

KÜRESELLEŞME ULUSLARARASI İLETİŞİM: KÜLTÜREL DEĞİŞME SÜRECİNDE KİMLİKLER

Yrd. Doç. Dr. Nimet ÖNÜR*

ÖZET

Bu çalışmada amaç, küreselleşmenin bir oluşum süreci olarak etkililiğini sürdürdüğü varsayımıyla, dünya toplumlarının kültürlerinde ve bu kültürler içinde yer alan kimliklerde meydana gelen değişimleri, modernleşme kuramı içinde iletişim ve gelişme perspektifi ile incelemektir. Araştırma konusu olarak, küreselleşme, küreselleşmenin dinamikleri ve küresel iletişim süreci ve bu sürecin ulus kültürüne ve ulus kültürleri oluşturan alt kültürüne olan etkisi temelinde kolektif ve bireysel kimlikler ele alınmaktadır. Tüm toplumlarda devam etmekte olan endüstrileşme ve kapitalistleşme süreçleri bu toplumların birbiriyle daha yoğun iletişime girmelerini sağlamaktadır. Böylece bir yandan endüstrileşme, diğer yandan kapitalistleşme toplumların kültürleri üzerinde değişme yönünde etkili olmaktadır. 1990'lı yıllardan itibaren kapitalizmin geldiği "çok ulusluluk" dönemi, küreselleşme sürecinde önemli bir etkidir. Uluslararası iletişim endüstrileri ile birlikte, kültürleri zaman ve mekan olarak yerlerinden çıkarmakta-bozmakta ve yamalı hale getirmektedir. Böylece kültürel kimliklerde de bir takım "ara oluşumlar", "melez" yapılanmalar ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak toplumlarda; a.Müşteri kimliği b.Ulus kültürleri içindeki alt kültürüne ait kimliklerde canlanma, c.İletişim endüstrilerinin yaygınlaştırdığı postmodern değerlerin, mikro uluscu, etnik dinsel kimlikleri önemli hale getirdiği görülmektedir.

GİRİŞ

1980'li yıllardan itibaren dünya toplumları arasında giderek artan bir biçimde, endüstri, finans, teknoloji, iletişim, vb. alanlarda yeni işbölümü, birleşmeler, politik eşgüdüm ortaya çıkmakta ve bu süreç devam etmektedir. 1990'lı yıllardan itibaren "küreselleşme" olarak kavramlaştırılan bu gelişmeler, çok uluslu şirketlerin oluşumunu, etkinlik alanlarını giderek genişletmektedir.

Küreselleşme ne yönden yaklaşırsa yaklaşılsın, bir süreç olma özelliğini korumaktadır. Batı toplumları diğerlerine göre merkez ülkeler olarak, bir takım avantajlara sahip olsalar da, küreselleşmenin kendisi ulus-üstü bir oluşum olduğu için, dünya toplumları bu sürece toplumsal evrim sürecinin farklı basamaklarından

* Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi.

katılmaktadır. Dolayısıyla "dönüşüm ya da geçiş" tüm toplumlar için geçerliliğini korumaktadır. Dünya bu yeni oluşuma geçerken, ulusal engeller giderek önemini kaybetmektedir. Bu durum bölge ve dünya ölçeğinde yeni toplumsal bütünleşmeleri motive etmektedir. iletişim teknolojilerindeki değişimler ve uluslar arası iletişimin yapılanması bu değişmelerin hem öncülerinin hem de sonuçlarının önemli bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Bu durum kültürel alanı da etkilemektedir.

İletişim endüstrileri ve ürünlerinin ulusal engelleri çok önceki dönemlerden bu yana aşmış olması, ulus kültürleri ve yerel kültürleri zamanından ve mekanından kaydirmakta ya da kültürler arası eklektik yeni sentezlerin (oluşumların) ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır. Dünya toplumları, küresel kültür akımlarının yoğunluğu ve hızı karşısında yeni kültürel bütünleşme ve çözülme süreçlerine girmekte, kültürel homojenleşmeye doğru gidiş içinde düzensizlikler, karşıtlıklar oluşturabilmektedir.

Bu gelişmeler, bu kültürlere ait tekil ve tikel kimlikleri etkilemektedir. Hatta yeni sentezler olarak değerlendirilebilecek "melez (hybrid)" kimlikler üretilebilmekte ya da yaratılan anomi ortamında toplumsal normlara güvensizlik, yönetim kaybı, vb. gibi ara oluşumlar ve tepkiler üretilebilmektedir.

KÜRESELLEŞMENİN DİNAMİKLERİ

Kapitalizmin geldiği son aşamanın yarattığı küreselleşme içinde, dünya toplumları tek kutupluluğa doğru giden evrim sürecine itilmektedir. Ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal alanlarda çok sayıda ve çok yönlü değişme eğilimiyle birbirlerine yönelmektedir. Bu yönelimin kökenleri çok gerilere kadar gitmektedir.

16.yy'da feodalizmin tasfiye edilmesinde kapitalizm, dünya ekonomik sisteminde bütünleştirici rol oynamıştır. Başlangıçtan beri dünya ekonomisi ölçeğinde bir sermaye hareketi, kapitalist dünya ekonomisinin kurulmasına yol açmıştır (Wallerstein, 1992:165).

19.yy'dan itibaren ise endüstrileşme modern topluma dönüşümde önemlidir. Batı toplumları 19.yy'dan bu yana kapitalistleşme ve endüstrileşme ile birlikte, içiçe günümüzün modern toplumlarına dönüşmüşlerdir. Endüstri alanları kapitalist üretimle birleşince, toplumsal artıda (birikimde) gözle görünür bir farklılaşma yaratmıştır. Bu durum dönemi içinde Batı toplumlarında hızlı bir değişim ivmesi sağlamıştır.

Küreselleşmenin günümüzdeki görüntüsü içinde Batı toplumlarının endüstrileşmesini takip eden modernleşme süreci üç alanda ortaya çıkmaktadır

(Smith, 1994:254-258). a.Teknolojik bir üstünlüğün gereği devletlerarası ortaya çıkan gerilimler, zorlamalar, b.Politik sosyal kurumların geçişini sağlayan kültürel bir üstünlük, c.Askeri ve teknolojik güç üstünlüğünden oluşan bir savunma gücü.

