanışma yerini rekabete bırakmakta, sosyal yardımlaşma bencilliğe, kıymet ve değerler ölçüsüzlüğe yenik düşmektedir. Geleneksel kurumların bu hızlı ve kontrolsüz toplumsal değişime ayak uyduramaması, anlamaktan ve çözüm üretmekten uzak oluşu isyan ve başkaldırı kültürünü ve sosyal çözümleri beraberinde getirmektedir.

20. yüzyıl ve öncesinin aksine günümüz iletişim toplumlarında farklılıkları yok sayan bütünlük tasarımları kadar, bütünlüğü yok sayan farklılık ve kimlik söylemlerinin de varlığını sürdürmesi güç görünmektedir. Toplumlara öncelikle çokkültürlü ve geçirgen yapılara dönüştüren küreselleşme süreci, kültürel farklılıkların siyasal düzeye taşınmasını da bir hedef olarak ortaya koyduğu için ulus devletler tarafından tehdit olarak algılanmaktadır. Çünkü demokratik rejimlerde siyasal çoğulculuğun fiziksel sınırı, temsili demokratik rejimi bünyesinde barındıran ulus devletin ülkesidir. Siyasal karar alma süreçlerine katılma iradesinin çerçevesini oluşturan milli kültüre mensubiyet, birlikte yaşama iradesi, aidiyetlik hissi ve modern vatandaşlık anlayışı ise sembolik sınırlardır (Köker 1996: 12). Heterojen bir kültürel dokusu bulunan Amerikan toplumunda kültürel kimlik yaratma modeli ile ulus devletlerin yapıları arasında önemli farkların olması anlaşılabilir bir durumdur. Çok kültürlülük modelleri üzerine çalışan Delanty, çoğul bir yapıya sahip olan Amerikan kültürünü birleştirecek “asimilasyon” projesi olarak “melting pot” (kaynayan kazan) önerirken, çok kültürlülüğü özel alanla sınırlayan Fransız modelinin ise Türkiye’de uygulandığını ileri sürmektedir. Eşitliğin uygulanması gereken kamusal alanda kültürel farklılıkları reddeden bu modelin toplumun etnik ve dini kimlik taleplerine karşı bir çözüm getiremediğini ve sekülerleşme krizine yol açtığını düşünmektedir. Üçüncü model ise minimum düzeydeki kamusal alanda müşterek bir siyasal kültüre sahip olmayı yeterli gören Kanada modelidir (Delanty 2000: 103-104).

Aslında küreselleşmenin kültürel alanda farklılaşma yaratarak kültürel çoğulculuğu barındıran bir yapının oluşumuna hizmet edeceği tezi sorunludur. Siyasal bir söyleme dönüşen çokkültürlülük ve çoğulculuk, küreselleşmenin iki ana mecrada belirginleşen küresellik ve yerelleşme etkisinin birbirini beslemesinden yararlanmaktadır. Yerelin küreselleşmesi için adaptasyon sürecinde bir erezyona uğraması ve melezleşmesi işleri kolaylaştıracaktır. Küreselleşmenin meşrulaştırdığı çokkültürlülük ve çoğulculuk, tarihi ve kültürel derinliği olan milli kimliklerin atomize edilmesine ve küresel kültür karşısında direnç gösteremeyecek köksüz ve güçsüz alt kültürel kimliklerin ortaya çıkmasına yol açacaktır. Güçlü ulusal kimliklerin alt kültürlere bölünmesiyle aradaki ulusal sınırlar ve kültürel engeller kalkacak, küreselin yerelle etkileşimi kolaylaşacaktır.

