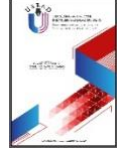




USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi -
International Journal of Social Sciences Academy, Yıl 3, Year
3, Sayı 6, Issue 6, Ağustos 2021, August 2021
e issn: 2687-2641



KİTAP İNCELEMESİ

Berger, P. & Huntington, S. (2003). Bir Küre Bin Bir Küreselleşme. (Çev.). Ortaç,
A. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Yeliz KARADENİZ

Öğretim Görevlisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Üniversitesi, Yönetim
ve Organizasyon Bölümü, Sakarya/Türkiye.

Lecturer, Sakarya University of Applied Sciences, Department of Management
and Organization, Sakarya/Turkey.

ykaradeniz@subu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-0594-3054

Makale bilgisi | Article Information

DOI: 10.47994/usbad.899082

Makale Türü / Article Type: Kitap İncelemesi / Review of Book

Geliş Tarihi / Date Received: 18.03.2021

Kabul Tarihi / Date Accepted: 18.07.2021

Yayın Tarihi / Date Published: 20.08.2021

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Ağustos / August

Bu Makaleye Atıf İçin / To Cite This Article: Karadeniz, Y. (2021). Kitap
İncelemesi (Bir Küre Bin Bir Küreselleşme). *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler
Akademi Dergisi* 3(6), 1051-1063.

İntihal: Bu makale intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Plagiarism: This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.



intihal.net

İletişim: Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad>
mail: usbaddergi@gmail.com

Bu kitap, 395 sayfadan oluşmaktadır. Bu kitabın hazırlanmasında, 320 kaynaktan yararlanılmıştır. Kitap, ISEC (Ekonomik Kültür Araştırmaları Enstitüsü) gözetiminde on ülkede yürütülen üç yıllık araştırmanın ürünüdür. Araştırmanın gerçekleşmesinde önemli kaynak aktarımını bazı vakıflar üstlenmiştir. Araştırmada ele alınan her ülke ayrı bir makaleden oluşmaktadır. Makale yazarları; sosyolog, antropolog ve siyaset bilimcilerden oluşmaktadır.

Bu kitabın editörlüğünü Peter Berger ve Samuel Huntington üstlenmektedir. Berger (1929 - 2017), vaktinin çoğunu sosyoloji çalışmalarına harcayan Amerikalı sosyologdur. İnsanların günlük yaşantısını nasıl gerçekleştirdiğini araştıran ve Bilgi, din ve modernleşmenin sosyolojik teorisine ilişkin çalışmalarıyla tanınmaktadır. Aynı zamanda Boston Üniversitesi'ndeki Kültür, Din ve Dünya İşleri Enstitüsü'nün de kurucusudur. Berger'in kırkın üzerinde kitabı ve yüz yirminin üzerinde makalesi bulunmaktadır (www.andcenter.org). Kitabın ikinci editörü olan Samuel Huntington (1927 - 2008), Amerikalı siyaset bilimcidir. Medeniyetler çatışması ve yeni dünya düzeni teorisyeni olarak tanınmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde demokratik, siyasi ve ekonomik gelişim, dünya politikasında etkili olan kültürel faktörler ve Amerika'nın milli kimliği üzerine çalışmalar yapmıştır (www.biyografi.net).

Kitap 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci Bölümde Küreselleşme ve Alternatif Modernlikler başlığı altında Çin, Tayvan, Japonya ve Hindistan olmak üzere dört ülkedeki küreselleşmeye geçiş süreçlerinden, küreselleşmenin boyutlarından ve kültürel küreselleşme yaklaşımlarından bahsedilmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde Küreselleşme ve Bölgesel Alt Küreselleşme başlığıyla Almanya ve Macaristan'daki kültürel küreselleşmeden söz edilmektedir. Üçüncü bölümde Çeper Ülkelerde Küreselleşme başlığıyla Güney Afrika, Şili ve Türkiye seçilerek bu ülkelerdeki küreselleşme eğilimleri ve kültürel küreselleşme ele alınmaktadır. Son bölümde ise Amerikan Girdabı başlığıyla en önemli küreselleştirici olarak kabul edilen Amerikan dünyası anlatılmakta, türdeşleşmiş dünyadan bahsedilmektedir. Bu ülkelerin, bulunduğu bölgelerde en önce veya en hızlı küreselleşen ülke oldukları için araştırma konusu yapıldığı söylenebilir.