Smith, toplumların küreselleşirken modernleştiğini, modernleşmenin ise ulus devletlerin çıkmasında önemli olduğu görüşündedir. Günümüzde ulus devletler, ulus-üstü politikalarla siyasal bir aktör olarak, birbirine yönelmektedir. Ulus içi otoritenin ve yasallığın sağlanmasında düzenleme ve yaptırımlar koyarken, uluslararası düzlemde çatışmalar ve düzensizliklerle yüzyüze gelebilmektedir. Devlet, yapısal olarak küreselleşirken, modernleşmektedir. Ulus ötesi güçlerle ulus içi oluşumlar arasında, denge unsurudur. Kapitalist dünya ekonomisi içinde bir araya gelen devletler sisteminde ana güç noktası günümüzün kapitalist devletleridir. Oysa henüz kapitalistleşme sürecinin yaşandığı gelişmekte olan toplumlar ve üçüncü dünya ülkeleri, merkez ülkelerin eklemlediği dış toplumlar olarak, sistemin çevresini oluşturmaktadır.

Wallerstein, dünya toplumlarını, kapitalist dünya ekonomisi çerçevesinde çekirdek- yarı çevre ve çevre arasında yaşanan dengesizliklere rağmen, içiçe olmayı sürdürdüğünü iddia etmektedir (Aktaran Giddens, 1992:40-50).

Kapitalist dünya ekonomisi, orijinal olarak devletlerarası bütünleşmeleri gerçekleştirecek, dünya toplumlarını içine alan sistem haline gelmektedir. Bu süreç kültürel yönden, birçok gerilimlere ve zorlamalara neden olsa (Bauman, 1990:160-163). Batı toplumlarının modern kurumları diğer toplumlara aktarılmaktadır. Gelişmekte olan toplumlar ve üçüncü dünya ülkelerinde güdümlü (Chodack, 1973: 263-268), devlet aracılığıyla (dikey) ve aynı zamanda bu toplumların dış toplumlarla sermaye, endüstrileşme ve mal hareketiyle (yatay), karşı karşıya gelmeleri sonucunda modernleşme yönünde değişimler ortaya çıkmaktadır. Ancak bu süreç kendi iç dinamikleri içinde geleneksel ve yerel oluşumları da birlikte üretmektedir. Merkezdeki ülkelerin modernleşmesinde, yeni çağın, aydınlanma çağının etkisi söz konusudur. Oysa çevre ülkelerin böyle bir birikimi olmadığı için, dünya ölçeğinde modernleşmenin sancılı ve gergin geçmesine neden olmaktadır.

1980'lere kadar olan dönemde kapitalizm, artı değer oluşturmaya yönelik üretim mal ve sermaye hareketi ile, teknolojik yeniliklerin uygulanmaya konulmasını gerektirmiştir. Bu durum ulusal ve uluslar arası düzeyde tarımsal ve endüstri alanlarını geliştirmiş ve genişleterek merkez çevre ülkelerin etkileşimini artırmıştır. 1980'lerden sonra ortaya çıkan değişimler çok boyutlu (multi-dimentional) ve çok kademeli (multi-layerel) bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Bu sürecin yaşanması, üretim alanlarının küreselleşmesi ve rekabetin artmış olmasındandır. Bu noktada çok uluslu (multi-national) şirketlerin ağırlığı önemlidir. Dünya ekonomisindeki küreselleşme eğilimleri arttıkça, çok uluslu

şirketlerin ulus-aşırı /ötesi (transnational) etkinlik alanları genişlemektedir. Dünya ekonomisinin işleyişi içinde ortaya çıkan toplumlararası işbölümü sonucunda, bazı ülkeler belirli endüstri ve finans alanlarında özelleşirken, bazı endüstri alanlarının gerektirdiği bütçe ve finans olanakları gereği, çok uluslu şirketler, dünya pazarlarına yayılarak, toplumlararası teknolojik mal dolaşımını sağlamaktadır. Böylece şirketlerin çevresini küresel pazarlar oluşturmaktadır. Sermayelerin ulusal kimlikleri kaybolmakta, kurum kültürleri ön plana çıkmaktadır.

Ulus-ötesi ekonomik etkinlikler, küresel bir iletişim ortamıyla, toplumlararası işleyişini sürdürmektedir.

KÜRESEL İLETİŞİM

Küresel ekonomik yapılar karşılıklı olarak birbirini etkilerken, küresel iletişim yapısı, bu sistemin çatısını (frame work) oluşturmaktadır. Sistemin iletişim kanalları, ulus-ötesi şirketler ve ekonomik yapılar ile yerel ekonomilerin içice geçmesini sağlamaktadır. Bu süreç giderek uluslar arası iletişimin yapısal bir nitelik kazanmasıyla sonuçlanmaktadır.

Enformasyon ağırlıklı ekonomilere sahip ülkelerde iletişimsel verilerin artmasıyla (uluslararası bankacılık, sigortacılık havayolu, uluslararası haber ajansları vb.) bilgisayarla ile telekomünikasyon teknolojileri birleşmektedir. Kompüterize olmuş finans ve ticari bilgi arzı, büyüyen bir kar alanına dönüşmektedir. Bütün bu gelişmelerin sonucunda birçok ulus, bilginin kullanılması, birikimi ve geçişi ile ilgilenir hale gelmektedir. Bireysel alanlardan, ulus devletin bağımsızlığına kadar birçok alanda bilgi, değerli stratejik kontrol aracı ve mal olarak görülmektedir (Mowlana, 1986:41-42).

Uluslararası iletişim sistemi, ulus devletlerin ulusal politikalarıyla birleştiğinden, yerel ulusal ve küresel iletişim örüntüleri içice geçmektedir (Alleyne, 1995:60). Ancak ulus için toplumsal ilişki ve etkileşimlerde dengesizlikler, işlevsel olmayan (disfunctional) oluşumlar yaratabilmektedir. Endüstri toplumunun gerekleri temelinde ortaya çıkan ulus devletlerin, toplumu iletişim ve bilgi teknolojileriyle yerel ve ulusal düzeyde yeniden inşa etmeleri güçleşmektedir. Devletin para ve bilgi üzerinde kontrolünün azalması, ulusal bütünleşmeleri gevşetmekte uluslararası yönelimlere neden olmaktadır. Girişimciler küresel düşünüp yerel olanakları kullanmakta, küreselleşme ve yerelleşme işlevsel olarak birbirini tamamlamaktadır. Bu süreç içinde ekonomik ve toplumsal siyasal yapılar, yeni bir eğilim ve yönelim kazanmakta, farklı çap ve hızda modernleşme yönünde evrimleşmektedir.