Türk modernleşmesinin de ana sorunlarından olan, modern ulus devletlerin yeniden inşa ettiği ulusal kimliklerin toplumun kültür kaynaklarını bütünüyle kapsayamaması, merkez ve çevre arasında yüzyılları bulan düalizmin yok edilememesi, ayrıştırma ve çözülme sürecine fırsat tanımaktadır. Modernizm olgusunu toplumun değerleriyle bir hesaplaşma ve arındırma fırsatına dönüştürmek, toplumları kültürel anlamda savunmasız bırakmaktadır (Ölçekçi 2018: 443). Milli kültürün ulusal kimlikle yeterli temsile kavuşmaması, gelişimine fırsat verilmeyişi ve milli kültür unsurlarının ulusal kimlikle bütünleşmesinin engellenmesi, toplumsal yapının direncini ve dayanma gücünü azaltacaktır (Türkdoğan 2004: 165). İncalcık

(2016: 257) bu durumu, “Türkiye’de yönetici elit... doğrudan doğruya Türkleri, toplumun kendisini ötekileştirmiştir” gözlemiyle çarpıcı bir şekilde ifade etmektedir.

Türkiye’nin iki yüz yılı aşkın modernleşme ve toplumu değiştirme çabalarının geleneksel kriz alanları, küreselleşme karşısında zafiyetlere dönüşebilmektedir. Türk modernleşmesinin toplumun değerlerini ve katılımını önemsemeyen tepeden inmece askeri ve bürokratik yapısı, milletin bu sürece isteksiz katılımına ve kültürel ve toplumsal gelişime engel olmuştur. Hâlbuki Osmanlı’dan Cumhuriyete geçişte, millet olgusundan ulusa dönüşüm başarılı bir modernleşme projesi olarak gerçekleştirilmiştir. Ancak toplumu dönüştürme özlemi, yeni inşa sürecinde halka dayanmak yerine soyut bir ulusallığın tercih edilmesiyle akim kalmıştır. Oysa bugün küreselleşme ve kültürel etkileşim sürecinde olduğu gibi, ulusal kimliğin üzerine inşa edileceği asıl kaynak olarak milli kültürün önemi ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de sosyolojinin kurucusu olan Gökalp, bu gerçeği “Garba Doğru” makalesinde “güzidelerin” (seçkinlerin) “hars” (kültür) götürmek için değil, halktaki harsı özümsemek için halka gitmesinin önemini anlatmaktadır. Ona göre halka doğru gitmek harsa doğru gitmek anlamını taşımaktadır. Seçkinlerin medeniyet götürmek için halka gitmeleri, buna karşılık halkın kültürünü öğrenmeleri gereklidir. Yaşadığı dönemde milletin halk, medreseliler ve mektepliler olmak üzere üç farklı medeniyet içinde yaşadığı tespitini yapan Gökalp, üçünü birleştirmedikçe hakiki bir millet olmanın mümkün olmayacağını belirtmektedir (Gökalp 1968: 61).

Küreselleşme ve kültürel etkilerine karşı fertlerin ve toplumun kendi kimlikleriyle varlıklarını sürdürebilmelerinin yolu, evvela iç küreselleşme olarak niteleyebileceğimiz uluslaşma sürecinin tamamlanmasından geçmektedir. Ulus kimliğinin kapsayıcı ve kucaklayıcılığının artırılmasıyla, halkın kültürüyle ve değerleriyle kavga etmek yerine geleneğin modernleştirilmesiyle daha güçlü bir kültürel ve toplumsal yapıya ulaşmak mümkündür. Fertlerin toplumla, toplumun devletle barışık olduğu bir sosyolojik yapıda yabancılaşmanın önüne geçmek ve kültürlerarası etkileşimde dominant rol oynamak daha kolay olacaktır.