Kitabın Konusu

İletişim ve teknoloji alanındaki büyük değişimler, toplumlar arası etkileşimi ileri bir seviyeye götürmektedir. Bu sayede, bireyler ve toplumlar arasında benzer yaşam biçimleri, alışkanlıklar ve zevkler oluşmaktadır. Bunun diğer bir anlamı küresel kültürün ortaya çıkmasıdır. Küreselleşme

ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal bir olgudur. Bununla beraber küreselleşmenin ağırlık merkezinin ekonomik olduğu şüphesizdir. Bundan dolayı, küreselleşme meseleleri de çoğunlukla ekonomik niteliklidir. Ancak bu çalışmada, küreselleşme ekonomik boyutunun ötesinde kültürel bir olgu olarak analiz edilmektedir. Bu çalışmada seçilen on ülkede etkili olan küresel güçlerden bahsedilmekte, bu güçlerin yerel kültürle etkileşimi incelenmektedir. O halde çalışmanın konusuna medeniyetlerin bakış açısıyla kültürel küreselleşme denilebilir.

Kitabın Arka Planı

Küreselleşme, aslında yeni bir kavram değildir. Küreselleşmenin geçmişi insan ilişkilerinin başladığı çok eski zamanlara dayanmaktadır. Ama özellikle II. Dünya Savaşı sonrası dönemde böyle büyük bir savaşı bir kez daha yaşamamak için küreselleşmenin hız kazandığı söylenebilir. Küreselleşme, üzerinde çok fazla tartışmaların yapıldığı çok boyutlu bir kavramdır. Küreselleşmeyi dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insan, toplum ve devletler arasındaki iletişim ve etkileşim derecesinin karşılıklı bağımlılık haline gelmesi olarak tanımlamak mümkündür (Bozkurt, 2000).

Giddens, küreselleşmeyle birlikte dünyanın köklü bir değişim sürecine girdiğini, temellerinin ekonomiye dayandığı bu değişim sürecinin yeryüzünün belirli bir bölgesiyle sınırlı olmadığını, zamanla her ülkeyi kapsayacağını belirtmektedir (Giddens, 2000: 21-28), Küreselleşme yalnızca siyasal ve ekonomik alanları değil aynı zamanda kültürel alanı da etkileyen bir süreçtir. Dünya siyasal ve ekonomik alanların dışında kültürel aktarımdan dolayı da küresel bir bütünleşme içine girmektedir (Talas ve Kaya, 2007: 150).

Günümüzde küresel kültür; dinamik yapılı ve sürekli akış içerisinde olan bir olgudur. Küreselleşmenin kültürü türdeşleştirdiği ve gelişmiş ülkelerin, giyimden beslenmeye, televizyon programlarından dizilere gelişmemiş ülkelerin yerel özelliklerini, alışkanlıklarını ve geleneklerini etkisiz hale getirdiği yönündeki düşüncelerin aksine bu kitapta küresel olanla yerel olanın ilişkisini anlatmak için küre-yerelleşme (globalleşme) kavramı kullanılmaktadır. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse bu kavram yerelliğin oluşturulması, içselleştirilmesi ve yeniden eklenmesi biçiminde tanımlanabilir (Sarıbay, 2004: 40).

Küreselleşme ile yerel kültür karşılaşınca dört olasılığın ortaya çıkacağı da söylenmektedir. Bu olasılıklar; yerel kültür yerine küresel kültürün ortaya çıkması, küresel ve yerel kültürün önemli bir birleşme göstermeden bir arada var olması, küresel ve yerel kültür arasında sentez oluşması ve güçlü bir yerel kültürle küresel kültürün reddedilmesi olarak ifade edilebilir

(Berger, 1997: 23-29). Bu dört olasılık da günümüzde hala tartışma konusudur. Bu çalışmada seçilen on ülkenin bakış açısıyla kültürel küreselleşme bağlamında bir değerlendirme yapılması amaçlanmaktadır.

Kitabın Problematığı

21. yüzyıl toplumsal dinamikler açısından büyük bir değişimi de beraberinde getirmektedir. Küreselleşme, yaşanan bu toplumsal değişim ve dönüşümlerin bir simgesi olarak kullanılmaktadır. Küreselleşme hakkında hem olumlu hem olumsuz değerlendirmeler yapılmaktadır. Küreselleşmenin toplumsal ilişkilerde yarattığı karmaşık ve çok boyutlu etkiler yoğun bir biçimde tartışılmaktadır. Küreselleşmenin kültürel boyutu da bu anlamda güncelliğini koruyan bir alandır. Günümüzdeki hızlı toplumsal değişimin kültürler arasında da yoğun bir etkileşim yarattığı, küreselleşme dinamiklerinin çift yönlü bir etkileşim içinde küreselin yerele, yerelin de küresele ulaştığı ve kültürel etkinin heterojenleşme yönünde olduğuna ilişkin görüşlerin artması bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Kitabın Araştırma Soruları

Çalışmanın incelenmesi neticesinde başlıca araştırma soruları olarak şunlar tespit edilmiştir;

- 1) Kültürel küreselleşme nedir?
- 2) Kültürel küreselleşmenin dinamikleri nelerdir, en etkilisi hangisidir?
- 3) Küreselleşmenin dinamikleri bağlamında seçilen ülkelerin küreselleşmeye tepkileri nasıldır?
- 4) Yabancı ve yerel kültür öğelerinin sentezi mümkün mü?