Bilginin uluslararası akışı biçimleri ve kanallarını altı alt başlıkta toplamak olasıdır (Mowlana, 1986:1-4):

- Veri akışını sağlayan uydu ve gezegensel kaynaklarla birlikte bilgisayarlar ve ilgili teknolojiler
- Gazeteler, dergiler, kitaplar, teknik ve bilimsel gazetecilik ve haber ajansları
- Radyo, televizyon ve doğrudan yayın uyduları
- Film, kaset ve video, pazarlama reklamcılık ve kamuoyu yoklamacıları
- Posta, telefon, telgraf, teleks ve ilgili iletişim kanalları
- Dini ve diğer kişisel temaslar kapsamındaki turizm seyahat ve göçler

Devletler bir yandan merkez çevre ilişki ve etkileşimleri ile ekonomik olarak birbirine bağlanırken, iletişim sistemleri de (bir politik birim, bir ülke ya da bölge) zincirleme olarak birbiri içine geçmektedir. İletişim teknolojilerinin ilerlemesi, ulusal ve uluslararası marketlerde artan ölçekte alınır ve satılır hale gelmesi, bunların işlerliği ile ilgili kurumsal politikaların yaygınlaştırılması, iletişim zincirini tamamlayan halkaları oluşturmaktadır. Giderek artan oranlarda toplumlar bilgi sektörüne geçmektedir.

Dünya bilgi sektörü 1996 verilerine göre 1.370 milyar dolardır (ciro olarak). Bu sektörde en büyük payı iletişim hizmetleri % 43, bilgisayar hizmetleri % 18, donanım % 17, iletişim cihazları % 14, yazılım payı % 8'dir (Kalkan, 1997:6).

Dünyada en ileri iletişim teknolojileri ve ürünleri merkez (Batı) ülkelerden tam dünyaya yayılmaktadır (Hamelink, 1997:94-97). Örneğin 1994 yılı verilerine göre sırasıyla ilk üç sıra eğlence medyasında (Bertelsman, Walt Disney, New Comp, vb.) Almanya, A.B.D., İngiltere, Reklam ajanslarında (WPP, Saatchi & Saatchi, Inter Puplic, vb.) İngiltere, A.B.D., A.B.D.'dir. En büyük bilgisayar şirketlerinde (IBM, Toshiba, Fijutsu) A.B.D., Japonya, Japonya; en geniş elektronik şirketlerinde (Hitachi, Matsushita, General Electric) Japonya, Japonya, A.B.D.; en büyük iletişim pazarlarının (kitle iletişimi, telekomünikasyon, bilgisayarlar, vb.) ilk üç sırasını A.B.D. oluşturmaktadır. Dünyadaki bilgi kaynakları ve bilginin akışı ulus devletlerin kontrolünün dışına çıkmaktadır.

Amerikan kültür endüstrisinin gelirlerinin çok büyük bir kısmı, uluslararası satışlardan elde edilmektedir. Örneğin, Dallas dizisinin dünyanın % 90'dan fazla ülkesinde uluslararası izleyicisi vardır. Bu endüstride yerini alan şirketler kablolu ve uydu yayınları, vb. yayın olanaklarını da kıtalar ölçeğinde kontrol etmektedir. Film yapımı ve yazılı, elektronik yayında faal birleşik holdinglerdir (Sreberny-Mohammady, 1991:125).

Dünya bir merkezden uluslararası haber akışı, eğitici ve eğlendirici materyallerin dağılımı, ticari reklamların yayılması, bilgisayarlar aracılığıyla verilerin, telekomünikasyon aracılığı ile sesli mesajların dağılması yoluyla etkilenmektedir. Endüstri toplumları ve endüstrileşme sürecindeki toplumlar, üretim dağıtım ve pazar ilişkileri gereği, bilgi teknolojileri ve ürünlerini giderek artan oranlarda kullanmaktadır.

Birçok ülke kapitalist üretim ve tüketim ilişkilerinde bu teknolojinin ve ürünlerinin kullanımına toplumsal, hukuksal olanaklarla destek sağlamaktadır. Serbest Pazar işleyişi içinde bilgi ve kültür ulaşılabilir emtia (commodity) duruma dönüşmektedir. Dünyanın neresinde olursa olsun toplumlar endüstri, savunma sermaye birikimi ve dolaşımı gereği girdikleri sosyal, kültürel, ekonomik etkinliklerle uluslararası iletişim kanallarına açık hale gelmektedir.

Toplumlar, küresel iletişim sistemine var olan sosyal kültürel, ekonomik, politik ve teknolojik değişkenleri temelinde entegre olmaktadır (Mowlana, 1986: 12). Dolayısıyla uluslararası enformasyon akışı, iki ya da daha fazla ulusal ve kültürel ekonomik sistemler arasında kurulan etkileşim gereği toplumsal kurumlar kültürler ve hukuk sistemlerini karşı karşıya getirmektedir. Toplumların bilgi toplumu olma yönünde ortaya çıkan eğilimleri gereği küresel iletişim bilgi ağına merkez ülkeler tam, çevre ülkeler ise kısmen katılabilmektedir. Çünkü çevre ülkeler teknik, ekonomik işleyiş ve kültürel değişme sürecinde merkez ülkelerle benzer evrimsel aşamaları tamamlayamamışlardır. Ancak bu durumda bölgesel bütünleşmeler (AB, Kuzey Amerika, Güneydoğu Asya, Avrupa Birliği gibi.) olabilmektedir. Bölgeselleşmelerin küreselleşmeye giden "ara oluşumlar" olarak değerlendirilmeleri çevre ülkelerin ikinci planda olma konumunu aşmalarında yeterli gözükmemektedir. Gerçekte iletişim teknolojilerini ve bilgiyi ekonomik, endüstri, eğitim, politik, vb. alanlarda kullanmakla bir gelişme yönünde değişme söz konusudur. Ancak endüstri ötesi toplumun dinamiklerinin yaratılması olası değildir. Böylelikle küresellik içinde merkez ve çevre ülkeler açısından iletişim teknolojisi ve ürünlerinin kullanımı farklı iki düzlemde gerçekleşmektedir: a. İletişim teknolojilerinin üretilmesi ve kullanılması toplumsal yaşamın her alanını işlevsel hale getirmekte, her düzeydeki insan ilişkileri yeniden örgütlenmekte, yeni dönüşümler ve köklü değişikliklere neden olmaktadır. Merkez ülkelerde ortaya çıkan bu durum bu ülkelerde devrim sayılabilecek yenilikleri ortaya çıkarmaktadır. b. Çevre ülkelerde ise iletişim teknolojileri ve iletişim ürünleri tüketilmekte, merkezden sunulan alternatif pazarlama ürünleri arasında tercih ederek, tüketme yoluna gidilmektedir. Böylelikle kitle toplumundaki kültürün üretene tüketenin ayrılması ve kitleselleşmesi, bilgi teknolojileri yardımıyla uluslararası alana taşınmış olmaktadır.