SONUÇ

Kültürlerarası etkileşim ve Batı orijinli kültürel yayılmacılık içeren küreselleşme süreci, kitle iletişim teknolojisinin kazandırdığı olağanüstü akışkanlıkla daha da hızlanmış ve yaygınlaşmıştır. Bugün küreselleşme, merkez ve çevre arasında anlam ve yaşam tarzı akışını sağlayarak kültürü türdeşleştirmenin ve dünyayı kültürel anlamların ve simgesel biçimlerin aktarıldığı tek bir mekâna dönüştürmenin ideolojisi hâline gelmiştir. Böylelikle kültürün unsurlarını içinde barındıran universal bir dünya algısı yaratılmaktadır. Zaten küreselleşme denilen olgu tam olarak kültürel, politik ve ekonomik unsurların birlikteliğinden oluşan bu yapının küreselleşmesine karşılık gelmektedir. Özgün kültürel yapıları aşan evrensel boyutta etkin bazı sosyo-kültürel

yapıların etkisi artmaktadır. Kültürlerarası iletişimin tek yönlü akışı ve küresel kültür etkisiyle kültürün homojenleşmesi, ulusal farklılıkların ve özgünlüklerin ortadan kalkmasını tehdit etmektedir (Wallerstein 106-108).

Küreselleşme insanların birbirine benzerliği kadar benzemeyen özellikleriyle bir bütün içerisinde ve ortak üst kimlikte yaşamasına müsaade etmeyen katalizör rolü oynamaktadır. Çokkültürlülük ve çoğulculuk söylemleri insanların içinde yaşadığı toplumla bütünleşmesini ve sosyalizasyonu engellerken, küresel kültüre aidiyeti hızlandırmaktadır. Özgürlükler ve kimliklerin tanınması olgusu sadece farklılıkların tanınmasıyla sınırlandırıldığında, toplumsal bir bütünlüğe aidiyet sorunu kaçınılmaz olarak ortaya çıkmaktadır. Kısa vadede farklı kültürleri bir arada yaşatmak mümkün olsa da, bütün bu farklılıkların kabulü ve geliştirilmesi için ihtiyaç olan donanımlardan geri kalan kültürün uzun vadede varlığını sürdürmede sıkıntı yaşayacağı açıktır.

Ekonomik ve teknolojik gücü ellerinde bulunduran ülkelerin ürettikleri küresel kültüre karşı koymak ve küresel etkileşim çağında kendi kültürel özelliklerini kaybetmeden yaşayabilmek mümkün müdür? Batının teknolojisini kullanırken, kültüründen etkilenmemek ne derece olasıdır? Bireysel, ulusal ya da evrensel etkenlerle değişen ve gelişen bir kavram olan kültürün, tıpkı fertler arasında olduğu gibi toplumların kurduğu iletişime bağlı olarak değişimden etkilenmesi kaçınılmaz bir süreçtir. Günümüz iletişim ve ulaşım teknolojileri çağında toplumlar arasında kültürel temaslar ve kültürel alışverişleri engellemenin ve kapalı bir toplum olarak yaşayabilmenin imkânsızlığı ortadadır. Dolayısıyla değişim kaçınılmaz bir süreç olarak değerlendirilmelidir. Burada önemli olan değişimin doğal bir süreçle mi yoksa iç veya dış müdahaleler sonucu mu gerçekleşeceği. Ayrıca değişimin yaşandığı sahalara, yönü, hızı ve zamanlaması gibi pek çok faktör hesaba katılmalıdır (Güngör 1986: 17-18). Bu değerlendirme ışığında, kültürel alışverişin toplumları olumlu ya da olumsuz yönde etkilemesi doğal olarak söz konusu olabilecektir. Kavram gelişmeyi ifade edebileceği gibi, gerileme ya da bozulma anlamlarına da gelebilecektir.