Kitapta Ulaşılan Sonuçlar

Kitabın araştırma sorularından hareketle varılan sonuçlardan bahsetmek gerekirse; öncelikle ilk araştırma sorusu olan kültürel küreselleşme olgusundan söz edilebilir. Küreselleşmenin kültürel yönü, toplumların karşılıklı iletişim ve etkileşiminin sürekli olarak artması ile açıklanabilir. Bunun yanında, yurttaşlık kimliği gibi genel kimlik yapılarının yerini farklı etnik, dinsel, sosyal ve siyasal kimlikler almaya başlamıştır. Bunun yanında tüketim ve popüler kültür gibi etkenlerle de toplumların birbirine benzeme süreci söz konusudur. Dünyanın hemen her yerinde giyilen blucinler, İngilizcenin küresel dil haline gelmesi, aynı müziklerin dinlenmesi gibi olgular, kültürel açıdan bir küreselleşmenin yaşandığını da göstermektedir. İşte bu ve benzeri koşullar küreselleşmenin toplumsal ve kültürel anlamda da kendisini göstermeye başladığının kanıtıdır.

Kültürel küreselleşmeyi açıkladıktan sonra kültürel küreselleşmeyi belirleyen temel dinamiklerden bahsetmek gerekir. Küreselleştirici güçlerin günümüzdeki yaygınlığı ve kültür üzerindeki etkileri çok yönlü ve karmaşıktır. Bu güçler arasında birinci sırada, elit iş dünyası yer almaktadır. Berger Davos kültürü olarak tanımladığı bu ilk dinamikte bir elit kültürüne değinmektedir. İkinci unsur vakıflar, akademik haberleşme ağları, sivil toplum kuruluşları, çok uluslu örgütler gibi oluşumların unsuru olan bir kültür biçiminde yer almaktadır. Bu küreselleşmeyi Berger Akademisyenler Kültürü ya da entelektüel seçkinler olarak isimlendirmekte, çevreciliği ve feminizmi buna örnek olarak göstermektedir. Küreselleşmenin üçüncü görünümünü "Mc World Culture" yani popüler kültür olarak isimlendirmektedir. Amerikan tarzı jean, T-Shirt giymek, Amerikan TV dizileri ve filmleri seyretmek, Amerikan fast foodları tüketmek bu duruma örnek gösterilebilir. Dördüncü olarak da diğer üçüne göre daha az etkili olan dinsel hareketlerden bahsetmektedir. Küreselleşmenin bu dört dinamiğinde en etkili olan şüphesiz popüler kültür olmuş onu Davos kültürü ve Akademisyenler kültürü izlemiştir.

Kültürel küreselleşmenin temel unsurlarını açıkladıktan sonra araştırma yapılan ülkelerde kitapta bahsedilen davos kültürü, popüler kültür ve akademisyenler kültürü kategorileri bağlamında elde edilen sonuçlara kısaca bakmakta fayda vardır.

Alternatif Modernlik olarak seçilen ilk ülke olan Çin'e bakmak gerekirse; Çin'de bir kişinin bir taraftan Coco Cola içip Mc Donalds yiyerek, NBA maçları ve Japon çizgi filmleri izleyerek küresel kültürden zevk alması onu benimsemesi diğer yandan siyasal düzeyde milliyetçi olması mümkündür.

İş dünyasında ise batının giyim tarzını, dilini kullansalar da evlerine döndüklerinde yine geleneksellerdir. Buna konfüçyusçu tüccar denilmektedir. Çini ayakta tutan uygulamanın bu olduğu söylenebilir.

Akademik Kültür açısından bakıldığında Çin'de 1980'lerden sonra batı dünyası kendini demokrasi, özgürlük, piyasa üzerine yazılan kitaplarla göstermiştir. Bununla birlikte tüketiciyi ve çevreyi koruma ve feminizm konularında da çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

İkinci ülke olarak ele alınan Tayvan'da kültürel küreselleşme ile yerelleşme arasındaki karşılıklı etkileşimden bahsedilmektedir.

Davos Kültürüne göre Tayvanlı iş adamları sürekli Amerika'ya iş için gidip gelmekte ortak dil olarak İngilizceyi geliştirmektedir. Ancak Tayvanlılar için iş her şey demek değildir. Onlar için Aile, şirketten önce gelmektedir. Aile yapısı gibi şirkette de sadakat bağlılık uyum önemlidir. Bu yüzden yabancı yöneticiler Tayvanlılarla iş yapmayı zor görür. Tayvanlılara

göre küreselleşme yerel kültürün yerini almamalı, her iki kültür de çatışmadan var olabilmelidir. Çok uluslu şirketler yerel şirketlerle bir arada bulunup iş yapabilir. İş kültürü arasındaki farklılıklar kültürel bir engel değildir.