ULUSLARARASI İLETİŞİM YAPISI İÇİNDE ULUS KÜLTÜRLER

Ulus, ulus kültürü ve ulus devlet kavramları bugünkü içeriğiyle toplumsal oluşumlar olarak ele alınıp incelendiğinde kökenleri 18.yy'a kadar gitmektedir (Oran, 1980:33-58). Öncelikle İngiltere'de endüstrileşmenin gelişimiyle başlayan değişimlerin ivmelendirdiği bu oluşumlar, Batı Avrupa toplumlarında bazen Almanya örneğinde olduğu gibi önce ulus sonra devlet ya da İngiltere örneğindeki gibi ulus ve devlet içice dolayısıyla ulus kültürün de bu oluşumlar içinde gerekirciliğin dayattığı bir gelişim olarak ortaya çıktığı gözlenmektedir (De Wenden, 1998 :38-48). Fransa'da ulusun ve ulus kültürün oluşumu yüzyılların birikimine dayanmaktaydı. Asıl olarak ulus devlet ekonomik ve kültürel birliğin kurulması sonucunda ortaya çıkan bir oluşumdur (Lacoste, 1998:49-53). Batı Avrupa'daki ulus kültürlerin ortaya çıkışı 19.yy. endüstrileşme hareketiyle başlamakta, toplumlar endüstrileştikçe geleneksel kültürler, endüstri toplumunun kültürüyle dışlanarak boşluğun ulus kültürle doldurulduğu görülmektedir. Ancak dünyadaki tüm toplumlar için bu sav geçerli gözükmemektedir. Afrika'nın Asya'nın çeşitli bölgelerinde yer alan toplumlar, köle ticaretinin ve kapitalizmin egemenliğinde Batı Avrupa'da evrim sürecinin dışında kalmakta ya da olumlu yaklaşıldığında gecikerek girmiş oldukları belirtilmektedir. Öneğin, Afrika'nın etnik ve kültürel haritaları. Batı toplumlarının bu alanlara girerek, etkinlik kazanmasından sonra ortaya çıkmıştır (Amselle, 1998:72-77; Oran, 1980) ya da Giddens (1987:173)'in ileri sürdüğü gibi tüm Avrupa ülkelerine genelleme yapılmaksızın kapitalizmin gelişmesi ile ulus devletin gelişmesi arasında korelasyon söz konusudur. Bir zamanlar ulus devletleri geliştiren kapitalizmin ve endüstrileşmenin dinamikleri, ulus kültürleri de yapılandırmıştır. Gelner, modernleşmenin endüstrileşmeden geçtiğini ve endüstri kültürünün, bir ulus kültürü bağlamında ele alınması gerektiğini, uluslaşma sürecinde toplumların önemli kültürel engellerle yüzyüze geldiğini ileri sürmektedir (Aktaran Arnoson, 1990:208-212). Modernleşme toplumları daha çok iletişim endüstrilerinin etkisine koymaktadır. Süreç, kendiliğinden bireyleri geleneksel ve yerel kültürlerinin dışına itmektedir.

Tüm dünya ulus devletleri, siyasal bir aktör olarak küreselleşmeye katıldığında, henüz ulus üst kültürünü oluşturamamış gelişmekte olan toplumlarda geleneksel kültürlerin modern kültüre dönüşümünü, iletişim endüstrileri ve ürünleri hızlandırmakta ancak, dış etkilere açık hale getirdiği için, kültürleri yamalı duruma dönüştürmektedir. Çünkü özellikle 1980'den sonra kapitalizmin dinamikleri tüm toplumları uluslararası ve ulus-ötesi (transnational) oluşumlara taşımaktadır. Ulus devletler siyasal bir aktör olarak, küresel açılımlara yöneldiğinde tüm dünya toplumlarının kültürleriyle etkileşime geçmek durumundadır. Bu sürecin uluslararası iletişim yapısının gereği olarak iki ayrı oluşum içinde analiz edilmesi gerekliliği doğmaktadır:

- İletişim kültürü merkez ülkelerin -ki bunlar küreselleşmenin merkezinde yer alan ülkelerdir- ulus kültürlerini de değiştirmektedir.
- Merkezin dışında kalan ve henüz uluslaşma sürecinde olanlar -ki bunlar gelişmekte olan ülkeler ve üçüncü dünya ülkeleri- iletişim endüstrilerinin baskısı altına girmektedir. Geleneksel kültürleri modern evrensel kültüre dönüştürmekte, endüstri toplumu kültürü oluşturulmaksızın, iletişim endüstrilerinin geleneksel kültürlerin bozduğu ve değiştirdiği gözlemlenmektedir.

Uluslararası network ve bilgi akışıyla ve Amerikan iletişim endüstrisinin kültürel ürünleriyle hem merkezdeki ülkeler hem de merkezin dışındaki çevre ülkeler toplumlar, kendi iç yapısında ve dış toplumlarla yeniden örgütlenme gereği duymaktadır. Merkez ve çevre ülkeler, ekonomik sosyal kültürel alanda birbirleriyle eklemlenirken, uluslararası iş bölümünün dayattığı küresel bilgi akışına göre, merkez ülkelerin toplumsal ekonomik, yönetsel örgütlenmelerinde bilginin merkezi etkisi dolayısıyla, küresel değişime katılım zorunluluğu doğmaktadır. Bilgi üreten enformasyon endüstrileri, ulus devletlerin birçok alanda kontrolünü zayıflatmaktadır. Endüstri çağının gereklerine göre örgütlenmiş ulus devletler, yeni koşullara uyum güçlüğü içine düştüğünden, yapısal olarak sürekli bir modernleşme ve değişme içine girmektedir.

Devletin modernleşme süreciyle kazandığı yapısal değişimler, hukuksal alanda demokratikleşme süreciyle sonuçlanmakta çok kültürlülüğün yaşamasına olanak tanınmaktadır (Axford, 1995:131). Ancak bir yandan da ulus devlet, uyguladığı kültürel politikalarla ulus kültürleri geliştirmeyi de sürdürmektedir. Bauman (1990: 154-164)'ın üstünde durduğu gibi, ulus devletin ortaya çıkmasıyla, kültürel farklılıklar, aykırılıklar yerel kültürler, homojenleştirilme sürecindedir. Hatta devlet, yer verdiği örtülü ya da açık asimilasyon politikalarıyla ortak kültür üretme çabası içindedir. Küreselleşme ile birlikte devletin para ve bilgi üzerindeki denetiminin zayıflamasıyla yaşayan ulus kültürlerin homojen yapısı bozulmaktadır. Ekonomik sınırlar giderek kaybolmakta, ekonominin gelişen dinamikleri merkez ve çevre ülkelerin bölge ve dünya ölçeğinde birlikte hareket etme gereğini ortaya çıkarmaktadır. Hatta uluslararası kurumlaşmaların (Lahey Adalet Divanı, GATT, ILO, vb.) kurulmasında ve işlerlik kazanmasında etkili olmaktadır. İletişim sistemlerinin ülke sınırlarını küçültmesi, bölgesel gruplaşmaları (AB, NAFTA, KEİB, ECO, vb.) yaratırken, ekonominin girdileri çıktıları dünya pazarları ölçeğinde düşünülmektedir (Kılıçbay, 1994:179). Bu gelişmeler, ulus devletin uygulamalarında esnekliği zorlamaktadır. İnsan hakları, temel özgürlükler, demokrasi kavramları yeniden sorgulanmakta, ulus devletlerin denetiminden alınarak uluslararası örgütlenmelerin denetimine devredilme süreci doğmaktadır. Ulus devletin etkinlik alanını daraltmaktadır. Ulus kültürler ulus devletin örgütlülüğü altından çıkarak gelişmekte, ideolojik bir nitelik göstermeyen küresel

bir kültüre doğru değişime zorlanmaktadır. Küresel kültür içinde ulus kültürler yerel ve geleneksel özellikler göstermektedir.