Kimlik inşa sürecinde yerel ve ulusal düzeylerin etkileşiminin çok ötesinde küresel bir etkinin ortaya çıkması, kimlik ve ulus devlet bağını zayıflatabilecektir. Batının dijital teknolojiler ve kitle iletişimiyle küresel düzeyde etkinlik kazanması, ulusal kültürler üzerinde ister istemez olumsuz yansımalar oluşturmaktadır. Bilgi toplumu kuramcılarının McLuhan'ın "araç mesajdır" şeklinde özetlediği gibi, bir araç olarak kullanılan kitle iletişim araçlarının aynı zamanda mesajı şekillendirmesi kaçınılmazdır. İletilen içeriğin bizzat aracın kendisi olduğu dijital çağda, teknolojiyi alıp kültürel etkileşimden kaçınmak mümkün gözükmemektedir. Endüstri devriminden bu yana mallarını satan güçlü ülkelerin, öteki ülkelere beraberinde kültürlerini de ihraç ettikleri bir hakikattir. Küreselleşme ve medya uygulamaları, etkileşimi çok daha ileri boyutlara taşıyan araçlardan ibarettir. Bu nedenle ulusal kimliklerin etnik, dilsel ve kültürel çizgilerle bölünmesine yol açma potansiyelini

taşıyan küreselleşme, ulus devletlerin fertlerin kimlik tanımlamalarında tek etkili güç olma vasfını ellerinden almaktadır.

Küreselleşmenin kitle iletişim araçlarını tekelleştirmesine bağlı olarak kamuoylarının güdümlü bir şekilde yönlendirilmesi, paralı hâle gelen bilginin toplumsal eşitsizliği artırması ve kültür endüstrisinin küresel etkileri gibi olumsuzluklarından söz edilebilir. Serbest piyasa ekonomisini yaygınlaştıran ve sınırları kaldırmayı esas alan küreselleşme, etkisine aldığı her yerde toplumsal, kültürel ve ekonomik eşitsizlikleri doğurmaktadır. Küreselleşmenin gelişmiş Batı ülkelerine olumsuz tek yansıması ise, müsebbibi oldukları kitlesel göç hareketlerinden seçerek aldıkları sınırlı sayıdaki göçmen nüfusedir. Küreselleşmenin dünya ölçeğinde gücü elinde bulunduran ülkelerle diğer ülkeler arasında tek yönlü ekonomik, teknolojik ve kültürel akışı sürdürebilmenin aracına dönüştüğü tespitini yapmak yanlış olmayacaktır.

Küreselleşmenin geçmişten bu yana hep var olan etkileşimi daha da artırması farklı kültürlerin birbirlerinin ufkunu açmasına, tamamlamasına ve temel olarak insani gelişime olumlu katkıda bulunması ise göz ardı edilmemelidir. Zaten diğer kültürlerle etkileşimden uzak, herhangi bir kültürel alışverişe girmemiş ve saf bir milli kültürden söz edilemeyeceği kabul gören bir gerçekliktir. Etkileşimden uzak bir kültürün imkânsızlığı gibi, etkileşim olduğu takdirde -Amerikan kültürü karşısında olduğu gibi- direnmenin de imkânsız olacağı düşüncesi küreselleşmenin aldatmacasıdır. Bu yönüyle küreselleşme çağına “ulusal direnişler” çağı nazarıyla bakanlar da vardır (Castells 1997: 27). Küreselleşmenin dayattığı ekonomik olduğu kadar kültürel sömürge ilişkisine karşı durmanın, yani hegemonik küreselleşmeye karşı koymanın toplumları medeniyet dışında bırakacağı düşüncesi propagandadan ibarettir.