Akademik Kültüre göre Amerika'ya giden Tayvanlılar orada öğrendikleriyle ülkelerine döndüklerinde çeşitli işler yapmaktadırlar. Gazete ve dergilere aktardıkları yazılarında Amerika'da yaşadıkları tecrübeler yer almaktadır. Kısacası Sosyal bilimlerde, edebiyatta küreselleşme ile yerelleşmeyi bir arada görmek mümkündür.

Popüler kültüre bakıldığında ise medyanın rolü göze çarpmaktadır. Reklam, televizyon ve sinemada batı tarzı küresel zevk görülmektedir. Tayvan'da popüler kültürün küreselleştirici gücü ne kadar ağır bassa da kültürel özgünlük arayışı içinde olmuşlardır. Bu bağlamda yerel kültürel kimlikleri yeniden kurmaya çalışmaktadırlar. Tayvan'da mutfak kültürü, çayhaneler, antika koleksiyonculuğu küreselleşmeye verilen önemli bir yanittir. Tayvan yerel kültürünü küreselleşmeyle yeniden canlandırmaktadır.

Çalışmada ele alınan üçüncü alternatif küreselleştirici ülke Japonya'dır. Japonya'da küreselleşmeyle alışkanlıkların, yaşam tarzının değişiminden bahsedilmektedir.

Davos Kültürü çerçevesinde bakıldığında Japonya'da yönetimde değişim ve dönüşüm zorunlu görülmüştür. Japonya yönetim kültüründe egemen olan ömür boyu iş güvencesi ve kıdeme bağlı terfi uygulamaları küresel ölçekte verimsiz görülmektedir. Bunlardan tamamen vazgeçmek yerine düzeltilerek sürdürülmesi amaçlanmıştır.

Popüler Kültürde ise geleneksel Japon yemeklerinin ve yeme alışkanlıklarının fast foodlaştığı görülmektedir. 1970'lerde Japonya'da garsonların olduğu masalara servislerin yapıldığı restoranlar varken artık hızlı ucuz ve lezzetli kabul edilen Mc Donalds ön plandadır. Japonya gibi piring ve balık yiyen bir kültür nasıl oldu da et yemeye ikna oldu? Bu üzerinde tartışmaların sürdüğü bir konu olmuştur. Ancak Amerika'nın uyguladığı strateji bu soruya en uygun cevap olabilir. Öncelikle hamburger yapılan yerler sıradan yiyecek olarak göstermemek için yüksek gelirlilere hitap eden lüks yerlere kurulmuş daha sonra kent merkezine doğru yayılmıştır. Bu duruma gelinmesinde Japon toplumunun kentleşmesi, ekonomik büyüme, evde yemek yerine dışarıda yemek yeme isteği, basit ve kolay hazırlanışı bakımından müşterinin uzun süre beklememesi gibi etkenlerin varlığından da söz edilebilir. Popüler kültür Japonya'da sadece

yeme alışkanlığını değil giyimi de etkilemiştir. Giyimde de T-shirt, kot pantolon gibi basit, kolay ve sade giyim ön plan çıkmaktadır.

Japonya akademisyen kültürüne bakılacak olursa Akademisyenler arasında batı ve Amerika'yı örnek alan bir yaklaşım vardır. Japonya'da yabancı işçi sayısının artması ve bu kişilere siyasal katılma hakkının tanınması insan hakları çerçevesinde uygun görülmüştür. İnsan hakları dışında çevre ve feminizm konularında da Japonya'da batının etkisini görmek mümkündür.

Dördüncü ülke olan Hindistan'ın küreselleşmeye bakış açısı kaderle randevu olarak ifade edilmektedir. Hindistan'da küreselleşmenin kendini en çok gösterdiği alan popüler kültürdür. Coco Cola, Hundai, kahve reklamları Hintli gençlerin alışkanlıklarını etkilemektedir. Batının etkisiyle Hint tüketim kültüründe çok uluslu şirketlerden KFC'de patlama olduğu görülmektedir. Yerel çiftçiler, bu markanın yerel besiciliğin sonunu getireceğini düşünmektedir. Yapılan tüm stratejilere rağmen, Hint halkı Mc Donalds'ı sevememiştir. Ekmek arası köfte onların yemek kültürüne göre değildir. Restoranda giden insanlardan bazıları et olup olmadığını kontrol etmek için yemek yiyeceği tabağı koklamakta bazıları mutfakları kontrol etmektedir. Mc Donalds yeni bir strateji üreterek yiyeceklerin adını değiştirerek Big Mac yerine Hintlilerin geleneksel yiyeceklerinden olan "maharac mac" ismiyle hamburgeri yeniden sunmak istemiştir. Bu sefer de halk baharatsız olduğu için lezzetsiz bulmuştur. Bu hususta çok uluslu şirketler Hint pazarına girmekte zorlanmıştır. Bu durumun istisnası ise Pizza Hut şirketi olmuştur. Pizza, Hint halkına güvenilir ve yerel geldiği için tercih edilmiştir. Bununla birlikte Mc Donalds'ı kabul etmeyen Hint toplumu Çin yemeklerini yerelleştirip Hint damak tadına uygun hale getirmiştir. Diğer Asya toplumlarından farklı olarak Hindistan, demokraside de ileri olan bir ülkedir. Ekonomik liberalleşmeye, büyümeye serbest ticarete isteklidir.