Küreselleşme karşısında yerelliğin doğması, küreselleşmeye bağlı temel bir önermedir. Hobsbown'a göre küreselleşme gelenekselliği ve yerelliği üretmektedir. Fakat yeni geleneksellik su anın ve geçmişin yeni bir sentezidir (Aktaran Movlana 1996:197). İletişim teknolojileri ve ürünleri bir yönüyle ulusal ve yerel kültürler tehdit ederken, aynı zamanda onlara kendini ifade etme olanağı sunmaktadır. Bu süreç, ulus olmanın gereklerinden olan tarihi (geçmiş) bellek ve ortak mitleri yerel kültürleri (gelenek görenek adet ve uygulamalar da) canlandırmakta ve dinamizm kazandırmaktadır. Hatta eskiden önemli olsalar bile günümüzde marjinal olarak nitelendirilebilecek kültürleri (etnik, dini, sınıf...vb.) canlandırabilmektedir. Bu durum küreselleşme karşısında toplumların etnik dini ve kültürel özelliklerini ayakta tutmanın bir yolu olmakta ve küreselleşmenin dinamikleri içinde ortaya çıkmaktadır.

Bu gelişmeler ulus kültür, alt kültürler, etnik ya da dini, azınlık kültürleri gibi, zaman ve belirli bir mekan içinde varlık alanı bulan kültürlerin gelişmesi genişleyen küresel sınırlar içinde insan gruplaşmalarına ciddiye duygusu sağladığından işlevsel olmaktadır. Ancak kültürel kimliklerin giderek güçlenmeleri, kültürel varolma çabası ile ideolojik yapı da kazanabilmektedir.

Küreselleşmenin dinamikleri içinde, bir dünya kültürü karşısında, muhafazakarlık, ırkçılık, seksizm gibi çelişkili ideolojik gerilimler ortaya çıkmaktadır (Wallerstein, 1990:50). Böylelikle dünya ortak bir kültürel yapılanmaya doğru giderken, bu değişim, sistemi sorgulayan ideolojik gerilimlerle geleneksel ve yerel oluşumlara doğru da evrilmektedir.

Wallerstein, dünya sistemi kuramında bu kültürü, kapitalist dünya ekonomisinin düşünceler sistemi olarak betimlemektedir. Kapitalizm yada kapitalist ilişkiler, zaman ve mekanı yeniden tanımlamakta, toplumsal ilişkilerde bu ilişkilerin yarattığı kültürel oluşumlarda evrensel ve yerel arasındaki modern dünyaya ilişkin imgeleri yeniden üretmektedir.

Uluslararası iletişim yapısıyla, toplumlar bir dünya devleti olmaksızın birbirleriyle etkileşim, kültürel homojenleşme ve bütünleşme içindedir. Dolayısıyla devlet ve toplum için birbirini aşan ulus ötesi ve devlet ötesi kültürel bütünleşmeler söz konusu olmaktadır. Bu kültürel süreçlerinin bazılarının içinde yer alan ulus kültürler de vardır. Malların, insanların, enformasyonun, bilginin ve imgelerin değişimi ve akışını sağlayan süreçler, küresel düzeyde özerklik kazanmaktadır.

Böylece üçüncü kültürler doğmaktadır. Üçüncü kültürler kendileri her tür kültürel akıntının kanallarıdır. Bunlar basitçe ulus devletler arasındaki ikili değişimlerin bir ürünü olarak değerlendirilmemelidir (Featherstone, 1990:1). Bu kültürlerin belli bir ulusal kimliği yoktur. Uluslararası medya gruplarının ya da holdinglerin ürettiği endüstri ürünlerinden birisidir. Bu nedenle kitleseldir. Endüstrileşmiş ülkelerle kültür düzleminde gelişmekte olan ülkeler ve üçüncü dünya ülkeleri bu yolla karşılaşmış olmaktadır. Dominant durumda olan iletişim kültürü tam olarak merkez ülkelerin ulus kültürleri de değildir. Medya kültürü yaratıcıları uluslararası pazar ilişkilerinin gereklerine göre, daha çok da bu endüstrinin yurdu A.B.D.'nin yönünde mesaj içermektedir.

İletişim kanalları ile aktarılan bu kültür eklektik olmakla zamana ve yere karşı kayıtsızdır. Herhangi bir zamana ait değildir. Bugün her yerden daha çok Batı'da gelişme göstermiş olup, iletişim araçları kanallarıyla "post modern" "kozmpolitan" bir kültür olacak dünyanın her köşesine taşınmaktadır (Smith, 1994:243). Ulusal kültürlerle karşılaştığı zaman iletişim yapısının gereği dışlanmamakta, özellik ekonomik sistemle tümleşik bir çevreye oturmaktadır.