Küreselleşme bir gerçek olarak kabul edilerek işleyişi ve etkileri doğru bir şekilde değerlendirilmelidir. Kültürel etkileşimin kaçınılmaz bir süreç olduğu göz önüne alındığında, bu etkileşimi yönlendirebilmek için güçlü ve bilinçli toplumlara ihtiyaç olduğu, edilgen durumda kalan kültürlerin ise yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacağı görülecektir. Tarihi dinamik milli kültürlerin, küresel ekonomiye ve kitle iletişim araçlarına sahip olan egemen kültürün kontrolüne direnç gösterdiğini ispatlamaktadır (İnalçık 2016: 256). Küreselleşme karşısında milli varlığı sürdürebilmenin yolu, milli kimliği korumak ve güçlendirmekten, yaşanan çağa uygun değerleri ve becerileri insanlara kazandırmaktan geçmektedir. Köklü ve zengin kültüre sahip olan ve bu kültürlerini ulusal kimliklerinde yaşatmayı başaran milletler, günümüz küresel iletişim çağında kültürel olarak ayakta kalmayı başaracaktır. Küreselleşmenin olumlu ya da olumsuz etkileri karşısında bu durumu toplumsal bir dönüşüm fırsatına çevirmek mümkün olabilecektir. Güçlü kodlara sahip bir kültür ile domine edilecek iletişim araçlarıyla bütün dünyaya kültür ihraç edilebileceğini son yıllarda dünyanın her tarafına ulaşabilen Türk dizileri ispatlamaktadır. Tek bir örnek

dahi alternatif uluslararası ve bölgesel iletişim ağları kurulabileceğini göstermektedir. Araçlar bizi şekillendirirken bizlerin de araçları şekillendirmesinin teknolojik ve kültürel şartlarını hazırlamak pekâlâ mümkündür. Milli kültürleri koruyarak çağın bilgi, beceri ve değerlerine sahip insanları yetiştirecek aile ve eğitim kurumları başta olmak üzere bütün toplumsal kurumlar bilinçli bir dinamik yapıya kavuşturulabilir. Etkileşimin kaçınılmaz olduğu göz önüne alınarak, milli kültürün kolayca yer değiştirecek zayıflığa düşmesini önleyecek atılımlar yapılabilir. Kültürün en temel araçlarından birisi hâline dönüşen teknolojiye mutlaka kullanıcıktan üreticiliğe geçilebilir ve ileri kültür için ileri teknoloji esas alınabilir. Bütün bunlar için asıl ihtiyaç olan küresel örgüt ve dinamiklerle etkileşim sürecinde milli kimlik ve değerlere, kültürel kodlara güvenmek ve sahip çıkmaktır.

Türkiye her türlü farklılıkların bir arada ve bütün olarak yaşama şansı bulduğu ülkeler arasındadır. Ancak bütün bu farklılıklar Türkiye’de birada yaşama düşüncesini, yani ortak değerlere ve kimliğe aidiyet duygusunu zedeleyecek boyutta olmamalıdır. Çünkü küreselleşme ayrıştırılmış etnik ve dini-mezhebi kimlikler üzerine kendi ideolojisini daha kolay inşa etmektedir. Ulus devletleri ayakta tutan kültür, tarih ve ülkü birliği gibi unsurların oluşturduğu milli kimlik yerine geçirilmek istenen kabileci, aşiretçi, mezhepçi, etnik ve mikro milliyetçilikler küresel kültürün gücü karşısında çok daha kolay teslim olmaktadır. Bu yüzden kolektif kimlikler güçlendirilmeli, tarihi ve toplumsal aidiyet şuuru yaşatılmalıdır. Toplumsal farklılıklar kadar birleştiren unsurlar, benzerlikler, ortaklıklar ve yakınlıklar da bilhassa medya tarafından işlenmeli ve öğretilmelidir. Birlikte yaşama ülküsü için farklılıkları bir tehdit olarak sunmak yerine bütünü tamamlayan bir zenginlik olarak yaklaşılması, yüksek bir kültür yaratmak için önemli bir adım olacaktır. Türkler gibi tarih boyu çok farklı kültürlerle karşılaşmış ve birlikte yaşamayı başarmış bir yüksek kültüre sahip milletin, farklılıklardan endişe etmesi ve içine kapanması tarihi akışa aykırı olacaktır. Bu nedenle Türkiye farklılıklar içinde birliği ve birlik içinde farklılığı yaşatacak yüksek kültür formunu uygulamaktan geri durmamalıdır.