Hindistan için varılan genel sonuç, yerelleşmenin vazgeçilmez oluşudur. Batılı ve Hintli kültürün melezleştiği söylenebilir. Ekonomik olarak küresel piyasada başarı sağlanabilirken, kültürel olarak Hintli kalmak mümkündür.

Çalışmanın ikinci bölümü bölgesel küreselleşme adı altında iki ülkeyi ele almaktadır. Bunlardan birincisi Almanya'dır.

Siyasi, ekonomik ve toplumsal kültür olarak bakıldığında Almanya ve Amerika arasında benzerliklerin olduğu görülmektedir. Batı ülkeleri arasında teknolojik gelişmelerden dolayı Almanya'nın en çok küreselleşen ülkelerden biri olduğu söylenebilir. Ancak Almanya'nın doğusu için aynı şeyi söylemek zordur. Doğru Almanya, Amerikasız Almanya olarak ifade edilmektedir.

Zamanla Doğu Almanya'da Batı gibi olmaya başlasa da ekonomi, basın özgürlüğü ve turizm gibi alanlarda hala Batı Almanya'dan geridedir.

Davos Kültürü çerçevesinde bakıldığında Alman toplumuna göre küreselleşmede dilden daha önemli unsur olmadığı sonucuna varılabilir. Mal, teknik ve moda ülkede derin iz bırakmadan ithal edilebilir ama dil öyle değildir. Yabancı dil günlük konuşma dili olmaya başladığında yerel kültür derinden etkilenmektedir. İngilizce de böyle olmuş, Alman yaşamına moda, müzik, ekonomi ve siyasette yavaş yavaş girmiştir.

Akademisyenler kültürü çerçevesinde bakıldığında ise hukukun üstünlüğü, adalet, çevre ve insan hakları bakımından Amerika'nın örnek alındığı söylenebilir. Akademisyenler kendilerini küreselliği temsil eden unsur olarak görmekte, medyada küreselleşme konusunda açıklamalar yapmaktadırlar.

Özetle Alman toplumu küreselleşmeye açıktır ve kültürel olarak küresel dünyanın vazgeçilmez bir paçasıdır. Her alanda yüksek teknolojik gelişmelere önem vermektedir. Bu sebeple Alman küreselleşmesi Amerika'nın ekonomik çıkar peşinde olan ülke olduğunu iddia ederek kendilerini Amerikan dışı küreselleşme olarak açıklamaktadır. O halde Almanya'nın amacının küresel bir aktör olmak ama Avrupa kültürünü yaşatmak olduğu söylenebilir.

Diğer bir ülke olan Macaristan ise yabancı kültürleri ithal ederek yerel kültürü canlandırmak istemektedir. Doğu Avrupa'da komünizm çökünce hızlı kültürel küreselleşme yaşanmıştır. Bu ülkeler arasında en çok küreselleşenin Macaristan olduğu söylenebilir. Kültürel küreselleşme bağlamında Amerikan müziklerini, hızlı yiyecekleri ve modayı popüler kültür olarak değerlendirir ve içselleştirir.

Macaristan denetimli küreselleşme yoluna gitmektedir. Dış ticarete ilerlemeye IMF ve Dünya Bankasıyla ilişki kurmaya, Batı edebiyatını takip etmeye ve İngilizce öğrenimini yaygınlaştırmaya gitmiştir. Ancak Macaristan kültüründe yok olan bir şey görünmemektedir. Aksine kültür mücadelesi vermekte, kültürel uzlaşma ve denge sağlama amacı gütmektedir. Hamburger Macarlıların geleneksel yemeği olan gulaşı yok edememiştir. Amerikalıların sert sigara üretimine karşılık Macarlılar hafif sigara tüketmektedir.

Özetle, Macaristan'da küreselleşmenin karşı konulamaz bir olgu olmadığı, Macaristan'la Dünya arasında kültür alışverişi yapıldığı söylenebilir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde çeper ülke olarak seçilen üç ülkede kültürel küreselleşme ele alınmaktadır. Bu ülkelerden ilki Güney Afrika'dır.

Gelişmekte olan ülkeler arasında diğerlerinden daha erken küreselleşmenin etkisine giren ülke olduğu için Güney Afrika'nın seçildiği söylenebilir.

Güney Afrika 1970'lere kadar batıyla etkileşime geçmemiş pek çok yönden modernleşmeyi sağlayamamıştır. Ülkede demokrasiye geçilmesiyle birlikte uluslararası ticarete, çok uluslu kuruluşlara katılmaya, müziğe ve dansa önem verildiği görülmektedir.