Günümüz yeni modern iletişim endüstrileri ekonomik düzenin işleyişini iki yolla etkilemektedir. Bilginin dağılımında anahtar bir rol oynayarak, bu iletişim endüstrisinin kendisinde ticari bir oluşum olmasıyla birlikte ekonominin işleyişine katkı sağlamaktadır (Ronning & Lundby 1991:54-56). Sermayenin işleyim süreci içinde popüler basının, pazar ve fiyat belirlenimlerinde etkili olduğu görülmektedir. Hatta zaman zaman iletişim kanalları reklamcılığı sergileyen önemli bir kanal durumuna dönüşmektedir. Bu yolla tüketimin, yeni zevklerin yaygınlaştırılmasında medya, boş zamanların değerlendirilmesi ve eğlence alanlarını doldurarak endüstriyel işlerlik kazanmaktadır. Pazarlamada, tüketici tercihleri belirli alanları manipüle ederek, belirli noktalarda toplanmasını sağlayarak pazarlama sürecinin gerektirdiği tüketici gereksinimleri sağlanmaktadır. Haber, bilgi ve belgeseller, eğlence endüstri alanındaki yapımlar hem kitlesel pazarlarda yer alan kültürel ürünler hem de tekrar eden kültürel formlar olarak, yeni ve modern olanın tanımlanmasında işlevseldir. "Evrensel olan" kültürü yansıtmaktadır. Örneğin, Hollywood filmleri son 10-15 yıldır film endüstrisi olarak merkezileşmiş ve Amerikan toplumunun kültürünü taşıyan önemli bir araç haline gelmiştir. Benzer olarak uydu aracılığıyla televizyon fiber optik kanalıyla bilgisayarlar, programlar ve oyunlar, vb. gelişmiş merkez ülkelerin bilgi ve kültür kodlarını ve açılımlarını (dil mantığını ve değerlendirme biçimlerini) tüm dünyaya yansıtmaktadır. Haberleşme alanında büyük haber ajanları (CNN, Reuters, Visnews, vb.) Körfez savaşında olduğu gibi tüm ülkeler savaş ile ilgili bilgilere bu ajanlar vasıtasıyla ulaşmışlardır. Böylece iletişim teknolojileri iletişim endüstrisine yön veren merkez ülkelerin özellikle başta A.B.D. olmak üzere kültürlerini kavramlarını, simgelerini değer ve normlarını, dünya ölçeğinde yaygın

ve etkin kılmaktadır. Merkezin dışında kalan ülkelerin söz konusu etkiyi kurmaları olası değildir. Toplumların kültürlerini homojenleştirme ve ulus kültürü oluşturma yayma konusunda kullandıkları kanallar eşit değildir. Dünyanın bir ya da birkaç merkezinde holdingler tarafından üretilmekte olan iletişim kültürünü, hemen hemen tüm toplumların kültürleri dışında "yapay" bir kültür olarak değişime zorlamaktadır. Medya gerçekte yaşayan kültürleri hammadde olarak kullanmakta, üretildikten sonra bu kültürlere girdiler oluşturmaktadır. Medya kültürünün küreselliği kozmopolit olmayı da gerektirmektedir. Gelişen iletişim endüstrileri girdikleri pazarlarda tutunabilmek için, kültürel dinsel etnik farklılıkları göz önüne almakta, yerellikten özgünlükten yararlanmakta ve bunların çeşitli biçimlerde oluşan sentezleriyle geniş izleyici potansiyeli yaratabilmektedir.

Bauman (1990:143)'ın "ötekiler" olarak tanımlamaya çalıştığı toplumsal düzenin görmezlikten geldikleri, karşıtları (Örn., homoseksüeller, transseksüeller, dini etnik cemaatlar, vb.) medyanın yarattığı sanal dünya gerçekliği içinde yerlerini almaktadır. Asgaride benzer sosyal ilişkilerin belirli bir kısmını paylaşan, sanal gerçekliğe yansıyan özellikler temelinde sanal topluluklar oluşturmaktadır. Televizyon ekranlarından filmlerden gazetelerden bu kültürel alana duyarlılık yaratılmaktadır. Aynı şekilde birçok alt kültürde (Örn., çingeneler, göçmenler, vb.) birçok yapıma konu oluşturarak, sanal gerçeklik alanına dahil edilmekte, sağlanan iletişim kanallarıyla toplumsal varlıkları tanınmakta ve toplumsal sistemin alanı içine çekilmektedir. Hatta bu yapay kültürel alan içinde çok uzak coğrafyalardaki toplulukların yerel özellikleriyle tanınmaları ve önem kazanmaları da söz konusu olmaktadır. Bu durum gerçekte, iletişim endüstrisinin çeşitli ürünlerinin kültürel içerikleridir. Medya tarafından kurgulanmakta, pazar için üretilmektedir. Medya kültürü gerçeğin dışında çeşitli alt kültürlerin sentezleri olarak değerlendirilmelidir. Ancak modern insanın dünyaya ilişkin imgelerinin yaratılmasına katkıda bulunmaktadır. Medya tüketicileri bu ürünleri tüketerek medya mantığını kullanır hale gelmektedir. Ekonomik, siyasal, kültürel...vb. tercihlerde medya gerçeği kullanılmaktadır. Her türlü toplumsal etkinlik medya da yer almakta böylelikle kurgulanan medya gerçekliği ile algılanan toplumsal gerçeklik pek çok yönden birbiriyle örtüşmektedir. Medya kültürü yaşamın her alanını kuşattığı için "evrensel kültür" medya kültürü tabanına oturmaktadır.

Küresel bir standardizasyon, coğrafi uzaklık yerine belirli piyasaları hedefleyen bir pazarlama yöntemiyle, bir takım ulusal özelliklere sahip bireylere (izleyici gruplarına) kapsamlı, büyük ölçekli ekonomileri yaratma çabasıdır. Küresel kültür endüstrileri bölgesel ve küresel piyasalarda, piyasa tabanlarını genişleterek artan maliyetleri kurtarmaya yönelmektedir (Morley & Robins 1995:156). Medya ve diğer iletişim endüstrileri ulus ile ulusun yaşadığı formal toplumsal çevre arasındaki ilişkiyi bozmaktadır. Ulus kültürler bir dünya kültürü oluşumuna doğru giden geçiş süreci içindedir. Medya kültürü ulus kültürlerine damgasını vurmakta,

kontrol eder hale gelmektedir. Uluslar kültürler geçmişten getirdikleri kültürel birikimlerini yavaş yavaş kaybetmekte, özgün kültürleri kitle kültürüne doğru değişmektedir.

DEĞİŞEN KÜLTÜREL KİMLİKLER

Küreselleşme ve küresel iletişim, enformasyonun ve iletişimin, küresel boyutlarda birkaç merkezden yayılarak homojenleşmesine karşı giden süreçte alternatif oluşumlarda birlikte yaşanmaktadır. Kimlik, yer aldığı toplumun modern öncesi -modern olup olmamasına göre değişmektedir. Modern öncesi toplulukların yapısal özellikler yönünden farklılaşmaması (bir kilo ile, dini bir cemaat, akrabalık grubu, aşiret, vb.) nedeniyle bireylerin kimliği sayıca az ve daha az değişebilir özellikler göstermektedir. Oysa modern toplumda, sayıca daha çok, hareketli, çeşitli (multiple), esnek bir benlik söz konusu olmaktadır. Kimlik, diğerleriyle (others) ve geliştirilmiş bir benlikle karşılıklı olarak etkileşim sürecinde belirlenmektedir. Değişen ve çeşitlenen roller, ait olunan toplumsal katmanların kayganlığı içinde, değişmekte ve giderek artan sayıda kültürel kimliklerden söz etmek olasıdır.