İletişim teknolojileri ve sosyal medya uygulamalarının yarattığı küreselleşmenin ve AB üyelik süreci gibi politik süreçlerin Türk toplumunun dünyaya bakışında, yaşam biçiminde, dilde ve davranışta yaptığı etkiler Tanzimat döneminden çok daha kapsamlı boyutlara ulaşmış vaziyettedir. Türkiye’nin küresel boyutları olan hegemonik bir kültürel etkileşim karşısında ayakta durabilmesinin yolu, kendi iç küreselleşmesini (uluslaşmasını) tamamlamış olmaktan ve yüksek bir kültüre ait modern ürünler vermekten geçmektedir. Unutulmamalıdır ki; iletişim çağı kültürün otantikliğini orijinal kökleriyle değil orijinal sonuçlarıyla sergilemektedir.

KAYNAKÇA

- ADORNO, Theodor (2005), "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek", *Kitle İletişim Kuramları*, Der. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınları, 240-249.
- ADORNO, Theodor (2007), *Kültür Endüstrisi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- AHISKA, Meltem (1995), "Medya, Küresellik ve Yerellik", *Toplum ve Bilim Dergisi*, 67, Güz, 6-23.
- ALEAZ, Kalarikkal Poulouse (2011), "The Theology of Inculturation Re-Examined", *Asia Journal of Theology*, 25 (2), Oct, 228-249.
- APPADURAI, Arjun (2007), "Küresel Kültürel Ekonomideki Bölünme ve Farklılıklar", *Küreselleşme, Kültür, Medeniyet*, Ed. Kudret Bülbül, Ankara: Orient, 235-254.
- BALDINI, Massimo (2000), *İletişim Tarihi*, İstanbul: Avcıol Yayınları.
- BARRETT, Oliver Boyd & Braham, Peter (1995). *Media, Knowledge And Power*, London: Routledge.
- BAUMAN, Zygmunt (2010), *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- CASTELLS, Manuel (1997), *The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*, 1, Malden/Usa: Blackwell.
- DELANTY, Gerard (2000), *Citizenship in a Global age: Society, Culture, Politics*, Buckingham/Philadelphia: Open University Press.
- ELLWOOD, Wayne (2002), *Küreselleşmeyi Anlama Kılavuzu*, Çev. Betül Dilan Genç, İstanbul: Metis Yayınları.
- FEATHERSTONE, Mike (1995), *Undoing Culture, Globalization, Postmodernism And Identity*, London: Sage Publications.
- GIDDENS, Anthony (2006, *Sociology*, Cambridge: Polity Press.
- GOLDING, Peter ve MURDOCK, Graham (2002), "Kültür, İletişim Ve Ekonomi Politik", *Medya Kültür Siyaset*, Der. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları, 59-97.
- GÖKALP, Ziya (1976), *Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- GÖKALP, Ziya (1968), *Türkçülüğün Esasları*, İstanbul: Varlık Yayınları.
- GÜNGÖR, Erol (1987), *Dünden Bugünden Tarih Kültür ve Milliyetçilik*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- GÜNGÖR, Erol (1986), *Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- HALL, Stuart (1998), "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", *Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi*, Der. Anthony D. King, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 39-61.
- HALL, Stuart (1994), "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü", *Medya, İktidar, İdeoloji*, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ark Yay, 77-126.
- HUNTINGTON, Samuel Philips (2011), *Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması*, İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- İNALCIK, Halil (2016), *Türklük Müslümanlık ve Osmanlı Mirası*, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- JONES, Andrew (2010), *Globalization: Key Thinkers*, Cambridge: Polity Press.
- KAFESOĞLU, İbrahim (1983), *Türk Millî Kültürü*, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- KAGERMANN, Henning, Vd. (2013), "Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0, Final Report of the Industrie 4.0 Working Group", *Acatech-National Academy of Science And Engineering*, Ed. Ariane Hellinger ve Veronika Stumpf, April, Frankfurt: Forschungsunion, 13-78.
- KALB, Don, Vd. (2000), *The Ends of Globalization: Bringing Society Back in*, Oxford, New York: Rowman & Littlefield Publishers, 273-279.
- KELLNER, Douglas (2010), *Medya Gösterisi*, Çev. Zeynep S. Doğruer, İstanbul: Açılım.
- KELLNER, Douglas (1991), "Reklam ve Tüketim Kültürü", *Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi*, Çev. Yusuf Kaplan, Kayseri: Rey Yayınları, 75-91.