Davos Kültürü açısından bakıldığında; Güney Afrika merkezli şirket kültürünün Amerikan tarzına çok benzediği görülmektedir. Güney Afrikalı yöneticilere göre aradaki tek fark saat farkıdır. İş kültürü ortaktır. Çok uluslu şirketler ise tam tersini üstte Amerikan cilası altta yine gelişmemiş toplum olduğunu iddia ederler.

Popüler Kültür açısından bakıldığında; ülkenin reklam sektörünün ve medyasının küreselleştirici unsur olduğu söylenebilir. Reklamlarda bile Amerikan sesleri kullanılmaktadır. Amerikanlaşma Kuaförlere ve saç modellerine bile yansımaktadır. Batılı tarzda düz saç modelleri kadınlar arasında yaygınlaşmaktadır. O halde Güney Afrika'nın Amerikan kültürünü sünger gibi emdiği söylenebilir.

Akademisyen Kültüründe ise Afrika rönesansından bahsedilebilir. Demokrasi ve insan hakları, kadınların özgürleştirilmesi ve ekonomik kalkınma için çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Ayrıca sağlık sektöründe de ciddi hukuki uygulamalar yapılmıştır. Sigara ile ilgili sert bir yasa çıkarılması, reklam ve kampanyalarda sponsorlukların yasaklanması bu duruma örnek verilebilir.

Özetle, Güney Afrika geçmişten gelen miraslarını devam ettirerek, bugünü ve geleceği için küreselleşmelidir. Güney Afrika'nın batı düşüncesini kabul etmeye uygun bir ülke olduğu sonucuna da varılabilir.

Bu bölümde incelenen diğer bir ülke Şili'dir. Şilinin modernleşmesinde serbest piyasa ekonomisinin katkısı oldukça fazladır. Küreselleşmeyle, devlet müdahalesinin azaltılması, özelleştirmelerin artması gibi politikalar uygulanmaktadır.

Davos Kültürü çerçevesinde iş adamlarının küreselleşmede büyük rol oynadığı söylenebilir. Bu kişilerin Amerikan okullarından mezun olduklarına da dikkat çekmek gerekir.

Şili’de popüler kültür bakımından küreselleşmenin en çok görüldüğü sektör giyim ve yiyecektir. Toplum ABD’den ithal edilen, Çin ya da Kore malı kıyafetleri giymekte, Japon çizgi filmleri izleyip, İtalyan ve Çin yemekleri tüketmektedirler. Ancak Şili Mc Donalds’ı tüm porsiyonların ölçülü olması kalabalık ve gürültülü olması bakımından eleştirir. Şili daha çok Çin yemek kültürünü kendine yakın bulur. Şili sadece yemek kültürü bakımından değil sosyallik bakımından da ABD ile terstir. ABD de yabancılarla işbirliği, ortaklık önemlidir. Şili de ise tandık insanlarla yapılan iş ilişkisi önemlidir.

Kısacası, Şili’de bir tarafta modern, yenilikçi, ticari ilişkilerde küreselleşmiş seçkinler diğer tarafta, gelenekselliğini koruyan seçkinler yer almaktadır.

Çalışmada incelenen son çeper ülke Türkiye’dir. Türkiye, son on yıl içerisinde çok hızlı değişim ve dönüşüm geçirmiş, bu değişimler toplumun her alanını etkilemiştir. Bunun en önemli göstergesi İslam’ın yükselişidir. Türkiye’nin amaçladığı küreselleşmeyle İslam’ı zıtlılaşmak değil uzlaşmayı sağlamaktır. O halde Türkiye’nin kültürel küreselleşmesinde batılı değerler ile geleneklerin ve özgünlüğün bir arada olmasına olanak verildiği söylenebilir.

Türkiye’nin küreselleşmesinde öne çıkan bir diğer durum ekonomik liberalleşmenin kabul edilmesidir. Küreselleşmeyle birlikte Türkiye’de sivil toplumdan bağımsız olmak isteyen güçlü devlet anlayışı değişmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle sivil toplum, demokrasi ve halk eksenli modernlikler görülmektedir.

1980’lere Türkiye ulusal sanayi çerçevesinde örgütlenmiştir. 1980’lerden sonra İslami sermayenin ekonomide bir aktör olarak güç kazandığı söylenebilir. Bunlara örnek olarak çalışmada TÜSİAD, MÜSİAD ve SİAD olmak üzere üç kurumdan söz edilmiştir. Bunların küreselleşmedeki etkisine kısaca bakmakta fayda vardır. İlk olarak Tüsiad, zenginler kulübü olarak bilinmektedir. Türkiye’nin Avrupa tarzına göre küreselleşmesinden yanadır. Ulusüstü ekonomiden yana olup, geleneklerden çok bilgiyi öne çıkarmak ister. MÜSİAD ise İslam’la serbest piyasanın bir arada olabileceğini gösterir. Dinsel topluluklarla bağlantısı vardır. Etkinliklerinde İslam öne çıkmaktadır. Ekonomik hayatta inançlı Müslüman toplum arasında güvene dayalı birlik oluşturmayı amaçlamaktadır. SİAD’lar ise devlet desteği olmadan tümüyle uluslararası ticarete bağlı yerel kalkınma sağlamayı ister.