Küreselleşme ile birlikte bir veya birkaç merkezden, iletişim endüstrileri ve ürünleriyle dağılan mesajlar hem, merkez hem de çevre ülkelerdeki kültürel kimlikler üzerinde de etkili olmaktadır.

Endüstri toplumları, endüstrileşmiş süreçlerin mantığıyla standardize olan sosyal yapıların yarattığı bir eksende ilerlediği için, sosyo-kültürel örgütlenmelerle karşı karşıya gelen bireyler, birbirinden farklı genişlemiş bir dünya içinde bir takım streotiplerle karşılaşmakta ve onlara bağlanmak durumundadır (Archer, 1990:99). Standardize olmuş kitlesel üretim, kitlesel bir tüketimle ve tüketimi olası kılacak araçlarla çözümlenmektedir. Kitlesel üretim ve tüketimin artırılmasında uzmanların yaratıcılıklarından yararlanılmaktadır (Featherstone, 1992:266-267). Medya ile yaygınlaştırılan tüketim kültürü, modern kentlinin profilini çizmektedir. Gereksinimler ve gereksinimi gideren ürünlerde “yapaylık, marka, imaj söz konusudur. Bireyler medya, aracılığıyla modernitenin gerektiği” üretilen yeniye bağlanmak şu anın toplumsal değerlerini takip etmekte, geçmişin yaşam biçimini dışlayarak, yeni kimliklere bağlanmaktadır. Modern olmanın gerektirdiği sürekli değişimin getirdiği belirsizlik, başarılı rol performansını araştıran bireyleri ait olduğu sosyal sınıftan kültürel geçmişten ve geleneksel kimliğinden bağımsız olarak tüketim mallarının sembolik hiyerarşisine bağlanmaktadır. Bu yolla uluslar arası mal dolaşımına zemin oluşturan, tüketim kültürü özümşenerek, bireyler tüketim grupları hiyerarşisi içinde yerlerini almaktadır. Modernleşme süreci içinde küresel tüketim zevklerini paylaşan tüketici kimlikleri üretilmektedir. Gündelik yaşamın estetize olmasıyla birlikte, kültürel alanı, tüketim kültürü temelinde analiz

etmek olasıdır. Böylece endüstrileşme, kapitalistleşme temelinde ilerleyen küreselleşme, sürekli değişen bir tüketim kültürü ile “müşteri” kimliği üretmeyi sürdürmektedir. Ancak müşteri, medyanın betimlediği modern yaşam biçimi içinde yaşamayı arzulayan ve evrensel tüketim kalıpları olan bireylerdir.

Genişleyen dünya sistemi içinde merkezde yer alan günümüzün modern toplumlarındaki bireylerin modern kültüre yönelimleri de değişmektedir. Merkezdekiler modern yaşama ve değerler sistemine giderek daha az yönelim daha gevşek bağlılık gösterirken, çevredekiler (prephery) modern kültüre daha yoğun bağlılık içindedir (Robertson , 1992:86).

Küreselleşme ile birlikte çeşitli alt kültürler kendi çeşitliliği içinde canlanma olanağı bulmaktadır. Örneğin, gençlik alt kültürünü oluşturan ve medyanın tanım alanı açtığı kültürler (punk, rock, hayran kitleleri, vb.) canlanmaktadır (Robertson, 1994:86). Ancak medya bu kültürlerin yaşam biçimini betimlemekte bu alanlarla ilgili özgün tüketici tercihlerini örtülü ya da açık bir biçimde vurgulamaktadır. Bu konuda da tercihler, ulus ötesi alandan olup, endüstrileşmiş alanlar içinde kalmaktadır.

Küreselleşme, evrensel kültüre açılımlar ürettiği için "mikro uluscu" eğilimleri canlandırmıştır. Bunlar Batı toplumları için, ulus kültürünün yaratılmasındaki yerel oluşumlardır. (Örn., Fransız ..., sı, İngiliz bireyciliği, Alman..., sı, vb.) gibi. Modernleşme, sürekültürel politikalarla devlet kapitalizmi tarafından yok edilen kimlikleri yeniden arayış söz konusu olabilmektedir. Medya ile yaygınlaşan postmodern değerler içinde, kültürel farklılıklar, aidiyat sorunlarını giderecek çözüm yollarından biri de gelenekselliğin yeniden canlanmasıdır. Yerel toplulukların yeniden kurulması için politik bir hareket, etnik bir otonom isteği, kaybolan yüzyüze ilişkileri yeniden yerine koyacak oluşumlar arayışlar ortaya çıkmaktadır.

Hatta küreselleşmenin alternatif arayışları olarak önemli bir ayrışma ve yönelim merkezi oluşturan İslamcılık bu kategoride değerlendirilmektedir (Beeley, 1992: 293-311). Kökten dincilik eğilimleri içinde İslami köktencilik daha güçlü gözükmektedir. İslam'ın kendisi, sadece bir inanç alanı değil, bir sosyal alanda tanımlaması nedeniyle, moderniteye karşı alternatif oluşturmakta, Batı'nın giderek artan gücü karşısında zedelenen kimliklere psikolojik tatmin alanı açmaktadır. İslami kimlik ve alt versiyonları canlanmaktadır.

Küreselleşmenin yarattığı kimlik krizinden biri de belirli bir bölgeye, kültüre ait olan kimliklerin bölgelerinden ve zamanlarında uzaklaştırılmalarıdır. Eski etnik dil bağlılıklarıyla ulus devletlerin etkinlik alanlarından kültürel kırılmalar oluşturmaktadır. Daha da ötesi, ekonomik kırılmalar, kapital birikiminin

merkezilikten uzaklaşması, ekonomik ve politik güç olarak yeni merkezlerin oluşturulmasına yönelik eğilimleri artırmaktadır (Robertson, 1994:86). Ulus devlet içinde kalan etnik hatta ırk ayırımına dayanan toplulukların kendi kendini kontrol istemi ortaya çıkmaktadır. Medya kanalıyla yaygınlaşan ve postendüstri toplumların kültürlerin mantığı olan postmodernizmin değerlerin etkisiyle eskiye (dil, ırk, yaşam biçimi) olan bağılıklar canlanmaktadır.

Dünya sistemi içinde bakıldığında sistemin merkeziyle çevresi arasında bu konuda da etnik temelli ulusal otonomluk isteyen hareketler vardır. Bu hareketlerin bazıları dünya sistemiyle çok az bir bütünleşme içindedir. Üçüncü Dünya 'daki eğilimler bu grupta değerlendirilebilir. Diğer bir kısmı ise dünya sistemiyle tam anlamıyla bütünleşmekte, ait olduğu ulus devlet içinde kültürel ayrımlardan yola çıkarak, etkin olma isteğiyle sesini duyurmaktadır.