- KÖKER, Levent (1996), "Önsöz: Charles Taylor, Kimlik/Farklılık Sorununa Sahici Demokratik Çözüm Arayışı", *Çokkültürcülük*, Haz. Amy Gutmann, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- LULL, James (2001), *Medya İletişim Kültür*, Ankara: Vadi Yayınları.
- MCLUHAN, Marshall (1962), *The Gutenberg Galaxy*, Toronto: University Of Toronto.
- MARRIS, Paul And THORNHAM, Sue (1997), *Media Studies: A Reader*, Edinburg: University Press.
- OSKAY, Ünsal (2000), 20. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri: Kuramsal Bir Yaklaşım, İstanbul: Der Yayınları.
- ÖLÇEKÇİ, Haluk (2018), "Türk Ocağı'nın Ankara'ya Taşınması ve Cumhuriyetin İlk Dönemindeki Faaliyetleri", *Uluslararası Tarihte Etimesgut Sempozyumu* (Özet Bildiri), Ankara: 29-30 Mart 2018.
- ÖLÇEKÇİ, Haluk (2007), *Kazakistan'da Sovyet İnsanı Oluşturma Süreci*, Ankara: Birlik Yayınları.
- ÖZDEMİR, Sadi (1998), *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- RITZER, George (2000), *The Mcdonaldization of Society: An Investigation into the Changin Character of Contemporary Social Life*, Thousand Oaks, California: Pine Force Press.
- ROBERTSON, Roland (1999), *Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- SASAKI, Masamichi (2004), "Globalization and National Identity in Japan", *International Journal of Japanese Sociology*, 13, 69-87.
- SCANNELL, Paddy (1992), *Culture And Power: A Media, Culture And Society Reader*, London: Sage Publications.
- TİMİSİ, Nilüfer (2003), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara: Dost Yayınları.
- THOMPSON, John B. (2008), "İletişimin Küreselleşmesi", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, Ankara: Phoenix Yayınları.
- TOFFLER, Alvin (1980), *The Third Way*, New York: Bantam Books.
- TOMLINSON, John (1999), *Kültürel Emperyalizm: Eleştirel Bir Giriş*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- TOMLINSON, John (1997), "Internationalism, Globalization and Cultural Imperialism", *Media And Cultural Regulation: Culture, Media and Identities*, Ed. Kenneth Thompson, London: Sage Publication, 118-153.
- TURHAN, Mümtaz (1987), *Kültür Değişimleri*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- TÜRKDOĞAN, Orhan (2004), *Milli Kültür Modernleşme ve İslam*, İstanbul: İq Kültür Sanat Yayınları.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1998), "Ulusal ve Evrensel: Dünya Kültürü Diye Bir Şey Olabilir mi?" *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*, Der. Anthony D. King, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- WILLIAMS, Raymond (1993), *Kültür*, Çev. Suavi Aydın, Ankara: İmge Yayınları.
- YAN, Yunxiang (2003), "Yönetimli Küreselleşme, Çin'de Devlet ve Kültürel Geçiş Süreci", *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik*, Ed. Peter L. Berger, Samuel P. Huntington, İstanbul: Kitap Yayınevi, 28-55.
- ZACHANY, Pascal (2000), *The Global Me: New Cosmopolitans And the Competitive Edge*, New York: Public Affairs.