Bu üç örgütten yola çıkarak, Türkiye’de İslam ile ekonomik aktörler arasında güçlü bağ olduğundan söz edilebilir. Kültürel küreselleşme geleneği yeniden canlandırmıştır. İslami kimlik artık değişime kapalı değildir. Ayrıca

İslam'la batı arasında bağlantı kurulabileceği, İslam'ın ekonomik ve kültürel küreselleşmenin içinde yer alabileceği söylenebilir.

Türkiye'de 1980'lerden sonra popüler kültüre bakmak gerekirse toplumun beğeni ve ilgi alanlarında değişiklik olduğu görülmektedir. İşletmeler tabelalarında Türkçe isimler kullanmak yerine (merkez yerine "center", dükkan yerine "shop") İngilizceyi tercih etmeye başlamıştır. Ancak bunların Türkiye'de yer bulması kadar, Türk unsurlarının da uluslararası alanda tanındığını belirtmek gerekir.

Son olarak Türkiye, tüm medeniyetlere küreselle yerelin çatışma halinde olmadığını hatta bu durumun avantaj olduğunu, bir arada yaşamının da mümkün olabildiğini göstererek küreselleşmenin kültürel boyutuna önemli bir katkı sağlamıştır.

Çalışmanın son bölümünde seçilen ülke küreselleştirici olarak adlandırılan Amerika'dır. Amerikalılar, nesnelere bir çığ yaratmış, bu nesnelere dünyanın her yerine yayılarak günlük hayatın parçası olmuştur. ATM, basketbol, hamburger, kaykay, cep telefonu, bilgisayar, kamera, microdalga fırınlar bu nesnelere örnek verilebilir. Özellikle Coco Cola ve Mc Donalds bir günde milyarlarca insana ulaşmaktadır.

Amerikalılar ekonomide, siyasette ve kültürde bir dünya kültürü yaratmıştır. IMF, DB ve DTÖ gibi kuruluşlar dünyaya egemen olmak isteyen örgütler olmasından dolayı, Amerika sermayesinin de birinci ve en önemli aracı bu kuruluşlar olduğu için ülke, canavarın karnı olarak nitelendirilmiştir.

Günlük yaşamda, iş adamları ülkeden ülkeye seyahat ederken hep aynı tarz konforu görürler. Sağlanan imkanlar üst düzey Amerikalı yöneticiler düşünülerek yapılmıştır. Davos kültürüne göre dil çok önemli küreselleştirici unsurdur. Uluslararası iş dünyasının dili İngilizcedir. İkinci bir dil bilmeye gerek duymazlar. Davos ve Popüler kültürün temel unsuru tüketicidir. Tüketicinin seçme şansı ne kadar çok olursa o kadar çok şey ister ve sürekli değişim dönüşüm olur.

Amerika, iç içe bağlantıları artmış, küçülmüş, küresel bir dünya inşa etmek istemektedir. Sonuç olarak, teknolojik ve küresel şirketlerin çoğu Amerika'dan gelmekte, iş adamları Amerikan okullarında okumakta, en iyi markalar Amerika tarafından üretilmektedir. O halde kendilerinin örneğinde bir dünyanın oluşmaması da imkansızdır. Son olarak geldiğimiz noktada ABD'de doğru olan her şey her ülkede doğru olmasa da, dünya ABD'yi andırıyor denilebilir.

Kitaba Yönelik Değerlendirmeler ve Eleştiriler

Son olarak tüm ülke incelemelerinden yola çıkarak genel bir değerlendirme yapmakta fayda vardır. Tüm ülkeler göz önünde bulundurulduğunda on ülkeden en dikkat çeken Japonya olmuştur. Çünkü Japonya yaşam tarzı ve tüketim kalıplarını değiştirmesine rağmen hala otomotiv, elektrikli alet üretimi gibi pek çok sektörde öncelikli tercih edilen olmaktadır. Bu ürünlere güven küreselleşme sürecinde de değişmemiştir. O halde Japonya, Amerika kaynaklı olduğu için değil güvenildiği için küreselleşme yaşıyor denilebilir.

Kitapta, toplumlar arası bağlar giderek arttığı için, kültürel küreselleşmenin alternatif modernlikleri beraberinde getirdiği görülmektedir. Böylece toplum kendini küresel dünyanın bir parçası olarak görmeye başlamaktadır. Buradan küresel kültürün kodlarının aslında yerli kaynaklarda mevcut olduğu ve kendi kendilerini yeniden üretecekleri sonucuna varılabilir.