SONUÇ

Kavram olarak 1990'lardan sonra ortaya çıkan küreselleşme, 1980'li yıllardan sonra kapitalizmin geldiği son durumun sonucu olarak, çok uluslu şirketlerin oluşumu ve etkinlik alanlarının giderek genişlemesiyle, iletişim endüstrileri ve teknolojilerinin dünya toplumlarının giderek daha yoğun ilişki ve etkileşimlerini olası hale getirmekle sonuçlanmaktadır. Bu durum dünya toplumlarını birbiriyale daha da yakınlaştırmıştır. Böylece dünya toplumlarının ulus kültürleri ve ulus kültürlerine ait alt kültürleri yeni oluşum sürecine dahil edilmiştir.

İletişim teknolojileri ve ürünleri, merkez ülkelerin kitlesel kültürlerini yaygınlaştırmaktadır. Böylece küresel bir kültüre doğru gidiş söz konusudur. Ancak bu süreçte bazı kültürlerle ait simgeler dünya ölçeğinde yaygınlaştırılmakta, bazıları da gözardı edilmektedir. Bu nedenle kültürler arasında asimetrik bir ilişki söz konusudur. Bu noktada kültürün üretim ve tüketim halkaları içindeki önemi, ait olduğu ulusun dünya sistemi içindeki yerinin önemine göre değişmektedir.

Kültürler arasındaki böylesi bir etkileşim, modernleşme sürecinin dinamikleriyle birlikte a. Tüketim kültürü üzerinde gelişen müşteri kimliği oluşmuştur. b. Modern kültürden ayrılarak, aidiyat duygusunda zayıflık ve yönelim kaybı içinde olup, anomi ortamındaki bireyler bir kimlik arayışı içindedir. c. Çeşitli alt kültürler canlandırılmaktadır. Bu alt kültürlerle bağlanmadan dolayı ortaya çıkan çok sayıda kimlikler oluşmaktadır. d. Mikro uluscu eğilimler, artmakta etnik kültürler canlanmaktadır. Bu kültürlerle ait bireyler bu kültürlerin kimliğini tercih etmektedir. e. Geleneksel kültürel eğilimlerde de güçlenme ortaya çıkmaktadır. İslamcılık bunlardan biridir. İslami kimlik gibi benzer dini kimlikler önem kazanmaktadır. f. Bütün bu kimlikler belli bir bölgeye, ülkeye ait zamandan koparılmaktadır.

Kısaca küreselleşme, çok sayıda kültürel kimliği üretmekte, kapitalist sistemin işleyişiyle birlikte, bireyler birden çok kimliği bir arada taşımakta ya da küresel anlamda farklı kültürel akımların, yeni sentezlerin etkisinde kalarak, melez kimlikler oluşmaktadır. Bu kimlikler aile, toplum, zümre, sınıf, tabaka, vb. etkenlerden bağımsızdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Alleyne, M.D. (1995). **International Power and International Communication**. McMillan Press Ltd.
- Amselle, J. L. (1998). "Afrika'da Etnik Yapı ve Kimlik". Der: J. Loca. Çev: S. Idemon. **Uluslar ve Milliyetçilikler**. İstanbul: Metis Yayınları.
- Archer, M. (1990). "Theory, Culture and Post-Industrial Society". Ed: M. Featherstone. **Global Culture and Modernity a Theory Culture and Society Special Issue**. London: Sage Publications.
- Arnosan, D. P. (1990). "Nationalism, Globalization and Modernity". Ed: M. Featherstone. **Global Culture and Modernity a Theory Culture and Society Special Issue**. London: Sage Publications.
- Axford, B. (1995). **The Global System: Economics, Politics and Culture**. New York: St . Martin Press.
- Bauman, Z. (1990). "Modernity and Ambivalence". Ed: M. Featherstone. **Global Culture and Modernity a Theory Culture and Society Special Issue**. London: Sage Publications.
- Beeleys, B. (1992), "Islam as a Global Political Force". Ed: A. Mc Grew & P. G. Lewis. **Global Politics: Globalization and Nation State**. Cambridge: Polity Press.
- Cohen, S. & J. Zysman (1987). **Manufacturing Matters The Myth of Post Industrial Economy**. New York: Basic Books.
- De Wenden, C. W. (1998). "Ulus ve Yurttaşlık Hem Rakip Hem Ortak". Ed: J. Loca. Çev: S. Idemon. **Uluslar ve Milliyetçilikler**. İstanbul: Metis Yayınları.

- Featherstone, M. (1990). "Global Culture: An Introduction". Ed: M. Featherstone. **Global Culture and Modernity a Theory Culture and Society Special Issue**. London: Sage Publications.
- (1992). "Post modernism and the Aestheticization of Everyday Life". Ed: S. Lass & J. Friedman. **Modernity and Identity**. Oxford: Blackwell Publisher.
- Giddens, A. (1992). **The Consequences of the Modernity**. Cambridge: Policy Press.
- Hamelink, C. J. (1997). **International Communication: Global Market and Globalization**. London: Sage Publications.
- Kalkan, N. (1997, Ağustos 22). "Bilgi Sektörünün Hızına Erişilemiyor". **Milliyet Gazetesi**.
- Kılıçbay, A. (1994). **Politika ve Ekonomi**. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Lacoste, Y. (1998). "Ulus ve Demokrasi Doğal Bir Çift mi?". Ed: J. Loca. Çev: S. Idemon. **Uluslar ve Milliyetçilikler**. İstanbul: Metis Yayınları.
- Morley, D. & K. Robin (1995). **Kimlik Mekanları: Küresel Medya Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar**. Çev: E.Zeybekoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mowlana, H. (1986). **Global Information and World Communication; New Frontiers In International Relations**. Longman Inc.
- Oran, B. (1980). **Az gelişmiş Ülke Milliyetçiliği**. Ankara: Işık Yayıncılık.
- Robertson, R. (1992). **Globalization: Social Theory and Global Culture**. London: Sage Publication.
- Ronning, H. & K. Lundby (1991). **Media and Communications Reading in Methodology History and Culture**. Norwegian University Press
- Simith, A. D. (1994). **Milli Kimlik**. Çev: B. S. Sener. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Sreberny-Mohammady, A. (1991). "The Global and Local in International Communications". Ed: J. Curran. **Mass Media and Society**. Edward Arnold Limited.

Wallerstein, I. (1990). "Culture as the Ideological Battleground". Ed: M. Featherstone. **Global Culture and Modernity a Theory Culture and Society Special Issue**. London: Sage Publications.

------(1992). "Societal Development or Development of The World Featherstone. **Global Culture and Modernity a Theory Culture and Society Special Issue**. London: Sage Publications