Çalışmadan çıkarılan sonuçlardan bir diğeri kültürel küreselleşmenin, siyasal milliyetçiliği ortadan kaldırmadığıdır. Belli koşullarda ikisi bir arada var olabilir. İncelenen ülke halkları ithal edilen kültürü kabul etme ve yerelleştirme eğilimindedir. Küreselleşme ile yerelleşme arasındaki etkileşim kültürel heterojenliğe ve melez kültür oluşmasına yol açmaktadır. Melez kültürler, toplumların kendi sentezlerini oluşturma çabaları olarak değerlendirilmektedir (Berger, 1997: 23-29).

Aynı zamanda Davos kültürü ile akademisyenler kültürü arasında da sentez oluştuğu söylenebilir. Her ülke modernleşme, batılılaşma, uluslararasılaşma sloganlarıyla yaşam tarzı ve iş dünyasında küreselleşmiştir. Araştırma konusunu oluşturan ülkelerdeki kültürel küreselleşmenin, hem batılı değerlerin evrenselleşmesini hem de yerel değer ve geleneklerin yeniden canlanmasını sağladığı söylenebilir.

Küreselleşmenin kültürel sonuçları ile ilgili olarak çalışmada en fazla öne çıkan husus dünyada oluşan bir küresel kültürün gerçekten var olduğu ve Amerikan ağırlıklı olduğudur. Amerikan kültürü, küresel kültür olarak pek çok alanda yaygınlık kazanmaktadır. Kültür ihracatçısı olan ülke siyasi, ekonomik ve teknolojik gücünü diğer ülkelere yayabilmektedir. Bu çalışmada da kültür ihracatçısı olan ülke Amerika'dır. Bu durum "Amerikanlaşma", "McDonaldslaşma" gibi kavramlarla ifade edilmektedir (İçli, 2001: 166). Araştırmada geçen çok uluslu şirketlerin amacı, dünyanın her köşesinde standartlaşma sağlamaktır. Amerikanlaşma kavramına rağmen çalışmada incelenen ülkeler geleneksel ve yerel olanla küresel ve

modernitenin birleştığı yerdedir. O halde son araştırma sorusu olan küresel ile yerel kültür arasında sentez olabilir mi sorusuna evet cevabı verilebilir.

Eleştirel bir göz ile bakacak olursak; kitapta tekdüzelik olduğu söylenebilir. Bununla birlikte kitapta ülkeler yerine bölgeler incelenmiş olsa tüm dünyayı anlamlandırabilmek daha kolay olabilirdi.

Çalışmanın olumlu yönlerinden de bahsetmek gerekirse öncelikle kitabın incelenen ülkelerde uzun süren araştırmalar sonucu oluşturulduğu söylenebilir. Bu çalışma daha önce örneği görülmemiş bir şekilde küresel kültürün en önemli boyutlarını belirleyip akışı ona göre yönetmekte, incelenen ülkelerin küresel kültüre ret, kabul ve sentez şeklinde tutumlarını ortaya koymaktadır. Ayrıca kitaptaki on makaleyi yazan yazarlar, ele aldıkları devletin özelliklerini en iyi bilen o toplumun temsilcisi olan bilim insanlarıdır.

Son olarak "Bir Küre Binbir Küreselleşme" kitabı, dünyanın farklı bölgelerindeki farklı ülkelerin küresel kültürünü bizlere gösterdiği, küreselleşmeye verilen tepkinin ne kadar güçlü olduğunu ve küreselleşmenin kaynağı olan ülkeyi ortaya koyduğu ve bu aşamalarda sürükleyici ve akıcı bir dil kullandığı için kendi kanaatim kitabın olumlu yönlerinin ağır bastığı yönündedir.

KAYNAKÇA

Berger P. & Huntington, S. (2003). *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme*. (Çev.). Ortaç, A. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Berger, P. (1997). *Four Faces of Global Culture (Küresel Kültürün Dört Yüzü)*. National Interest, Cilt 49.

Bozkurt, V. (2000). Küreselleşme Kavramı, Gelişim ve Yaklaşımlar. *İşgüç the Journal of Industrial Relations and Human Resources* 2(1), 1-25.

İçli, G. (2001). Küreselleşme ve Kültür. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 25(2), 163-172.

Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Talas M. & Yaşar K. (2007). Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları. *Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi* 22. 149-162.

Huntington hk. Erişim Adresi: <https://Www.Biyografi.Net/Kisiyrinti.Asp?Kisiid=2690>, Erişim Tarihi: 24.11.2019.

Peter L. Berger (1929-2017) Fenomenolojik Din Sosyolojisi. (Ed.). Erişim Adresi: <https://Andcenter.Org/Tr/Marifetdivani/Peter-L-Berger-1929-2017-Fenomenolojik-Din-Sosyolojisi/>, Erişim Tarihi: 24.11.2019.